

بیژوهشنامه

# تبلیغ اسلامی

دوفصلنامه علمی- تخصصی

سال سوم • شماره هفتم • بهار و تابستان ۱۴۰۱

نقش مهارت‌های زندگی در عرصه تبلیغ

حامد میرزاخان

شیوه‌های کسب ارتباط مؤثر در تبلیغ دین

زهرا افتخاری و محمدحسین اقباشی

مهارت‌های ارتباطی در تبلیغ

حسن بهمنی

اهمیت مهارت‌های بین فردی در موفقیت‌های تبلیغی

مصطفی نظری

مهارت مدیریت استرس در تبلیغ

اسرافیل سبحانی

مبلّغان و آموزش مهارت‌های زندگی به مددجویان کانون اصلاح و تربیت

مسعود شهیدی و حامد میرزاخان



پژوهشنامه  
**تبلیغ اسلامی**

دو فصلنامه علمی - تخصصی

سال سوم، شماره هفتم، بهار و تابستان ۱۴۰۱



**صاحب امتیاز:** دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم

معاونت فرهنگی و تبلیغی

**مدیر مسئول:** سعید روستا آزاد

**سر دبیر:** مصطفی آزادیان

**دبیر تحریریه:** احمد فلاح زاده

**کارشناس امور اجرایی:** اکبر اسماعیل پور

**مترجم چکیده:** محمدرضا عموحسینی

نشریه «پژوهشنامه تبلیغ اسلامی» بر اساس پروانه انتشار به شماره ثبت ۸۵۵۷۰ تاریخ ۱۳۹۸/۵/۱۴ معاونت امور مطبوعاتی و اطلاع‌رسانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، به عنوان دو فصلنامه تخصصی در زمینه الهیات و معارف اسلامی منتشر می‌شود.

دو فصلنامه پژوهشنامه تبلیغ اسلامی در بانک اطلاعات نشریات کشور (Magiran.com)؛ پایگاه مجلات تخصصی نور (Noormags.ir)؛ پایگاه استنادی سیویلیکا (Civilica.com) پرتال نشریات دفتر تبلیغات اسلامی (<http://journals.dte.ir>) نمایه می‌شود.

هیئت تحریریه در اصلاح و ویرایش مقاله‌ها آزاد است. ● دیدگاه‌های مطرح شده در مقالات صرفاً نظر نویسندگان محترم است.

آدرس نشریه: قم، چهارراه شهدا، معاونت فرهنگی و تبلیغی دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم، گروه تولید محتوا، کدپستی: ۳۷۱۵۷۹۱۸۱۱

تلفن: ۰۲۵ - ۳۱۱۵۱۲۴۷ سامانه نشریه: <http://jip.dte.ir>

رایانامه: [tabligh@dte.ir](mailto:tabligh@dte.ir)

قیمت: ۴۰/۰۰۰ تومان

چاپ: مؤسسه بوستان کتاب

## اعضای هیئت تحریریه

(به ترتیب حروف الفبا)

---

### مصطفی آزادیان

(دانش‌آموخته حوزه علمیه قم و دکتری ادیان و عرفان)

### محمدتقی انصاری پور

(عضو هیئت علمی دانشگاه ادیان و مذاهب)

### حجت‌الله بیات

(عضو هیئت علمی دانشگاه علوم و حدیث)

### عباس پسندیده

(عضو هیئت علمی دانشگاه قرآن و حدیث)

### حسین جوان آراسته

(عضو هیئت علمی پژوهشگاه حوزه و دانشگاه)

### کریم خان محمدی

(عضو هیئت علمی دانشگاه باقرالعلوم)

### ناصر رفیعی محمدی

(عضو هیئت علمی جامعه المصطفی العالمیه)

### سعید روستاآزاد

(عضو هیئت علمی پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی)

### ابوالفضل ساجدی

(عضو هیئت علمی مؤسسه امام خمینی رحمته)

---

## شیوه‌نامه تدوین مقالات

۱. مقاله باید پیش از این، جایی منتشر نشده و یا همزمان به مجله دیگری ارسال نشده باشد.
۲. پذیرش اولیه مقاله منوط به رعایت راهنمای تدوین مقالات و برخورداری از حداقل استاندارد پژوهشی و پذیرش نهایی آن منوط به تأیید داوران و هیئت تحریریه است.
۳. در صورتی که مقاله مستخرج از پایان‌نامه کارشناسی ارشد یا رساله دکتری است، ذکر نام استاد راهنما الزامی است.
۴. مقالات ترجمه‌ای تنها در صورت داشتن نقد مورد ارزیابی قرار خواهند گرفت.
۵. مقاله در محیط World (با قلم B Lotus ۱۴ برای متن فارسی و با قلم Times New Roman ۱۱ برای متن انگلیسی) حروف چینی گردد.
۶. مقاله باید شامل: عنوان، چکیده فارسی، کلید واژگان، مقدمه، بدنه اصلی، نتیجه، کتابنامه و چکیده انگلیسی باشد.
۷. چکیده مقاله باید شامل هدف، روش و نتایج به دست آمده باشد.
۸. چکیده باید بین ۱۵۰ تا ۲۰۰ کلمه و تعداد کلید واژه‌ها باید بین ۴ تا ۷ کلمه باشد.
۹. مقدمه مقاله باید شامل تعریف مسئله، پیشینه اجمالی پژوهش، ضرورت و اهمیت طرح، جنبه نوآوری بحث، سؤالات اصلی و فرعی باشد.
۱۰. بدنه اصلی مقاله باید محصول مطالعه، تجربه و پژوهش‌های دست اول نویسنده و متضمن دست آورد علمی جدید با تکیه بر نتایج عملی باشد.
۱۱. نتیجه‌گیری مقاله بیانگر یافته‌های تفصیلی تحقیق است که به صورت گزاره‌های خبری موجز بیان می‌گردد.
۱۲. حجم مقاله نباید از ۴۰۰۰ کلمه کمتر و از ۶۰۰۰ کلمه بیشتر باشد.
۱۳. اسامی خاص و اصطلاحات لاتین و ارجاعات توضیحی در پانویس ذکر شود.
۱۴. استنادها در مقاله به شیوه (APA) تنظیم شود.
۱۵. استناد درون‌متن، داخل پرانتز، شامل (نام خانوادگی نویسنده، سال انتشار، شماره صفحه) باشد.

۱۶. در صورتی که از یک نویسنده در یک سال، دو اثر چاپ شده باشد و در متن مورد استناد قرار گرفته باشد پس از ذکر سال انتشار با حروف ( الف و ب ) یا ( a , b ) از هم متمایز گردند.

۱۷. اگر تعداد نویسندگان بیش از سه نفر باشد، تنها نام خانوادگی نویسنده اول ذکر شده و پس از آن، از عبارت " و دیگران" استفاده شود.

۱۸. اگر در متن به بیش از یک منبع استناد شده باشد با نقطه ویرگول؛ از هم جدا می شوند.

۱۹. کتابنامه در پایان متن بر اساس حروف الفبا و به صورت زیر تنظیم شود:

• مقاله: نام خانوادگی، نام نویسنده. (سال انتشار). عنوان مقاله. عنوان مجله (به صورت ایتالیکی)، دور (شماره)، شماره صفحات آغازین و پایانی مقاله.

• کتاب: نام خانوادگی، نام نویسنده. (سال انتشار). عنوان کتاب (به صورت ایتالیکی)، مترجم/ ویراستار/ گردآورنده، چاپ ...ام، محل نشر: ناشر.

• کتاب ترجمه یا تصحیح شده: نام خانوادگی نویسنده، نام نویسنده. (سال انتشار). عنوان کتاب (به صورت ایتالیکی). ( نام و نام خانوادگی مترجم/ مصحح). محل انتشار: ناشر. (در صورت ترجمه، سال انتشار کتاب به زبان اصلی).

• کتاب چند جلدی: نام خانوادگی، نام نویسنده. (سال انتشار). عنوان کتاب (به صورت ایتالیکی). (شماره جلد). چاپ ...ام، محل انتشار: ناشر.

• مقاله در مجموعه مقالات یا فصلی از یک کتاب دارای ویراستار یا گردآورنده: نام خانوادگی، نام. (سال انتشار). عنوان مقاله/ فصل. نام گردآورنده یا ویراستار. عنوان مجموعه مقالات (به صورت ایتالیکی). شماره صفحات آغازین و پایانی مقاله. چاپ ...ام، محل نشر: ناشر.

• منابع اینترنتی: نام خانوادگی، نام. عنوان مقاله/ کتاب، تاریخ دریافت، آدرس سایت.

## ۲۰. مسئولیت مقاله

• مسئولیت صحت و سقم مطالب بر عهده نویسنده/ نویسندگان است. از این رو مقالات بیانگر دیدگاه اعضاء هیئت تحریریه نیست.

• فصلنامه در رد یا قبول و ویرایش علمی و ادبی مقالات، آزاد است.

• در صورتی که مقاله بیش از یک نویسنده داشته باشد محتوای مقاله باید مورد تأیید همه نویسندگان باشد.

• نقل و اقتباس از مقاله‌های مجله با ذکر مأخذ آزاد است.

• در صورتی که نویسنده از دستاوردهای پژوهشی دیگران یا بخشی از پژوهش‌های خود، بدون ذکر منبع، استفاده کند، سرقت علمی به حساب آمده و مقاله پذیرفته نمی شود.

## فهرست مطالب

- |     |   |
|-----|---|
| ۹   | نقش مهارت‌های زندگی در عرصه تبلیغ<br>حامد میرزاخان  |
| ۲۵  | شیوه‌های کسب ارتباط مؤثر در تبلیغ دین<br>زهرا افتخاری و محمدحسین افشاری                       |
| ۴۷  | مهارت‌های ارتباطی در تبلیغ<br>حسن بهمنی   |
| ۶۹  | اهمیت مهارت‌های بین فردی در موفقیت‌های تبلیغی<br>مصطفی نظری                                   |
| ۸۵  | مهارت مدیریت استرس در تبلیغ<br>اسرافیل سبحانی   |
| ۱۰۱ | مبلغان و آموزش مهارت‌های زندگی به مددجویان کانون اصلاح و تربیت<br>مسعود شهیدی و حامد میرزاخان |





# 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، به‌طورکلی، 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 به‌کاررفته 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. برخوردار 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 به‌کار 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، به‌نظر، 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، نكوهش 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 منطقی‌باور 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 اذْجِعُوا فَاجْعُوا 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 معموری 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):



# Journal of Islamic Propagation

---

Volume 3 ● No 7 ● Spring & Summer 2022

## Methods of Obtaining Effective Communication in Propagation of Religion

Zahra Eftekhari\*

Mohammad Hossein Afshari\*\*

### Abstract

Considering important skills in religion propagation can be the basis for the effectiveness of these types of activities. Lack of using these skills properly can give the propagators the belief that the people of this age have run away from religion. While in most cases, this false belief originates from the lack of proper application of the necessary skills in the matter of religion propagation. One of the very important skills that is the foundation and basic of propagation and it is necessary for religion propagators to learn it properly and use it in propagation is "effective communication skill" which consists of two skills "the art of listening" and "the art of speaking". In this article, after explaining the terms of skills, life skills, skills of communication and propagation, the components of effective communication have been explained. Finally, this article aims to express the methods of acquiring effective communication skills, which are separately focused on the steps of acquiring this skill, and the harms of not using it are mentioned. This article has been authored using the document method (library) with the aim of strengthening the effective communication skills of religion propagation.

### Keywords

Life skills, effective communication, art of listening, art of speaking, religion propagation.

---

\* Level Three (M.A), Al-Zahra University. zahef1370@gmail.com

\*\* Level Four of (PhD) Islamic Seminary of Qom and M.A in counseling and psychology. mohajerha@yahoo.com







## شیوه‌های کسب ارتباط مؤثر در تبلیغ دین

\* زهرا افتخاری

\*\* محمدحسین افشاری

### چکیده

توجه به مهارت‌های مهم در امر تبلیغ دین، می‌تواند زمینه‌ساز اثربخشی این نوع از فعالیت‌ها باشد. عدم به‌کارگیری درست این مهارت‌ها، می‌تواند این باور را به مبلغان دهد که مردم این عصر از دین‌گریزان شده‌اند؛ درحالی‌که در اغلب موارد، این باور نادرست، نشئت گرفته از عدم به‌کارگیری درست مهارت‌های لازم در امر تبلیغ دین است.

یکی از مهارت‌های بسیار مهم که به‌گونه‌ای شالوده و اساس شکل‌گیری تبلیغ بوده و لازم است مبلغان دینی آن را به‌درستی آموخته و در تبلیغ به کار بگیرند، «مهارت ارتباط مؤثر» است که خود از دو مهارت «هنر گوش‌دادن» و «هنر سخن‌گفتن» تشکیل شده است.

در این نوشتار، پس از تبیین واژگان مهارت، مهارت‌های زندگی، مهارت‌های ارتباطی و تبلیغ، به تبیین مؤلفه‌های شکل‌دهنده ارتباط مؤثر پرداخته شده است. در نهایت، آنچه هدف این نوشتار است، بیان شیوه‌های کسب مهارت ارتباط مؤثر است که به‌طور جداگانه به بیان گام‌های کسب این مهارت توجه شده و از آسیب‌های عدم به‌کارگیری آن نیز سخن به میان آورده شده است. این مقاله، به روش اسنادی (کتابخانه) و با هدف تقویت مهارت ارتباط مؤثر مبلغان دینی تدوین گشته است.

**کلیدواژگان:** مهارت‌های زندگی، ارتباط مؤثر، هنر گوش‌دادن، هنر سخن‌گفتن، تبلیغ دین.

\* سطح ۳ جامعه‌الزهراء (ع): zahef1370@gmail.com

\*\* سطح ۴ حوزه علمیه قم و کارشناس ارشد مشاوره و روانشناسی: mohajerha@yahoo.com

## مقدمه

به اذعان اندیشمندان حوزه علوم اجتماعی، امروزه برای زیست درست در دنیایی که پیچیدگی‌های بسیاری با آن عجین شده، لازم است مهارت‌هایی را به کار گرفت که یاریگر انسان در رفع تعارض‌ها و رسیدن به آرامش و سعادت باشد. از این روی، عقل حکم می‌کند برای داشتن یک زندگی مناسب، مهارت‌هایی را که بدان نیازمند هستیم، بیاموزیم.

برخی از این مهارت‌ها به جهت حرفه یا شغلی که فرد انتخاب کرده، دارای اهمیتی دوچندان است؛ به عنوان مثال، مهارت‌های ارتباط مؤثر که یکی از مهارت‌های مهم در زندگی است، برای فردی که شغل و حرفه‌اش به طور خاص مرتبط با دیگران است و ارتباط با مخاطب، جزء جداناشدنی آن است، نیاز شدیدتری بدان احساس می‌شود.

در این میان، ضرورت دانستن این نوع از مهارت‌ها (مهارت‌های ارتباطی) برای مبلغان دینی امر مضاعفی است؛ چراکه یک تبلیغ اثربخش، زمانی تحقق پیدا می‌کند که ارتباط خوب میان او و گیرنده پیام دینی تحقق یابد.

چه بسیار مبلغانی که به لحاظ دانشی دارای سطح قابل توجهی از دانش هستند، ولی به دلیل اینکه به لحاظ مهارتی، مجهز به این ابزار نیستند، نتوانستند در امر تبلیغ موفق شوند و گاه این عدم موفقیت را از بی‌دینی و به معنای دیگر، دین‌گریزی مردم دانسته‌اند. از همین رو، لازم است مهارت ارتباط مؤثر که یکی از ده مهارت<sup>۱</sup> مهم در زندگی است، به درستی آموخته شود. نکته‌ای که در این میان قابل توجه است، اکتسابی بودن این مهارت‌هاست. برخی پندارشان بر این است که این مهارت‌ها، ذاتی است و توان یادگیری او بر دیگرانی که خالی از این مهارت‌ها هستند، امکان‌پذیر نمی‌باشد؛ حال آنکه این، یک برداشت نادرست است و می‌توان به راحتی این مهارت‌ها را یاد گرفت و در میدان عمل، پس از انجام تمارینی، آنها را به کار گرفت و بر اثربخشی فعالیت‌های تبلیغی خود افزود.

۱. مهارت‌های دهگانه زندگی، عبارت‌اند از: مهارت حل مسئله (Problem-solving skills)؛ مهارت تصمیم‌گیری (Decision making skills)؛ مهارت خودآگاهی (Self-awareness skills)؛ مهارت تفکر انتقادی (Critical thinking skills)؛ مهارت تفکر خلاق (Creative thinking skills)؛ مهارت برقراری ارتباط مؤثر (Effective communication skills)؛ مهارت همدلی کردن (Empathy skills)؛ مهارت تنظیم هیجان (Emotion regulation skills)؛ مهارت مقابله با استرس (Coping with stress skill).

پژوهش حاضر، در جهت پاسخگویی به این پرسش است که شیوه‌های ارتباط مؤثر در تبلیغ دینی به چه صورتی است؟ چه ضرورتی بر یادگیری مهارت ارتباط مؤثر وجود دارد؟ مؤلفه‌های شکل‌دهنده به یک ارتباط مؤثر در تبلیغ دینی چیست؟ چه گام‌هایی را برای رسیدن به این مهارت باید به دست آورد؟ این پژوهش، به صورت توصیفی - تحلیلی با جمع‌آوری اطلاعات مکتوب (روش اسنادی) نگاشته شده است.

در باره مهارت‌های ارتباط مؤثر، به طور خاص می‌توان این موضوع را در تولیدات علم روان‌شناسی مشاهده کرد و پایه‌های این نوشتار نیز بر اساس همین علم تدوین گردیده است. در خصوص پیشینه بحث، مقاله‌ای با عنوان: «راهبردهای ارتباطی در تبلیغ دین» (پگاه حوزه، ۱۳۸۸، ش ۶۰) یافت شد که البته به تبیین شیوه‌های علمی این مهارت در امر تبلیغ نپرداخته است.

## تبیین مفاهیم

### ۱. مهارت

«مهارت» در لغت، به معنای چیرگی (proficiency)، صلاحیت (competence) و متخصص شدن (expertise) به‌کاررفته است (شریفی، ۱۳۹۶، ص ۱۵۱). صاحب‌نظران مختلف، مهارت را کاربست عملی یک دانش در حدّ چیرگی و با کمترین اشتباه می‌دانند (معافی، ۱۳۸۹، ص ۳۱). مهارت، اگرچه در عمل، رفتاری است که هر فرد، در تقابل مؤثر با یک مشکل و یا رفت یک نیاز در موقعیت‌های زمانی و یا مکانی از خودش نشان می‌دهد، اما یادگیرنده نیازمند شناخت آن رفتار و داشتن نگرش مثبت نسبت به انجام آن است که اگر این‌گونه نباشد، صورت تضمینی برای انجام یافتن صحیح آن رفتار وجود نخواهد داشت.

آنچه در اینجا به طور خاص مدنظر است، مهارت‌های زندگی است. تعاریف متعددی از مهارت‌های زندگی شده است. در تعریفی ساده، می‌توان مهارت‌های زندگی را این‌گونه تعریف کرد: «مهارت زندگی، آن نوع از مهارت‌ها و توانایی‌هایی است که موجب شکل‌گیری رفتارهای مثبت و سازگارانه در فرد می‌شود و برای رسیدن به موفقیت و شادکامی در زندگی روزمره و عادی، مورد نیاز است» (ادیب، ۱۳۸۲، ص ۲۴).

سازمان بهداشت جهانی (WHO) در سال ۱۹۹۴ میلادی، مهارت‌های زندگی را این‌گونه تعریف کرده است: «توانایی‌های روانی - اجتماعی برای رفتاری انطباقی و مؤثر که افراد را قادر

می‌سازد تا به طور اثربخش با مقتضیات و چالش‌های زندگی روزمره مقابله کنند و با آموزش این مهارت‌ها، باعث حفاظت از حقوق افراد، رشد آنها و جلوگیری از معضلات اجتماعی می‌شود.»

از جمله کارکردهای مهارت زندگی، این است که فرد را قادر می‌سازد تا طبق علایق خود عمل کند، برای خواسته‌های خویش بدون اضطراب ایستادگی کرده و احساسات صادقانه خود را ابراز کند و در نهایت، می‌تواند از حقوق شخصی خویش بدون نادیده گرفتن حقوق دیگران استفاده کند (تورنر، ۲۰۱۴، ص ۳۶۹).

در یک تقسیم‌بندی، مهارت‌های زندگی را می‌توان در چهار دسته قرار داد:

- الف. مهارت‌های متمرکز بر شخص: مهارت خودآگاهی و مهارت اعتمادبه‌نفس.
- ب. مهارت‌های متمرکز بر هیجان: مهارت‌های کنترل خشم، مهارت غلبه بر خلق منفی و مهارت مدیریت استرس.
- ج. مهارت‌های متمرکز بر ذهن و شناخت: مهارت حل مسئله، مهارت تفکر خلاق و مهارت تفکر نقاد.
- د. مهارت‌های متمرکز بر روابط: مهارت ارتباط مؤثر، مهارت قاطعیت و مهارت مذاکره و حل تعارض.

## ۲. ارتباط

ارتباطات، فرایندی از انتقال اطلاعات و ادراک عمومی از یک شخص به شخص دیگر است (کیتون، ۲۰۱۱، ص ۳۵) و ما هر لحظه و همه‌جا، در حال برقراری ارتباط با دیگران هستیم (اون، ۱۳۷۷، ص ۲۰)؛ به‌عنوان نمونه، با همکاران خود سخن می‌گوییم، جواب یک پیام را در فضای مجازی یا ایمیل‌های رسیده می‌دهیم و یا به خویشاوندان خود زنگ می‌زنیم.

برخی بر آن هستند که نمی‌توان برای ارتباط تعریفی را ارائه کرد که اتفاق همگان بر آن باشد (فاطمی راد، ۱۳۹۵، ص ۱۱) و علت را جوان بودن علم ارتباطات می‌دانند (محسنیان راد، ۱۳۸۲، ص ۳۹)؛ اما تئودور کلونگر، علت تعریف‌ناپذیری ارتباطات را در مباحث علمی و پژوهشی، ناشی از این امر می‌داند که فعل «Communicate to» به معنای «ارتباط برقرار کردن»، در واژگان عام به‌خوبی جا افتاده است. بنابراین، ارائه تعریف علمی از آن، به‌راحتی امکان‌پذیر نخواهد بود (لیتل جان، ۱۳۸۴، ص ۳۵).

علاوه بر این علل، می‌توان گفت ارتباط به‌موجب تداخل در علوم مختلف، محل پذیرش تعاریفی صنفی شده است؛ از جمله اینکه در علوم ارتباطات اجتماعی، واژه «ارتباط» در معنای انتشار، انتقال اطلاعات و اندیشه‌ها، ایجاد همبستگی‌های اجتماعی و اشتراکات فکری است. از دیدگاه علم روان‌شناسی نیز ارتباط، «فراگردی است حاوی تمام شرایطی که متضمن انتقال معنا باشد» (محسنیان راد، ۱۳۸۲، ص ۴۵). همچنین، در علم نشانه‌شناسی و مردم‌شناسی آمده است که ارتباطات، معنا را برای چرخش در سطح اجتماع به وجود می‌آورند یا ساختار می‌بخشند (فیاض، ۱۳۸۹، ص ۳۴۰).

مطالعه در باره ارتباط انسانی، تاریخ دیرینه و بلندمرتبه‌ای دارد و برخی پیشینه این علم بنیادی را به یونان و روم باستان می‌رسانند (میلر، ۱۳۸۰، ص ۱۷). امروزه مطالعاتی به طور خاص، مرتبط با ارتباطات و تبلیغات به‌صورت یک علم مستقل، در دانشگاه‌ها مورد مطالعه قرار می‌گیرد.

### ۳. مهارت‌های ارتباطی

مهارت‌های ارتباطی، به‌منزله آن دسته از مهارت‌هایی هستند که به‌واسطه آنها افراد می‌توانند درگیر تعامل‌های بین‌فردی و فرایند ارتباط شوند؛ فرایندی که افراد در طی آن، اطلاعات، افکار و احساسات خود را از طریق مبادله کلامی و غیرکلامی با یکدیگر در میان می‌گذارند (اعتمادی، ۱۳۹۴، ص ۱۴۴). کسب این مهارت به ما می‌آموزد که برای درک موقعیت دیگران چگونه به سخنان آنان فعالانه گوش دهیم و چگونه دیگران را از احساس و نیازهای خود آگاه نماییم تا ضمن به‌دست آوردن خواسته‌های خود، طرف مقابل نیز احساس رضایت نماید.

وقتی می‌توان گفت این مهارت به‌درستی به کار گرفته شده که معنا و مفهومی که در ذهن فرستنده است و قصد ارسال آن را دارد (معنای موردنظر یا منظور)، با آنچه گیرنده از آن دریافت می‌کند و از خود نشان می‌دهد (معنای مورد مشاهده یا مشهود)، یکی باشد (فرهنگی، ۱۳۸۰، ص ۲۵). اگر فرستنده و گیرنده پیام قرار است آنها را به‌دقت به رمز درآورند و گیرنده پیام قرار است آنها را به‌دقت به رمز در آورند و رمز را کشف کنند، باید از علایم مشترکی با شیوه‌های مشابه آگاه باشند (محسنیان راد، ۱۳۸۹، ص ۲۰).

در مهارت ارتباط مؤثر با دیگران، می‌خواهیم شیوه صحیح ارتباط کلامی و غیرکلامی را بیاموزیم تا بتوانیم نظرها، عقاید، خواسته‌ها، نیازها و هیجان‌های خود را به طور صحیح ابراز

کرده و به هنگام نیاز از دیگران درخواست کمک و راهنمایی کنیم. ضعف در مهارت‌های اجتماعی، منشأ بسیاری از آسیب‌هاست.

بر اساس تعاریف بیان‌شده، می‌توان دو سطح در یک ارتباط را بیان کرد: ارتباط کلامی و ارتباط غیرکلامی (فاطمه الغریبایی، ۱۳۸۹، ص ۲۰). از جمله اجزای ارتباط می‌توان به محتوای کلام، توجه به ابعاد فرهنگی و خرده فرهنگی، چگونگی شروع کردن، زمان‌بندی ارتباط کلامی، ملاحظات موقعیتی، چگونگی جمع‌بندی و ختم ارتباط، تن صدا، آهنگ صدا، تماس چشمی، حالات چهره، ژست‌ها و حالات بدنی اشاره کرد (فاطمی راد، ۱۳۹۵، ص ۱۹-۱۷).

#### ۴. تبلیغ دین

واژه «تبلیغ»، از ریشه «بلوغ» و «بلاغ» به معنای رساندن چیزی به دیگری است (ابن‌منظور، ۱۴۱۴، ج ۸، ص ۴۱۹) و «مبلغ دین»، کسی است که با همه توان، تلاش می‌کند تا مواد تبلیغی همراه خود را به مقصد نهایی که اندیشه و دل مخاطب است، برساند (محمدی ری‌شهری، ۱۳۹۲، ج ۱۵، ص ۷). معمولاً کاربرد این واژه در فضای فرهنگی ایران، محدود به فعالیت‌های طلاب و روحانیون حوزه‌های علمیه می‌شود. همان‌طور که جان اسپوزیتو در دانشنامه اسلام آکسفورد نیز اشاره می‌کند، تبلیغ یک واژه قابل جایگزین با «دعوت» (تبلیغ، یک ایمان و عقیده) است که در کاربردهای جدید و نوین آن به کار می‌رود (امیری، ۱۳۹۷، ص ۲۳۸).

#### شبوه کسب ارتباط مؤثر در تبلیغ دین

##### مؤلفه‌های ارتباط مؤثر

در یک ارتباط، سه مؤلفه اصلی وجود دارد که به آن ارتباط شکل می‌دهد:

۱. پیام؛

۲. گوینده (فرستنده پیام)؛

۳. شنونده (گیرنده پیام) (فاطمه معین الغریبایی، ۱۳۸۹، ص ۱۸).

در مورد ویژگی‌های یک پیام خوب، آنچه مهم است، پیدایش صحیح هر سه مؤلفه است تا بتوان گفت این پیام، یک پیام کامل و به‌درستی شکل گرفته است. اگر پیام مدنظر ارسال‌کننده، از سوی گیرنده به طور کامل دریافت شود، آن را می‌توان یک «ارتباط مؤثر» به شمار آورد؛ به عبارت دیگر، شاخصه مؤثر بودن یک ارتباط، تفاهم (دریافت مشترک) است.

از سوی دیگر، می‌توان گفت، اگر یک پیام به‌درستی از سوی گیرنده آن دریافت نشود، یک ارتباط غیر مؤثر بوده است (همان، ص ۱۵). سوءتفاهم، نارضایتی از ارتباط، احساس تنهایی و تعارض در میان افراد یک خانواده و یا جامعه، از بین رفتن اعتماد به نفس و درماندگی فرد در طول زمان به علت عدم توان ارتباط با دیگران، و کاهش توانایی فرد در مقابله با مشکلات زندگی، از جمله آسیب‌های یک ارتباط غیر مؤثر است (فاطمی راد، ۱۳۹۵، ص ۱۰).

نکته دیگر، آن است که در امر ارتباط، شناخت تیپ ادراکی مخاطب نیز دارای اهمیت است. به لحاظ تیپ ادراکی، اشخاص به افراد بصری، سمعی، لمسی، سلطه‌جو، حسابگر و سازگار تقسیم می‌شوند که برای آشنایی این تیپ‌ها می‌توان به کتاب‌های روان‌شناسی مراجعه کرد (سیدا، ۱۳۸۵، ص ۲۸-۳۳).

با یک نگاه میدانی به فعالیت‌های تبلیغی‌ای که در ایام مناسبی و غیر مناسبی اتفاق می‌افتد، می‌توان این آسیب را در فعالیت‌های تبلیغی‌ای که به صورت چهره‌به‌چهره یا بر سر منابر و جلسات سخنرانی صورت می‌گیرد، شاهد این بود که به علت ضعف در یکی از این مؤلفه‌ها، پیام به طور ناقص یا غیر صحیح به مخاطب انتقال پیدا کرده است و آن هدفی که از امر تبلیغ انتظار می‌رود، یعنی تعمیق باورهای دینی، اتفاق نمی‌افتد.

فردی که می‌خواهد در امر تبلیغ دینی موفق باشد، باید این مهارت را به‌درستی بیاموزد، با مؤلفه‌های آن آشنا شود و با تمارینی که در ادامه خواهد آمد، این مهارت را به‌درستی در خود و فعالیت‌های تبلیغی، نهادینه نماید.

### مهارت‌های شکل‌دهنده ارتباط مؤثر

دو مهارت کلیدی در شکل‌دهی به یک ارتباط مؤثر نقش دارند. این دو مهارت، عبارت‌اند از:

الف. مهارت شنیدن (هنر گوش‌دادن)؛

ب. مهارت گفتن (هنر سخن‌گفتن).

در کنار هم بودن این دو مهارت، می‌تواند به شکل‌گیری مهارت کلان‌تر «ارتباط مؤثر» منجر شود.

### الف. مهارت گوش‌دادن (هنر گوش‌دادن)

به‌گونه‌ای می‌توان این‌گونه بیان داشت که گوش‌دادن، پیش‌نیاز یک ارتباط مؤثر است و آن را می‌توان یکی از دشوارترین رفتارهایی دانست که انسان بدان احتیاج دارد.



رانکین، یکی از پژوهشگران پیش‌گام علم ارتباطات، در مطالعه‌ای به این نتیجه می‌رسد که ۴۵ درصد از مسیر شکل‌گیری ارتباط میان افراد و نیز کسب اطلاعات، از طریق گوش دادن است (کریمی، ۱۳۸۴، ص ۱۱۳).

برای ارتباط صحیح با دیگران، گام نخست، درک طرف مقابل است که این امر، با گوش سپردن به سخنان او حاصل می‌شود. این درک شدن، وابسته به آن است که هرآنچه او در ذهن دارد، به‌درستی شنیده شود تا بتوان با دنیایی که او در ذهن خود ساخته، آشنا شد.

### انواع گوش‌دادن

می‌توان گوش‌دادن را بر سه گونه دانست:

۱. گوش‌دادن فعال: <sup>۱</sup> گوش‌دادنی است که شنونده، به‌طور کامل، دل در گرو سخنان گوینده دارد و اصل تمرکز او بر کلام گوینده است. عرب‌زبانان، به این‌گونه گوش‌دادن، استماع می‌گویند و نشان از آن دارد که شنونده به‌خوبی خود را در معرض کلام گوینده قرار داده است (معلوف، ۲۰۰۰، ص ۷۰۰).

نکته مهم آنکه هر گوش‌دادن فعالی، به فهم درست منجر نمی‌شود؛ چراکه ممکن است با وجود آنکه شنونده به‌خوبی گوش می‌دهد، ولی سخنان گوینده، فراتر از فهم او باشد و یا آنکه گوینده نتواند به‌خوبی آنچه را در ذهن دارد، بر سر زبان آورده و در مقام انتقال آن کلام باشد. از همین روی، در کنار مهارت گوش‌دادن، مهارت سخن‌گفتن نیز به میان آورده می‌شود که در این نوشتار به آن نیز خواهیم پرداخت.

۲. گوش‌دادن منفعل (کاذب): <sup>۲</sup> گوش‌دادنی است که مخاطب پیام، توجهی به گفتارهای گوینده ندارد. این نوع از گوش‌دادن، می‌تواند به علل مختلفی روی دهد. بی‌علاقگی به موضوع یا نفرت از گوینده، دو دلیل عمده در پیدایی این موضوع است. مبلّغی که به موضوع مناسب با سنّ مخاطب، جنس، مسائل و یا علایق او نپردازد، نمی‌تواند مخاطب خود را جذب کرده و از او خواهان همراهی باشد.

یکی دیگر از علل شایع در عدم گوش‌دادن، می‌تواند عدم‌پذیرش مبلّغ از سوی مخاطبان

1. active listening.

2. Passive listening.

باشد. عدم احاطه علمی کامل به موضوع، رفتارهای نامناسب مبلّغ در هنگام حضور در جلسه، اجباری بودن حضور مخاطبان در پای منبر و یا جلسه، نامناسب بودن فضای سخنرانی (به لحاظ شرایط آب‌وهوایی)، طولانی بودن جلسه، عدم به‌کارگیری درست وسایل صوتی و... می‌تواند از عمده علل شایع در همراهی نکردن مخاطبان و مستمعان باشد.

در روایات، به این‌گونه از گوش دادن اشاره شده است. در روایتی امام علی علیه السلام می‌فرماید: «ما کُلُّ ذِي قَلْبٍ بَلِيبٍ، و لا کُلُّ ذِي سَمْعٍ بِسَمِيعٍ، و لا کُلُّ نَاطِرٍ بِبَصِيرٍ (نهج البلاغه، خطبه ۸۸)؛ نه هرکه دلی دارد، خردمند است و نه هرکه گوش‌ی دارد، شنواست و نه هرکه چشمی دارد، بیناست.» در روایات دیگر، امیر مؤمنان، علی علیه السلام در مذمت مردم کوفه و عدم گوش دادن ایشان به سخنانشان که باید نتیجه‌اش اطاعت از آن حضرت باشد، این‌گونه می‌فرماید: «یا أَهْلَ الْكُوفَةِ، مُنِيتُ مِنْكُمْ بِثَلَاثٍ و اثْنَتَيْنِ: ضُمُّ دَوُوْ أَسْمَاعٍ، و بُكْمُ دَوُوْ كَلَامٍ، و عُمِّي دَوُوْ أَبْصَارٍ، لا أَحْرَازُ صِدْقٍ عِنْدَ اللَّقَاءِ، و لا إِخْوَانُ ثِقَّةٍ عِنْدَ الْبَلَاءِ (همان، خطبه ۹۷)؛ ای کوفیان! من به سه خصلت [که در شما هست] و دو خصلت [که اصلاً در شما نیست]، گرفتار شده‌ام: با اینکه گوش دارید، کر هستید و با اینکه سخن می‌گویید، گنگید و با اینکه چشم دارید، کورید [و اما آن دو خصلت که ندارید: نه هنگام رویارویی با دشمن آزادگانی با صداقت هستید و نه به گاه سختی و بلا، برادرانی مورد اعتماد می‌باشید.]»

۳. گوش دادن انتخابی: <sup>۱</sup> در این نوع گوش دادن، فرد فقط به بخشی از صحبت‌های دیگری گوش می‌دهد. گوش دادن انتخابی، نه تنها به موضوع گفت‌وگو، بلکه به گوینده بستگی دارد (تیلور، ۱۳۹۹، ص ۶۶).

### اصول گوش دادن فعال

برای تحقق گوش دادن فعال، لازم است به اصولی توجه کرد. این اصول، عبارت‌اند از:

#### اصل اول:

بکوشید در هنگام گوش کردن، قصدتان مثبت باشد. قصد مثبت می‌تواند یکی از این موارد باشد: قصد فهمیدن، جهت کمک کردن، به قصد یادگیری باشد و یا به قصد لذت بردن. این چهار مورد می‌تواند زمینه‌ساز یک گوش کردن فعال باشد.

1. selective listening.

هر قصدی غیر از این مقاصد چهارگانه، ما را به یک گوش دادن غیرفعال می‌کشاند. از همین روی، اولین اصل در گوش دادن فعال، آن است که قصدتان را از گوش کردن، یک قصد مثبت قرار دهید. اگر قصدی در یک گوش دادن باشد و موانعی هم در این بین نباشد، یک گوش دادن فعال شکل می‌گیرد. امام علی علیه السلام می‌فرماید: «عَوِّذُ أذُنِكَ حُسْنَ الْاسْتِمَاعِ (تمیمی آمدی، ۱۴۱۰، ح ۶۲۳۴)؛ گوش خود را به خوب شنیدن عادت بده.»

برخی از مبلغان، قبل از گوش دادن درست به سؤال افراد، سعی می‌کنند جوابی را که در ذهن دارند، برای سؤال‌کننده بازگو کنند که این می‌تواند خطاهایی را به همراه داشته باشد. یکی از آسیب‌های آن، این است که شاید خود سؤال‌کننده همه ابعادی را که شما می‌خواهید به پاسخ آن بپردازید، نیاز نداشته باشد یا آنکه بخشی از جواب آن را خود می‌داند و نیاز به تأیید آن جواب از سوی شما دارد. از همین روی، لازم است در هنگام مواجهه با سؤال دیگران، به‌خوبی به سؤال ایشان گوش داده شده و زوایای آن پرسش به‌درستی مشخص گردد.

لازمه یک پاسخ درست، خوب گوش دادن به سؤال دیگران است. در روایتی از امام علی علیه السلام نقل شده که ایشان می‌فرماید: «إِنَّمَا الْبَصِيرُ مَنْ سَمِعَ فَفَكَّرَ وَنَظَرَ فَأَبْصَرَ وَانْتَفَعَ بِالْعِبَرِ (نهج البلاغه، خطبه ۱۵۳)؛ آگاه کسی است که بشنود، فکر کند و بنگرد. سپس، بصیرت یابد و از عبرت‌ها بهره گیرد.»

اگر مبلغی این فرصت را به‌گوینده بدهد که او با یک آرامشی سؤال خود را مطرح کند، می‌تواند شاهد یک ارتباط مؤثر میان او و خود باشد.

از جمله موانع گوش دادن مبلغان دینی را می‌توان این موارد دانست: ذهن خوانی (گوش دادن فرایم به‌جای پیام)، مرور ذهنی پاسخ، گوش دادن انتخابی، نصیحت‌کردن، منحرف‌کردن بحث، یکی‌به‌دو کردن، حق‌جانب بودن، ساکت کردن.

در سنت یاران پیامبر صلی الله علیه و آله این‌گونه آمده است: «مَنْ تَكَلَّمَ، أَنْصَتُوا لَهُ حَتَّى يَفْرَغَ (طبرسی، ۱۳۷۰، ص ۱۵؛ طباطبایی، ۱۳۶۶، ص ۱۸)؛ کسی که سخن می‌گفت، به او گوش می‌دادند، تا سخنش به پایان برسد.» این رفتار در مجالست با دیگران، حاصل آموزه‌های پیامبر اسلام صلی الله علیه و آله است؛ چراکه خود آن حضرت، عملاً چنین بود و با رفتار خویش به آنان این‌گونه درس آموخته بود.

در باره سیره علمی امام رضا علیه السلام نیز از ابراهیم‌بن‌عباس این‌گونه آمده است که: «وَمَا رَأَيْتُ

قَطَعَ عَلَى أَحَدٍ كَلَامَهُ حَتَّى يَفْرَغَ مِنْهُ (مجلسی، ۱۴۰۳، ج ۴۹، ص ۹۰)؛ آن حضرت را هرگز ندیدم که سخن کسی را قطع کند؛ مگر آنکه آن شخص از سخن خویش فارغ شود.»

#### اصل دوم:

کوشش کنید تا پرتکرارترین موانع ذهنی خود به هنگام گوش کردن را تشخیص دهید و خنثا نمایید. یکی از تمرین‌های خوب در این مورد، تهیه جدول «پایش موقعیت‌های ارتباطی» است. برای تهیه این جدول، دو ستون کشیده و در بخشی از این ستون، موقعیت‌های ارتباطی و در بخش دیگر، موانع گوش دادن در آن موقعیت را ثبت می‌کنید. بعد از گذشت مدت زمانی، پی می‌برید که کدامیک از این موانع، پرتکرارترین موارد بوده و بعد از آن، به اصلاح آن مانع اقدام کنید.

#### اصل سوم:

پس از اتمام پیام یا واحد پیام‌گوینده از «بازگویی» استفاده کنید. برای تمرین آن، می‌توانید از تکنیک «نقل قول» (paraphrasing) استفاده نمایید. نقل قول، یک مهارت مهم زبانی و آکادمیک است و وقتی انجام می‌شود که شما نظراتی که خوانده‌اید یا شنیده‌اید را با استفاده از جمله‌بندی و کلمات خودتان بیان کنید. برای تمرین، لازم است که شما یک متن را بخوانید و مفهوم آن را با کلمات خودتان بیان نمایید.

کاری که شما باید به‌عنوان یک شنونده خوب انجام دهید، آن است که مفهوم را به‌درستی درک کنید و با زبان خودتان، آن‌گونه که برای گوینده نیز قابل فهم باشد، بیان کنید. این روش، در مقابل تکنیک «خلاصه کردن» (summarising) است که شما فقط نکات مهم متن و یا سخنان طرف مقابل را بیان می‌کنید. پس، توجه داشته باشید که نباید خلاصه کنید؛ بلکه باید با زبان گوینده و مطابق با فهم او، بازگویی کنید.

بازگویی سخنان گوینده، چند مزیت را به همراه دارد:

- \* بازگویی به شنونده این امکان را می‌دهد تا موانع ذهنی گوش دادن را خنثا کند.
- \* بازگویی به شنونده این امکان را می‌دهد تا برداشت غلط خود را در ابتدای ارتباط، شناسایی و اصلاح کند.

\* بازگویی به شنونده این امکان را می‌دهد تا هدیه‌ای به نام شنیده‌شدن را به گوینده ببخشد.

\* بازگویی به شنونده این امکان را می‌دهد تا به تسهیل فرایند ارتباط کمک کند.

چهار نوع بازگویی وجود دارد:

۱. بازگو کردن عین عبارات یا گفته‌های گوینده (پیام‌های طولانی): در اینجا مبلغ می‌تواند کلامی را که از دیگری شنیده است، برای او به طور مفصل بازگو کند. از جمله مزیت‌های این گونه بازگویی، آن است که گوینده سخن، این برداشت را می‌کند که مبلغ به درستی به سخنان او توجه کرده است و برای او ارزش قائل است؛ اما باید به این نکته توجه کرد که استفاده از این شیوه، زمانی کارآمد است که مبلغ وقت کافی برای این ارتباط داشته باشد؛ وگرنه استفاده از این شیوه، کارایی ندارد.

۲. بازگو کردن احساسات گوینده (پیام‌های کوتاه): در این شیوه، مبلغ دینی پس از اتمام کلام شخص، به بیان احساسات گوینده می‌پردازد؛ به‌عنوان نمونه، «از صحبت‌هایی که کردید، مشخص هست خیلی خوشحال‌اید که این اتفاق خوب در زندگی دوستان افتاد» و یا اینکه «ناراحت هستید از اینکه نتوانستید این کار خیر را انجام دهید.»

۳. بازگو کردن منظور گوینده (پیام‌های کوتاه): برای بازگو کردن منظور، کافی است پس از اتمام سخن، به بیان کلی منظور گوینده از سخن پرداخت؛ برای نمونه، «پس، منظور شما این هست که اگر این اتفاق نمی‌افتاد، شما هم به ادامه تحصیل می‌پرداختید؟» این گونه بازگو کردن، می‌تواند در قالب سؤال مطرح شود.

۴. خلاصه‌گویی (پیام‌های طولانی): که ترکیبی از سه نوع بازگویی ذکر شده است.

#### اصل چهارم:

پس از بازگویی، اقدام به شفاف‌سازی (clarification) ماهیت پیام گوینده، از طریق «روشن‌سازی» می‌کنید. از طریق روشن‌سازی، دو چیز مشخص می‌شود:

الف. روشن کردن ماهیت مشکل؛

ب. روشن کردن علت مسئله.

تنها ابزار مبلغ در این مورد، پرسیدن سؤال است؛ اما باید به این نکته توجه کرد که هر سؤالی، به شفاف‌سازی منجر نمی‌شود. برخی از سؤالات، ممکن است فضا را پیچیده و غبارآلود کند. پس، باید در این مورد، مبلغ دینی به دو امر توجه نشان دهد: نخست آنکه باید بر موضوعی که می‌خواهد ورود کند، تسلط داشته باشد و دوم آنکه قصد سؤال‌کننده، مثبت باشد؛ یعنی به قصد فهم بیشتر، یادگیری بهتر و یا همدلی صورت بگیرد.

### اصل پنجم:

به دنبال روشن شدن پیام گوینده، بازخورد (feedback) بگیرید. بازخورد پاسخ‌های آشکار شنونده، به مطالبی است که از گوینده خبر آن را شنیده است (میلر، ۱۳۸۰، ص ۷۶). این بازخورد، باید صادقانه، فوری و حمایت‌گرانه<sup>۱</sup> باشد.

### اصل ششم:

برای آنکه گوش دادن کاملی شکل بگیرد، باید از ابزاری به نام «زبان بدن» نیز بهره بگیرید. برای تحقق این امر، مبلغ باید چند عمل را انجام داد:

۱. روبه‌روی گوینده بنشینید و اندکی به طرف وی متمایل شوید.
۲. به گوینده نگاه کنید و تماس چشمی خود را حفظ نمایید.
۳. سرتان را تکان دهید و به طور متناوب، از کلمات تأییدی همچون «بله» و «آری» استفاده کنید.
۴. بکوشید تا چهره شما انعکاسی از احساسات گوینده باشد.
۵. فعالانه از تمامی موانع توجه، دوری کنید.

### ب. هنر سخن گفتن

از مهارت‌هایی که هرکسی بدان نیاز دارد، مهارت سخن گفتن است. نعمت سخن گفتن، از جمله نعمت‌های الهی است که به انسان داده شده و به‌گونه‌ای یکی از شاخصه‌های تمایز انسان از غیرانسان، نعمت سخن گفتن است (طباطبایی، ۱۳۹۴، ج ۱۹، ص ۹۵). خدای متعال بعد از خلقت پُر راز و رمز انسان، فوراً به نعمت و عظمت «بیان» اشاره می‌کند و می‌فرماید: «الرَّحْمَنُ، عَلَّمَ الْقُرْآنَ، خَلَقَ الْإِنْسَانَ، عَلَّمَهُ الْبَيَانَ» (الرحمن، آیه ۱-۴)؛ به نام خدا که رحمتش بی‌اندازه است و مهربانی‌اش همیشگی، قرآن را تعلیم داد، انسان را آفرید و به او بیان آموخت.» در معنای لغوی بیان، به هر چیز بین و آشکارکننده، بیان گفته می‌شود (نجار، ۱۹۸۹، ج ۱، ص ۸۰). با توجه به این معنا، نه فقط نطق و سخن، بلکه خط و انواع استدلال‌های عقلی و منطقی که بیانگر مسائل مختلف و پیچیده است، همگی در مفهوم بیان جمع است؛ هرچند آنچه در این نوشتار، منظور از بیان کردن، همان سخن گفتن است.

۱. منظور از حمایت‌گرانه، آن است که عزت نفس شخص نباید آسیب ببیند.

حقیقت سخن گفتن، از پیچیده‌ترین اعمال انسان است. اگر نقش بیان در تکامل و پیشرفت زندگی انسان‌ها و پیدایش و ترقی تمدن‌ها را در نظر بگیریم، اذعان خواهیم کرد که اگر این نعمت بزرگ نبود، انسان هرگز نمی‌توانست تجربیات و علوم خود را به‌سادگی از نسلی به نسل دیگر منتقل سازد.

امر تبلیغ دین هم به گونه بسیاری با سخن گفتن عجین شده است و به‌گونه‌ای دیگر، اگر سخن گفتن را از تبلیغ جدا کنیم، گویی بنیان آن را از بین برده‌ایم.

برای فهم بهتر مهم بودن این مهارت، کافی است به دعای موسی عَلَيْهِ السَّلَام توجه کنیم که از خدای متعال بعد از طلب شرح صدر و آسانی کار رسالت، باز شدن گره از زبان خود را می‌خواهد: «وَاحْلُلْ عُقْدَةً مِّنْ لِّسَانِي، يَفْقَهُوا قَوْلِي (طه، آیه ۲۷-۲۸)؛ و گره از زبانش بگشاید؛ تا سخن مرا به طور عمیق بفهمند.» در این آیات، موسی عَلَيْهِ السَّلَام از خداوند می‌خواهد که «گره از زبانش» بگشاید؛ یعنی موانع فهم سخن او را برطرف سازد تا بتواند آن‌چنان فصیح و بلیغ سخن بگوید که هر شنونده‌ای به‌راحتی و عمیقاً سخنان او را درک کند. اینکه برخی از مفسران گفته‌اند که موسی در کودکی زبانش سوخته بود و در سخن گفتن، گرفتگی داشت و درخواست او مربوط به این مطلب بوده، مورد قبول برخی از مفسران نیست (مکارم شیرازی، ۱۳۷۳، ج ۱۳، ص ۱۸۷).

بر اساس تفسیر سوره نور، این دو آیه بیانگر سه نکته بسیار مهم است:

الف. نشان می‌دهد که ساده‌گویی و بیان روان، کمال است؛ «وَاحْلُلْ عُقْدَةً مِّنْ لِّسَانِي».

ب. در هدایت و بسیج کردن مردم و روحیه دادن به نیروها و ارباب و تضعیف روحیه

طاغوت، زبان گویا بسیار مهم است؛ «وَاحْلُلْ عُقْدَةً مِّنْ لِّسَانِي»

ج. اصل، فهمیدن مردم است؛ نه اصطلاحات زیبا؛ «يَفْقَهُوا قَوْلِي» شرط موفقیت در

تبلیغ، آن است که مردم حرف مبّغ را خوب بفهمند (قرآنی، ۱۳۷۵، ج ۵، ص ۳۳۵).

با بیانی که گذشت، مشخص شد که نمی‌توان برای «سخن گفتن» بدیلی قرار داد؛ گرچه

امروزه تصویر و رسانه، نقش خاصی را در ارتباط میان افراد ایفا می‌کند؛ ولی منبر و سخنرانی،

دارای جایگاه خاصی در میان انواع تبلیغات دینی است.

### کارکردهای سخن گفتن

۱. یکی از راه‌های انتقال احساسات میان انسان‌ها، زبان است. انسان‌ها با سخن گفتن،

احساسات خویش را با دیگری در میان می‌گذارند؛ از جمله، دلخوری خود و شادی‌ای را که در

دل دارند، با کلماتی قابل فهم برای دیگری بیان می‌کنند.

۲. زبان و سخن گفتن، راهی برای بیان نیازهاست. در اوایل کودکی، این امر با زبان بدن هست. کودک با گریه به دیگران می‌فهماند که نیاز به خوراک دارد و یا مایل به توجه بیشتری از سوی دیگران است؛ اما وقتی سنّی از او می‌گذرد، نیازها تنوع پیدا می‌کند و اینجاست که دیگر زبان بدن، کفایت این امر را نمی‌کند. از همین روی، زبان، بهترین وسیله برای بیان این نیازهاست.

۳. زبان، راهی برای رسیدن به خواسته‌هایی است که در طول زمان تغییر می‌کند.

۴. زبان، وسیله‌ای است که با آن می‌توان خط‌قرمزها و دغدغه‌ها را برای دیگران بیان کرد. اینها بخشی از کارکردهایی است که سخن گفتن برای انسان به همراه دارد و بحث در این باره، بیشتر از این مواردی است که در اینجا بیان شد.

باید به این نکته اشاره کرد که نیک سخن گفتن، بخشی از نیازی است که مبلّغ باید به دنبال کسب مهارتش باشد. بخش دیگر آن، سخن نیک است که لازمه آن، این است که منبعی که سخن از آن نقل می‌شود، منبعی معتبر و قابل اطمینان باشد. سخنی باشد که نیک باشد و از سر جهالت نباشد.

سخن سنجیده گفتن، از صفات پسندیده انسان است و در مقابل بیهوده‌گویی و هرزه‌درآیی به کار می‌رود (تهوری، ۱۳۹۲، ص ۵). در اصل، سخن سنجیده، سخنی است که مقدمات آن از عقل سرچشمه گرفته باشد و باعث ارجمندی متکلم گردد (قاسمی، ۱۳۸۹، ص ۴). در آیه ۹ سوره نساء، خدای متعال انسان را به تقوای الهی و سخن گفتن استوار امر می‌کند؛ «فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا» همچنین در سوره احزاب آیه ۷۰، خدای متعال از اهل ایمان خواسته است که خداترس باشند و سخن حق و صواب بگویند؛ «يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا». این امر، نشان از آن دارد که برای رسیدن به ایمان حقیقی، لازم است که در کنار داشتن تقوای الهی، کلامی حق مدار داشت.

#### مراحل پیام‌رسانی کامل

بدیهی است که اگر کارکردهای گفتن به درستی صورت نگیرد و خواسته‌ها، احساس‌ها و نیازها به درستی بیان نشود، پیام‌رسانی یک امر ناقصی خواهد بود. برای اینکه یک پیام‌رسانی توسط مبلّغ به صورت کامل صورت بگیرد، باید به نکاتی توجه کرد. نکاتی که در ادامه آورده شده، در دو قالب سخنرانی و نیز گفت‌وگوی چهره‌به‌چهره دارای کارکرد است. این نکات، عبارت‌اند از:



۱. زمان و مکانی برای گفت‌وگو و یا سخنرانی انتخاب شود که شنونده سخنان، آمادگی گوش دادن فعال را به سخنان گوینده داشته باشد. سخنرانی در فضای گرم و یا یک فضای سرد، نمی‌تواند به یک ارتباط مؤثر منجر شود. همچنین است، اگر جلسه سخنرانی در ساعات پایانی شب و یا در انتهای یک جلسه باشد. از همین روی، لازم است که سخنران با هماهنگی مدیران برگزاری جلسه، زمان مناسبی را برای سخنرانی انتخاب کند.
۲. لازم است سخنران، ذهن خود را از آنچه باعث می‌شود تمرکزش بر روی موضوع با خدشه روبه‌رو شود، دور نماید. سعی کند با آرامش خاصی در جلسه حضور یابد و برای حل مشکلات و دغدغه‌های خود، زمانی را در خارج از جلسه سخنرانی اختصاص دهد. یکی از بهترین تکنیک‌ها، آن است که این افکار رهن را در کاغذی یادداشت کرده تا بعد از جلسه سخنرانی، بدان‌ها پردازد.
۳. برای ورود به بحث، سعی شود مقدمه‌ای خوبی آماده شود تا بدان وسیله، با ایجاد انگیزه، توجه مخاطبان را بیشتر به خود جلب کند. داستان‌های مستند و واقعی، از جمله راه‌های ورود خوب به موضوع است که در هر گروه سنی، این شیوه دارای کارآمدی بسیار است.
۴. سعی شود صحبت‌ها شمرده‌شمرده باشد و مهم در سخن آن باشد که گوینده بخواهد به‌گونه‌ای سخن خود را به شنونده انتقال دهد که او به‌درستی آن را فهم کند. شمرده سخن گفتن، به‌گونه‌ای که کلمات به‌وضوح توسط شنونده درک شود، یاریگر وضوح پیام است. عدم توجه به این امر (شمرده‌شمرده سخن گفتن)، می‌تواند این باور را به شنونده انتقال دهد که گوینده سخن، دارای اضطراب است و یا اینکه اعتمادبه‌نفس او پایین است.
۵. در هنگام سخن گفتن، به تَن صدای خود توجه داشته باشد. تن صدا، نشان‌دهنده هیجانات گوینده است. باید توجه شود که در کجای سخن لازم است از صدای بلند، و در کجای سخن لازم است از صدای پایین استفاده کرد.
۶. به زبان بدن خویش توجه داشته باشد. نکته‌ای که در این میان هست و خود نیاز به نگاشتن یک پژوهش مجزاست، نقش زبان بدن در کنار این دو مهارت است. برخی از روان‌شناسان بر این باورند که انسان‌ها ۶۵ درصد عقاید و احساسات خود را بدون به‌کارگیری کلمات با دیگران در میان می‌گذارند (رایت، ۱۳۸۷، ص ۳۱).
۷. جمع‌بندی درستی از گفت‌وگو توسط مبلغ در انتهای صحبت یا سخنرانی صورت گیرد.

۸. سعی شود برای گفت‌وگو و یا سخنرانی زمان‌بندی کرد و با به انتها رسیدن زمان گفت‌وگو، صحبت را به پایان رساند. توجه به این نکات هشت‌گانه، می‌تواند بر اثربخشی ارتباط میان مبلغ دینی و مخاطب او بیفزاید.

### نتیجه

توجه به هر ابزاری که می‌تواند یاریگر امر تبلیغ دین باشد، امری ضروری است. مهارت ارتباط مؤثر، یکی از همان ابزارهایی است که دارای کارکردهای فراوانی در امر تبلیغ دین است که اگر به‌خوبی از آن استفاده نشود و یا مورد غفلت واقع شود، تبلیغ دین شکل نمی‌گیرد. در ذیل مهارت ارتباط مؤثر، دو مهارت بسیار مهم هست که هر دوی ایشان، دارای اهمیت بوده و نمی‌تواند جایگزین دیگری شود. این دو مهارت، عبارت‌اند از «هنر گوش‌دادن» و «هنر سخن‌گفتن» که هر دو، از جمله مهارت‌های اکتسابی است که با برخی از تمارین و فعالیت‌های عملی می‌توان بدان دست یافت. برای کسب مهارت گوش‌دادن فعال، لازم است یک مبلغ به شش اصل اساسی توجه کند که مهم‌ترین آنها، گوش‌دادن به قصد فهمیدن کلام مخاطب است. در هنر سخن‌گفتن نیز بیان شد که مبلغ باید به دو مطلب بسیار مهم توجه کند: چه بگوید و چگونه بگوید. با توجه به پاسخ این دو سؤال، باید محتوا و قالب ارتباطی خویش را مشخص نماید. از همین روی، ضروری است همه مبلغان دینی با یادگیری درست این مهارت‌ها، آنها را در عرصه تبلیغ دین به کار گرفته و بر اثربخشی فعالیت‌های تبلیغی خود بیفزایند. بررسی شیوه‌های ارتباط مؤثر مبلغ دینی در رسانه‌ها و به‌طور خاص، فضای مجازی و نیز آموختن دیگر مهارت‌های زندگی، همچون حل تعارض‌ها، می‌تواند از جمله کارهای پژوهشی مرتبط با این موضوع باشند.

## منابع

۱. قرآن کریم.
۲. نهج البلاغه.
۳. ابن منظور، محمد بن مكرم، ۱۴۱۴ق، لسان العرب، تصحيح: جمال الدين ميردامادي، بيروت، دارالفكر للطباعة والنشر والتوزيع.
۴. اديب، يوسف، ۱۳۸۲، «طراحی الگوی مناسب برنامه درسی و نوآوری های آموزشی»، سازمان پژوهش و برنامه ریزی آموزشی، شماره ۳.
۵. اعتمادی، عذرا، ۱۳۹۴، «بررسی رابطه مهارت های ارتباطی با صمیمیت زناشویی»، پژوهش های علوم شناختی رفتاری، شماره ۲.
۶. امیری، مجتبی، ۱۳۹۷، «برآوردی از پیامدهای روندهای دین داری در آینده تبلیغ دین»، مطالعات فرهنگ - ارتباطات، شماره ۴۵.
۷. اون، هارچی و کریستین، ساندرز و دیکسون، دیوید، ۱۳۷۷، مهارت های اجتماعی در ارتباطات بین فردی، مترجم: خشایار بیگی و مهرداد فیروزبخت، تهران، رشد.
۸. تمیمی آمدی، عبدالواحد بن محمد، ۱۴۱۰ ق، غررالحکم و دررالکلم، تصحيح: سيد مهدی رجایی، قم، دار الکتب اسلامی.
۹. تهوری، نرگس، ۱۳۹۲، «تحلیل درون مایه های تربیتی در بهارستان جامی»، ماهنامه معرفت، شماره ۱۹۱.
۱۰. تیلور، شربی و تسلر، آلیسون، ۱۳۹۹، ارتباط کلید موفقیت شما، مترجمان: سید نادر آزاد صفت و فریبا قلعه نویی، تهران، ارجمند.
۱۱. رایت، آندره، ۱۳۸۷، ارتباط موفقیت آمیز با دیگران، مترجم: بهناز پیاده، تهران، شباهنگ.
۱۲. سیدا، محمد، ۱۳۸۵، ۱۲ گام ارتباط مؤثر، تهران، مادر.
۱۳. شریفی، عنایت الله، ۱۳۹۶، «مهارت های ارتباطی در قرآن»، پژوهش نامه معارف قرآنی، شماره ۳۰.
۱۴. طباطبایی، سید محمد حسین، ۱۳۹۴ق، المیزان فی تفسیر القرآن، لبنان، مطبعة التجارية.
۱۵. \_\_\_\_\_، وقفهی، محمد هادی، ۱۳۶۶، سنن النبی ﷺ، تهران، کتاب فروشی اسلامیة.
۱۶. طبرسی، حسن بن فضل، ۱۳۷۰، مکارم الأخلاق، قم، الشریف الرضی.

۱۷. فاطمی راد، محمدحسن و صابری فرد، لیلا و ناقل، صدیقه، ۱۳۹۵، روان‌شناسی ارتباط مؤثر، تهران، واینا.
۱۸. فرهنگی، علی‌اکبر، ۱۳۸۰، ارتباطات انسانی، تهران، خدمات فرهنگی رسا.
۱۹. فیاض، ابراهیم، ۱۳۸۹، تعامل دین فرهنگ و ارتباطات، تهران، شرکت چاپ و نشر بین‌الملل.
۲۰. قاسمی، رضا، ۱۳۸۹، «بازتاب مضامین اخلاقی کلام امام علی علیه السلام در شعر سعدی شیرازی»، فصلنامه اخلاق، شماره ۱۹.
۲۱. قرائتی، محسن، ۱۳۷۵، تفسیر نور، قم، مؤسسه در راه حق.
۲۲. کریمی، حسین، ۱۳۸۴، «هنر گوش دادن در ارتباطات» معرفت، شماره ۹۲.
۲۳. لیتل جان، استیفن، ۱۳۸۴، نظریه‌های ارتباط، مترجم: مرتضی نوربخش و اکبر میرحسینی، تهران، جنگل.
۲۴. مجلسی، محمدباقر، ۱۴۰۳ق، بحار الانوار، تصحیح: جمعی از محققان، بیروت، دار احیای التراث العربی.
۲۵. محسنیان راد، مهدی، ۱۳۸۲، ارتباط‌شناسی، تهران، نبوی.
۲۶. \_\_\_\_\_، ۱۳۸۹، ارتباط‌شناسی، ارتباط انسانی، میان‌فردی، گروهی و جمعی، تهران، سروش.
۲۷. محمدی ری‌شهری، محمد، ۱۳۹۲، دانشنامه قرآن و حدیث، قم، دار الحدیث.
۲۸. معافی، محمود، ۱۳۸۹، «آموزش آداب و مهارت‌های زندگی»، رشد معلم، شماره ۲۴۸.
۲۹. معلوف، لوئیس، ۲۰۰۰، المنجد فی اللغة العربیة المعاصر، بیروت، دار المشرق.
۳۰. معین‌الغربائی، فاطمه، ۱۳۸۹، راهکارهایی برای بهبود روابط بین‌فردی، تهران، قطره.
۳۱. مکارم شیرازی، ناصر و دیگران، ۱۳۷۳، تفسیر نمونه، تهران، دار الکتب الإسلامیه.
۳۲. میلر، جرالدر، ۱۳۸۰، ارتباط کلامی، مترجم: علی ذکاوتی، تهران، سروش.
۳۳. نجار، محمدعلی، ۱۹۸۹م، المعجم الوسیط، استانبول، دار الدعوة.
34. Keyton, j. 2011. Communication and organization culture: A key to understanding workexperince. Thousand Oaks, CA: Sage.
35. Turner.N.E., Macdnald, J., & Somerest. 2014. "M. Life skills, mathematical reasoning and critical thinking: a curriculum for the prevention of problem gambling". Journal Gamble Stud 3.





# Journal of Islamic Propagation

---

Volume 3 ● No 7 ● Spring & Summer 2022

## Communication Skills in Propagation

Hassan Bahmani\*

### Abstract

Propagators are the guardians of the religious and cultural thoughts of the society, and propagation is an eternal art, which is shown on the board of existence with the persistent efforts of propagators. In the process of propagation, the skill of communicating with the audience plays a significant role in the success of the propagator and the effectiveness of his words. Therefore, communication techniques are very important in the propagation of religion. The present research was conducted with the aim of achieving the techniques of communication skills in the propagation of religion. In order to achieve this goal, the concept of skill, communication, propagation and communication skills has been explained via the descriptive-analytical method, then by searching religious texts and psychological sciences, the best and most efficient methods of communication skills in propagation has been found. The findings of this study are based on the fact that communication skills are of two types; verbal and non-verbal. The types of verbal communication skills that are more prominent in propagation include clarity and comprehensibility of speech, appropriateness of speech, honesty, gratefulness, and praise for good deeds, and the non-verbal communication skills needed by the preacher include things such as ignoring, grooming, active listening, looking, and humility.

### Keywords

Communication skills, religion propagation, verbal skills, non-verbal skill.

---

\* Master's student in psychology and researcher at Shams Educational and Research Institute. h.bahmani1993@gmail.com.





## مهارت‌های ارتباطی در تبلیغ

حسن بهمنی \*

### چکیده

مبلغان مرزداران اندیشه‌های دینی و فرهنگی جامعه هستند و تبلیغ، هنری است جاودانه، که با تلاش پیگیر مبلغان، بر تابلوی هستی به نمایش در می‌آید. در فرآیند تبلیغ، مهارت ارتباط با مخاطب، نقش بسزایی در موفقیت مبلغ و تاثیرگذاری کلام او دارد. از این رو تکنیک‌های ارتباطی در تبلیغ دین، از اهمیت شایانی برخوردار است. پژوهش حاضر با هدف دستیابی به تکنیک‌های مهارت‌های ارتباطی در تبلیغ دین، انجام شده است. برای رسیدن به این هدف، با روش توصیفی-تحلیلی، ابتدا مفهوم مهارت، ارتباط، تبلیغ و مهارت‌های ارتباطی، تبیین شده، سپس با جست‌وجوی در متون دینی و علوم روانشناختی، جهت یافتن بهترین و کارآمدترین روش‌های مهارت‌های ارتباطی در تبلیغ، اقدام شده است. یافته‌های این پژوهش بر این اساس است که، مهارت‌های ارتباطی، بر دو گونه است؛ کلامی و غیر کلامی؛ آن دسته از مهارت‌های ارتباطی کلامی که در تبلیغ، ظهور و بروز بیشتری دارد شامل شفاف و قابل فهم بودن سخن، شایستگی سخن، صداقت، تشکر و ستایش در برابر کار نیک هستند و مهارت‌های ارتباطی غیر کلامی مورد نیاز مبلغ، شامل مواردی نظیر تغافل، آراستگی ظاهری، گوش دادن فعال، نگاه کردن و تواضع و فروتنی می‌شود.

**کلیدواژگان:** مهارت‌های ارتباطی، تبلیغ دین، مهارت کلامی، مهارت غیرکلامی.



## مقدمه

ارتباطات انسانی بخش عمده‌ای از زندگی هر فرد را تشکیل داده و حیات اجتماعی انسان بدون آن امکان پذیر نیست. «رانکین»، پژوهشگر پیشگام علم ارتباطات، به این نتیجه رسیده است که حدود ۷۰٪ زمان بیداری افراد در ارتباطات می‌گذرد (فرهنگی، ۱۳۷۳، ص ۵۳). یکی از مهم‌ترین ابعاد انسان، ارتباطات او با دیگران است که از طریق آن، دانش‌ها و مهارت‌های بشر در جوامع کوچک و بزرگ از خانواده گرفته تا جامعه بین‌المللی، جا به جا و به دیگر انسان‌ها منتقل می‌گردد. مطالعات مربوط به ارتباطات - به صورت یک علم مستقل - در دهه‌های اخیر تحولات قابل توجهی داشته و پژوهش‌های خوبی در این زمینه صورت گرفته است از جمله کتاب «مهارت‌های ارتباطی» نوشته الیزابت کونکه، یا کتابی دیگر با همین عنوان نوشته محمدسعید احمدی، «روانشناسی مهارت‌های ارتباطی» اثر جواد شادی و مقالاتی همچون «مهارت‌های ارتباطی در سیره رضوی» نوشته احسان نامدار جویمی، «مهارت‌های ارتباطی در قرآن» اثر عنایت‌الله شریفی، اما هیچکدام با رویکرد ارتباطات تبلیغی نگارش نشده است.

در طول تاریخ، ارتباطات تبلیغی مورد توجه همه انبیاء علیهم‌السلام به ویژه نبی مکرم اسلام صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم و ائمه اطهار علیهم‌السلام بوده است. اولین انسان که نقش پیامبری نیز داشت، با دریافت وحی، مأموریت یافت علاوه بر اینکه رابطه‌ی خویش را با «خود» و با «خدا» براساس آموزه‌های وحیانی تنظیم کند، پیام خدا را نیز به دیگر انسان‌ها برساند و با برقراری ارتباط با آنان، پیام خداوند را «تبلیغ» کند و بدون هیچ کاستی، آن را به دیگر مخاطبان ابلاغ نماید. بنابراین، ارتباطات و تبلیغات دینی، پیشینه‌ای به قدمت خلقت انسان دارد، زیرا انسان، مخاطب دین است. رفتار تبلیغی انبیاء الهی علیهم‌السلام نیز نشان می‌دهد که آنان همواره با تمام ظرفیت ممکن برای انجام رسالت اصلی خود - که همان تبلیغ ارزش‌های الهی و دعوت مردم به توحید و پرهیز از شرک و طاغوت است - با همه انسان‌ها ارتباط برقرار می‌کرده‌اند و به ابزارها، قالب‌ها، شیوه‌های تبلیغی و فنون نفوذ و تأثیرگذاری متناسب با موقعیت‌های خود، توجه ویژه‌ای داشته‌اند، تفاوت معجزات انبیاء و تناسب آن‌ها را با وضعیت اجتماعی و فرهنگی جامعه خود، می‌توان در همین راستا تحلیل کرد. با توجه به حدیث شریف نبوی که «علما وارثان پیامبرانند» (دیلمی، ۱۳۸۵، ج ۱، ص ۴۲)، می‌توان گفت وظیفه علما و روحانیون در راستای استمرار همان وظیفه، مسئولیت و رسالت پیامبران و

انمه عَلَيْهِ السَّلَام است؛ به عبارت دیگر، رسالت و مسئولیت روحانیت، رسالتی تمام عیار، از جنس و سنخ رسالت اولیای خداست، لیکن با مراتبی خفیف‌تر. این رسالت مهم، مستلزم ارتباط با مردم و جامعه است، خصوصاً در عصر حاضر که همه ما ناگزیر از برقراری ارتباط با دیگران هستیم، چگونگی برقراری ارتباط خوب و نتیجه‌بخش در امر تبلیغ، از اهمیت زیادی برخوردار است. تبلیغ وقتی موجب هدایت می‌شود، که مخاطب ابتدا به حرف مبلغ گوش دهد، لذا مبلغ باید بتواند ارتباط مثبتی با مخاطب برقرار کند، سپس به بیان معارف دین بپردازد؛ برای ورود به اندیشه و باور مخاطب به جهت تاثیر گذاری، راهی جز یادگیری و بکارگیری مهارت‌های ارتباطی نیست. تا کنون از خود پرسیده‌اید چرا برخی از طلاب به خوبی توانسته‌اند با مخاطب خویش، ارتباط برقرار کنند و موفقیت‌های تبلیغی خوبی کسب کنند، اما بعضی دیگر، پس از مدت‌ها از حضور در منطقه تبلیغی، هنوز نتوانسته‌اند رابطه‌ای صمیمی با اهالی ایجاد کنند؟ پاسخ به این پرسش در حل این مسئله است که چگونه بین دو نفر ارتباط برقرار می‌شود؟ و یا به عبارت دیگر، با چه روش‌ها و تکنیک‌هایی می‌توان با دیگران ارتباط برقرار کرد؟

با توجه به نقش مهم مهارت‌های ارتباطی در تبلیغ و همچنین جایگاه آن در تعالیم اسلامی، سعی خواهیم کرد روش‌ها و تکنیک‌های مهارت‌های ارتباطی را در متون مقدس و همچنین دستاوردهای علوم تجربی، بررسی و آن‌ها را به گونه‌ای بیان کنیم که برای مبلغان محترم، کاربردی باشد.

## تعاریف و مفاهیم

### ۱. مهارت

مهارت در لغت در معانی چیرگی (proficiency)، صلاحیت (competence) و متخصص شدن (expertise) به کار رفته است (شریفی، ۱۳۹۶، ص ۱۵۱). مهارت‌ها در یک دسته بندی کلی به دو دسته تقسیم می‌شوند:

۱-۱. مهارت‌های نرم؛ این مهارت باعث می‌شود روابط طولانی‌تر و با کیفیت‌تری با دیگران برقرار کنید و شامل مهارت‌های ارتباطی، مهارت‌های بین فردی، بهره احساسی، اخلاق حرفه‌ای، رهبری و مدیریت افراد، ارتباطات اثربخش، خلاقیت، تفکر تحلیلی، انعطاف‌پذیری، حل مسئله، رهبری و تیم‌سازی است. این مهارت، غیر فنی، ناملموس و مهارت‌های خاص

شخصیتی است که قوت یک فرد را به عنوان یک رهبر، یک شنونده، یک مذاکره کننده و یا یک میانجی در رفع تضاد مشخص می‌سازد (خنیفر، ۱۳۹۷، ص ۱۱). در این پژوهش منظور ما از مهارت، مهارت‌های نرم هستند.

۲-۱. مهارت‌های سخت؛ این مهارت به ظرفیت‌های فنی مرتبط با وظایف حرفه‌ای در یک حوزه شغلی ارتباط دارد. مهارت‌های سخت معمولاً به اکتساب دانش و شناخت اولیه‌ی آن حوزه خاص مرتبط هستند، مانند مهارت‌های اجرایی و فنی (همان).

## ۲. ارتباط

برای ارتباط تعریف‌های بسیار زیادی ارائه شده است، لیکن تعریفی که مورد اتفاق همه صاحب نظران علوم ارتباط باشد، بیان نشده است. می‌توان کم توجهی و جوان بودن این رشته را علت این امر دانست (محسنیان راد، ۱۳۸۲، ص ۳۹). اما تنودور کلونگر علت تعریف ناپذیری ارتباطات را در مباحث علمی و پژوهشی ناشی از این امر می‌داند که «فعل (Communicate to)» به معنای «ارتباط برقرار کردن»، در واژگان عام به خوبی جا افتاده است. بنابراین، ارائه تعریفی واحد از آن به راحتی امکان پذیر نخواهد بود (لیتل جان، استیفن، ۱۳۸۴، ترجمه مرتضی نوربخش، ص ۳۵). علاوه بر این علل، می‌توان گفت واژه ارتباط به دلیل تداخل در علوم مختلف، دستخوش تعاریفی صنفی شده است؛ از جمله اینکه در علم نشانه‌شناسی و مردم‌شناسی آمده است که «ارتباطات معنا را برای چرخش در سطح اجتماع به وجود می‌آورند یا ساختار می‌بخشند» (فیاض، ۱۳۸۹، ص ۳۴۰). همچنین از دیدگاه علم روانشناسی نیز ارتباط، «فراگردی است حاوی تمام شرایطی که متضمن انتقال معنی باشد». آخرین تعریف که برگرفته از علوم ارتباطات اجتماعی است، همان تعریف مد نظر این پژوهش می‌باشد که عبارت است از اینکه، واژه ارتباط در معنای «انتشار، انتقال اطلاعات و اندیشه‌ها، ایجاد همبستگی‌های اجتماعی و اشتراکات فکری می‌باشد» (محسنیان راد، ۱۳۸۲، ص ۴۵).

## ۳. تبلیغ

واژه تبلیغ، از ریشه «بلوغ» و «بلاغ» به معنای رساندن کامل پیام، خبر، اندیشه و سخن به دیگری است و «مبلِّغ»، کسی است که با همه توان، تلاش می‌کند تا مواد تبلیغی همراه خود را به مقصد نهایی که اندیشه و دل مخاطب است، برساند (محمدی ری شهری، ۱۳۹۲، ج ۱۵، ص ۷).

ریشه اصلی آن از آیات قرآن گرفته شده و کاربردهای قرآنی آن در معنای لغوی «رساندن» است، با این حال معمولاً کاربرد این واژه در فضای فرهنگی فعلی ایران محدود به فعالیت‌های طلاب و روحانیون حوزه‌های علمیه می‌شود. همان‌طور که جان اسپوزیتو در دانشنامه اسلام آکسفورد نیز اشاره می‌کند، تبلیغ یک واژه قابل جایگزین با «دعوت» (تبلیغ یک ایمان و عقیده) است که در کاربردهای جدید و نوین آن بکار می‌رود (امیری، ۱۳۹۷، ص ۲۳۸).

#### ۴. مهارت‌های ارتباطی

«مهارت‌های ارتباطی-اجتماعی به رفتارهایی گفته می‌شود که شالوده ارتباط‌های موفق و رو در رو را تشکیل می‌دهد» (شریفی، ۱۳۹۶، ص ۱۵۲). همچنین مهارت‌های ارتباطی به منزله آن دسته از مهارت‌هایی هستند که به واسطه آنها افراد می‌توانند درگیر تعامل‌های بین فردی و فرایند ارتباط شوند؛ فرایندی که افراد در طی آن، اطلاعات، افکار و احساسات خود را از طریق مبادله کلامی و غیر کلامی با یکدیگر در میان می‌گذارند (اعتمادی، ۱۳۹۴، ص ۱۴۴). بر اساس تعاریف بیان شده، می‌توان مهارت‌های ارتباطی را به دو دسته تقسیم کرد: مهارت‌های ارتباطی کلامی و غیر کلامی.

#### مهارت‌های ارتباطی در تبلیغ

زیست اجتماعی از ضروریات زندگی بشری است که از فطرت او سرچشمه می‌گیرد و دین مقدس اسلام به عنوان یک آیینی که با فطرت انسان مطابقت دارد، رهبانیت و گوشه‌گیری را محکوم می‌کند (نوری، ۱۴۰۸ق، ج ۱۴، ص ۱۵۵). شریعت اسلام نسبت به ارتباطات میان فردی و گروهی در همه موقعیت‌ها و فرصت‌ها عنایت ویژه دارد، به خصوص عباداتی چون: حج، نمازهای جمعه و جماعت. دستورات و برنامه‌های دقیقی برای حدود ارتباط، ایجاد، تثبیت، توسعه و چگونگی آن ارائه داده است؛ به همین جهت می‌توان اسلام را دینی کاملاً ارتباطی-تبلیغی دانست؛ از آنجا که رسالت روحانیت تبلیغ معارف ارزشمند اسلام است، مبلغ باید توانایی خود را نسبت به مهارت‌های ارتباطی تبلیغی افزایش دهد و کلیه فنون و تکنیک‌های مورد نیاز را فرا گیرد و به بهترین شیوه ممکن، قدرت برقراری ارتباط با دیگران را کسب کند.

### ۱. مهارت ارتباطی کلامی

زبان مهم‌ترین عامل ارتباطی انسان و کلام ساده‌ترین و کاربردی‌ترین وسیله تبادل و تفاهم انسان‌ها به شمار می‌رود. این نوع خاص از ارتباط را می‌توان چنین تعریف کرد «انتقال افکار، احساسات، خواسته‌ها و آنچه در ذهن فرستنده می‌گذرد به مخاطب یا مخاطبان خود و متقابلاً شنیدن افکار و احساسات آن‌ها» (اسکندری، ۱۳۹۳، ص ۶) ارتباط کلامی، شامل کلماتی است که بر زبان می‌آوریم، اگر کلمات در مکان مناسب خود به کار برده شوند به سرعت بر جسم و روح افراد تأثیر می‌گذارند. مثلاً بیان الفاظ دلپذیر، موجب می‌شود شخص مقابل با متانت به سخن ما گوش فرا دهد. اما عبارت‌های مغرضانه و کینه‌جویانه اغلب خشم فرد را بر می‌انگیزد و در نهایت روابط را به دشمنی و تعارض و نبرد می‌کشاند (سجادی پور، ۱۳۸۶، ص ۲۹). برای برقراری ارتباط کلامی، عوامل تأثیر گذاری وجود دارد که شامل موارد زیرند:

#### ۱-۱. شفاف و قابل فهم بودن

گاهی دشواری کلمات باعث می‌شود که در معانی آن‌ها ابهام ایجاد شود، مانند اینکه افراد از زبانی استفاده کنند که فقط برای گروه خاصی قابل فهم باشد، یا اینکه در تخصص و حرفه‌ای خاص تکلم کنند. در این صورت است که پیام برای مخاطب اختلال معنایی به وجود می‌آورد و در فرآیند ارتباطات، اخلال به وجود آید. گاهی متخصصان رشته‌های مختلف فراموش می‌کنند که افرادی که سطح دانش آن‌ها در زمینه‌های تخصصی، محدود می‌باشد ممکن است معنای واژه‌های فنی مورد استفاده توسط آن‌ها را درک نکنند، به عنوان مثال برخی از روحانیون جلسات مردمی را با کلاس‌های درسی اشتباه می‌گیرند و در سخنرانی‌های خود از اصطلاحات علمی حوزوی استفاده می‌کنند، غافل از اینکه این گونه صحبت کردن نه تنها نتیجه مثبت ندارد، بلکه در مخاطبین ایجاد ملالت و خستگی می‌کند و چه بسا نتیجه معکوس داشته باشد. امیرالمومنین علی علیه السلام در روایتی می‌فرمایند «نیکوترین سخن آن است که به نظم، نیکو زیور یابد و همگان آن را بفهمند» (آمدی، ۱۴۱۰، ج ۱، ص ۲۱۲).

بسیاری از مشاجرات و دلخوری‌ها برآمده از شفاف نبودن سخن و مبهم بودن کلام است، فردی که قادر نباشد کلام خود را شفاف بیان کند به طوری که برای دیگران قابل فهم باشد، ممکن است نه تنها به مقصود خود نرسد، بلکه کلام او ناخواسته موجب کج فهمی و دلخوری

دیگران شود. هنگام سخن گفتن، وقتی سخن ما قابل فهم باشد، شنونده مشتاق به گوش دادن است، اما در صورتی که مطالب ناموزون و مبهم باشد برای شنونده خسته کننده و غیر قابل درک بوده و تمایلی به گوش دادن نخواهد داشت. علاوه بر قابل فهم بودن کلام، باید میزان درک و فهم مخاطب نیز در نظر گرفته شود و به اندازه درک و فهم او از کلمات استفاده گردد؛ در غیر این صورت سخنان ما به علت درک نشدن از سوی مخاطب، برای او جذاب نخواهد بود و خسته و دلزده خواهد شد؛ پس باید شرایط سنی، موقعیت روحی و میزان فهم و درک طرف مقابل را در نظر بگیریم. با پیروی از این الگو، ارتباط مؤثرتری را می‌توانیم با دیگران برقرار کنیم و از ایجاد سوء ظن و کج فهمی که حاصلی جز صدمه به روابط بین فردی نخواهد داشت، جلوگیری کنیم. (کریمی، ۱۳۸۹، ص ۱۲)

#### ۲-۱. شایستگی سخن

کمیت و کیفیت سخن و در نظر داشتن معیارهای سخن شایسته و ارزشی، از عوامل مهم برقراری ارتباط است. علامه طباطبائی<sup>رحمته‌الله</sup> درباره سخن شایسته می‌نویسد «سخن شایسته آن است که از نظر کمی، کیفی و محتوا در چارچوب موازین عقلی و ارزش‌های دینی و آداب و سنن اجتماعی قرار گیرد و شنونده را به پذیرش وادارد» (وطن‌پرست، ۱۳۹۵، ج ۲، ص ۴۶۳) سخن شایسته معیارهایی دارد که عبارتند از:

۱-۲-۱. سلامت و عفت کلام. پرهیز از تعبیرات زننده و کلمات رکیک، مبتذل و ناموزون، از شرایط مهم سخن شایسته است. رعایت این مهم، که خود برخاسته از ادب، عزت نفس و رشد شخصیتی گوینده است، موجب تقویت احترام متقابل و در نتیجه، تأثیر گذاری و جذابیت گفتار می‌گردد (نگارش، ۱۳۹۱، ص ۸۵). در همین راستا، قرآن کریم هنگام یاد کردن یا توصیف اشیاء و مطالب شرم انگیز و خلاف ادب، همواره از تعابیر کنایی استفاده نموده است (بقره ۲۲۲؛ نساء ۲۳ و ۴۳؛ اعراف ۱۸۹).

۲-۲-۱. نرمی و ملایمت. سخنی که با نرمی و عطف همراه باشد، همچون آهنگی گوش نواز، دل نشین و تأثیر گذار است، چرا که عواطف و احساسات مخاطب را به منظور تأثیر گذاری در وی، به کمک می‌گیرد. از این روی، خداوند متعال، به موسی و هارون<sup>علیهم‌السلام</sup> توصیه نمود که با فرعون به نرمی سخن گویند شاید که حق را بپذیرد (طه ۴۴)، با وجود این، ملایمت در سخن، هنگامی ارزشمند است که با قاطعیت و شفافیت همراه گردد، چرا که نرمی گفتار، ابزاری است

برای القای بهتر حق، و آنگاه که موجب زیر پا نهادن بخشی از حق گردد، دیگر ارزش نخواهد بود، بلکه جلوه‌ای از نفاق، تظاهر و گونه‌ای از مدهائنه و چاپلوسی است. بدین سان، سخن شایسته آن است که در عین نرمی و ملایمت، تمامیت حق را پاس دارد و حقیقت را باز گوید (نگارش، ۱۳۹۱، ص ۸۷).

۱-۲-۳. استواری و سنجیدگی. سخن سنجیده گفتن از صفات پسندیده انسان است و در مقابل بیهوده گویی و هرزه درآیی به کار می‌رود. (تهوری، ۱۳۹۲، ص ۵) اصولاً سخن سنجیده، سخنی است که از سر اندیشه برآید و باعث ارجمندی متکلم گردد. (قاسمی، ۱۳۸۹، ص ۴) در دو آیه مبارکه، خداوند به دو امر اساسی در کنار یکدیگر دستور می‌دهد، یکی تقوای الهی، و دیگری سخن گفتن استوار است (نساء؛ ۹؛ احزاب ۷۰)؛ این امر نشان دهنده‌ی تاثیر ویژه‌ی گفتار انسان، در رسیدن او به سعادت دارد، به گونه‌ای که در ردیف تقوای الهی بیان شده است.

### ۳-۱. صداقت

صداقت و راستگویی از اعمال نیکوی انسانی و نزد دین و خرد از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. فطرت پاک انسان ایجاب می‌کند که آدم سالم و متعادل، دل و زبانش یکسو و هماهنگ باشد، ظاهر و باطنش یکی باشد و آنچه را باور دارد بر زبان جاری کند. راستگویی از خصلت‌های برجسته مؤمنان است که در آیات قرآن بر آن تاکید شده است (آل عمران ۱۷؛ مانده ۱۱۹) و همچنین روایات راستگویی را قوی‌ترین پایه ایمان (آمدی، ۱۴۱۰، ج ۱، ص ۸۴)، ملاک دین (همان، ص ۴۱۴) و الهام از سوی خدا (همان، ص ۲۸۸) دانسته‌اند.

آشکارترین معنی صدق، مطابقت سخن با واقعیت خارجی و عینی است. از آن رو که این صدق به عالم ثبوت و واقع مربوط است، بعضی نام آن را صدق ثبوتی گذاشته‌اند؛ بر این اساس، اگر مبلغی سخنی را به دین نسبت دهد که مطابق با واقع نباشد ناصداق خواهد بود. در مقابل، گاهی صدق و کذب به اعتقاد گوینده مربوط است نه به واقع، در این حالت یک مبلغ سخنی را می‌گوید که بدان اعتقاد ندارد. در این صورت، هر چند مفاد ادعای او مطابق با واقع باشد، می‌توان او را کاذب نامید. ارباب بلاغت این معنای صدق و کذب را از آیه نخست سوره منافقون استفاده کرده‌اند. (فضیحی رامندی، ۱۳۹۸، ص ۴۲) معنی سوم صدق و کذب را می‌توان صورتی دانست که مبلغ ادعایی را مطرح کند که برای آن ادعا دلیل و برهانی نداشته باشد. این معنی صدق را می‌توان صدق اثباتی نامید (سلطانی رنای، ۱۳۹۷، ص ۱۳۴). بنابراین، مبلغ صادق

کسی است که اولاً، سخنش مطابق با واقع باشد، ثانیاً، برای این مطابقت، گواه و مدرک داشته باشد و ثالثاً، خودش نیز بدان معتقد باشد.

آثار ارزنده هر پدیده‌ای بستگی به ارزش و اهمیت آن دارد و چون راستی از اهمیت بالایی برخوردار است، آثار ارزشمند و نیکویی دارد که برخی از آن‌ها اشاره می‌شود: ۱. همراهی خدا (آمدی، ۱۴۱۰ق، ج ۱، ص ۲۸۸) ۲. حکمت (مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۱، ص ۲۱۵) ۳. اصلاح امور (لیثی واسطی، ۱۳۷۶، ص ۴۵۲) ۴. بزرگی مقام (آمدی، ۱۴۱۰ق، ج ۱، ص ۴۴۶) ۵. خیر دنیا و آخرت (همان ص ۱۲۳).

#### ۴-۱. تشکر و ستایش در برابر کار نیک

از دیگر فنون برقراری و حفظ ارتباط، سپاسگزاری و قدردانی از زحمات و خوبی‌های دیگران است. به طوری که انسان اگر از کسی نیکی دید، یا کمکی به او ارزانی داشت، اظهار ادب نموده، از او تشکر کند و در صدد جبران آن احسان برآید و با این کار، موجب فزونی محبت و صمیمیت گردد (شریفی، ۱۳۹۶، ص ۱۶۳)، خداوند متعال می‌فرماید: «زمانی که به شما تحیتی گفته شد، پاسخ آن را با بهتر از آن دهید یا (حداقل) با همانند آن پاسخ گوئید که خداوند حساب همه چیز را دارد» (نساء ۸۶). معمولاً مردم در منطقه تبلیغی به روحانی اظهار لطف می‌کنند و با دادن هدایا، محبت خود را نشان می‌دهند، بر اساس این آیه، مبلغ نباید از کنار کار نیک دیگران بی‌توجه بگذرد، بلکه یا بهتر از آن و یا همانند آن را پاسخ دهد، متأسفانه دیده شده برخی کار نیک دیگران را وظیفه و خدمت به خود می‌دانند و به همین دلیل، حتی از تشکر زبانی دریغ می‌ورزند و با این رفتار ناپسند، موجب سردی روابط می‌شوند، پس روحانی مبلغ باید با بهره‌گیری از این مهارت، پاسخ نیکی دیگران را بدهد و یا حتی اگر نمی‌تواند جبران خوبی او را کند، حداقل از او تشکر کرده، در حقیقت دعا کند و با این عمل رابطه بین خود و آن‌ها را حفظ نمایند؛ چرا که امام علی علیه السلام می‌فرماید «سپاس‌گزاری از کسی که از تو خشنود است، موجب وفاداری بیشتر او می‌شود، و تشکر کردن از کسی که از تو ناخشنود است، سبب مهربانی او نسبت به تو می‌شود» (تمیمی آمدی، ۱۴۱۰، ۴۰۷؛ آخوندی، ۱۳۸۲، ص ۱۱۲).<sup>۱</sup>

۱. «شكرك للراضی عنك یزیده رضا و وفاء، شكرك للساخط علیك یوجب لك منه صلاحا و تعطفًا.»



## ۲. مهارت ارتباطی غیرکلامی

ارتباط غیر کلامی که آن را «زبان اشاره» یا «زبان خاموش» نیز می‌نامند، عبارت از کلیه رفتارهایی است که آگاهانه یا نا آگاهانه در حضور دیگران ابراز می‌شوند و یا توسط دیگران درک می‌گردند. به عبارت دیگر، اگر پیام‌ها به صورت علائم یا رمزهای غیر کلامی انتقال یابند، آن را ارتباط غیر کلامی می‌گویند (شاه ولی، ۱۳۸۲، ص ۳۱)؛ الیزابت کونکه در کتاب مهارت‌های ارتباطی می‌گوید: مردم اغلب تمام آنچه را که فکر و احساس می‌کنند بر زبان نمی‌آورند، برای دریافت مفهوم کامل چیزی که انتقال می‌دهند، باید توجه خاصی به رفتارهای غیر کلامی آن‌ها داشته باشند (کونکه، ۱۳۹۶، ص ۷۵)؛ مثال‌هایی از این نوع ارتباط عبارت‌اند از زبان اشاره، تکان‌های بدن، حالات بدن، صدا و آوا، لباس، تماس‌های چشمی، حالات صورت و... (شفیعی، ۱۳۹۹، ص ۵۱)، در فضای تبلیغی، یک‌سری مهارت‌های ارتباطی غیرکلامی هستند که علاوه بر موارد ذکر شده، مبلغ باید به آن‌ها نیز، توجه ویژه‌ای داشته باشد، که عبارتند از:

### ۱-۲. تغافل

یکی دیگر از مواردی که لازمه حفظ روابط اجتماعی به شمار می‌رود، تغافل است؛ تغافل، یعنی انسان چیزی را بداند و از آن آگاه باشد ولی با اراده و عمد، خود را غافل نشان دهد و وانمود کند که از آن آگاه نیست (اسماعیلی ایولی، ۱۳۸۸، ص ۱۴۱)؛ اگر مبلغ دین که وظیفه تربیت نفوس را بر عهده دارد، این مهارت مهم ارتباطی را به‌جا و در مورد صحیح استفاده کند، نتیجه مثبت می‌دهد و در تربیت انسان‌ها، حسن اثر می‌گذارد؛ و اگر نابجا و در غیر مورد واقع شود نه تنها اثر مفید ندارد؛ بلکه در بعضی از مواقع مضر و زیان بخش خواهد بود. پس تغافلی که در تعالیم دینی ممدوح شناخته شده و اولیای اسلام پیروان خود را به رعایت آن تشویق کرده‌اند، تغافلی است که ناشی از عقل، مصلحت و هوشیاری باشد همانگونه که امام سجاد علیه السلام می‌فرماید «مصلحت همزیستی سالم و معاشرت با مردم در پیمان‌ه ای است که دو سوم آن هوشیاری و یک سوم آن تغافل باشد» (حرانی، ۱۳۸۴، ج ۱، ص ۳۵۹)، این روایت در واقع ضمن تأکید بر تغافل مثبت، از تغافل منفی بر حذر می‌دارد. ابتدا تأکید به هوشیاری و ترک غفلت می‌کند و سهم آن را دو سوم می‌داند که مفهومش این است که انسان نباید از مسایل مهم زندگی و حوادث پیرامونش بی‌خبر بماند، بلکه باید با کمال دقت، مراقب آنچه که خیر و صلاح او در آن است، باشد؛ از سوی دیگر

نسبت به اموری که لازم است مورد بی‌اعتنایی و بی‌توجهی قرار گیرد، دستور به تغافل می‌دهد، مانند، مخفی کردن عیوب پنهانی دیگران، که کار پسندیده‌ای است. اگر یک روحانی به دنبال پیدا کردن عیوب مخاطبانش باشد ولو به قصد اصلاح، بدیهی است عیوب فراوانی آشکار می‌شود چرا که زندگی انسان‌ها خالی از امور ناصواب نیست، اگر جزئیات زندگی دیگران را با کنجکاو و دقت پیدا کند و آن‌ها را مورد بازخواست قرار دهد، زندگی برای خودش تلخ و دوستان از اطراف او پراکنده می‌شوند. در حدیثی نورانی امیرالمومنین علیه السلام فرمودند: «کسی که تغافل و چشم‌پوشی از بسیاری امور نکند، زندگی برای او ناگوار خواهد شد» (آمدی، ج ۱، ح ۹۱۴۹)؛ برای فهم بهتر اهمیت این مهارت مهم به بعضی از فواید آن اشاره می‌شود: ۱. فراهم شدن زمینه اصلاح (بحرانی، ۱۳۶۳، ج ۲۰، ص ۷۵۷) ۲. حفظ کرامت شخص مقابل (یوسف ۱۳) ۳. پی بردن به اشتباه (ابن شهر آشوب مازندرانی، ۱۳۷۹ق، ج ۳، ص ۴۰۰) ۴. بالا رفتن منزلت تغافل کننده (حرانی، ۱۳۸۴، جلد ۱، ص ۲۲۴).

## ۲-۲. آراستگی ظاهری

آراستگی ظاهری مبلغ، از پیام‌رسان‌های غیرکلامی است و عامل مهمی در زمینه‌سازی برای مقبولیت بیشتر آموزه‌های تربیتی دارد، پاکیزگی علاوه بر اینکه تأثیر بسزایی که در سلامت شخصی و اجتماعی دارد، موجب دلپذیری و جلب نظر بینندگان می‌شود؛ کسی که می‌خواهد دیگران را با عملش به ارزش‌های الهی فراخواند و در هدایت و تربیت آنان سهیم باشد باید در حد امکان به پاکی و آراستگی ظاهری خود اهمیت دهد. روان‌شناسان اجتماعی این امر را عامل موثری در کارایی پیام‌دهی می‌دانند. (جباری، ۱۴۰۰، ص ۱۳۴) پیشوایان معصوم علیهم السلام همواره سفارش می‌کردند که آراستگی ظاهری، باعث خشنودی خداوند متعال می‌شود. از اینرو امام صادق علیه السلام فرمودند «خداوند متعال، زیبایی و خودآرایی را دوست دارد و از ژولیده نشان دادن خود و اظهار فقر کراهت دارد. هرگاه خداوند به بنده‌اش نعمتی بدهد، دوست دارد اثر آن را در او ببیند؛ عرض شد: چگونه؟ فرمود: لباس تمیز بپوشد، از بوی خوش استفاده کند، خانه‌اش را گچ و سفید کند، و آلودگی‌هایش را برطرف سازد» (دیلمی، ۱۴۱۲ق، ج ۱، ص ۱۹۵). اهمیت این موضوع تا جایی است که خداوند دستور به آراسته بودن هنگام عبادت و نماز می‌دهد (اعراف ۳۱).

نکته‌ای که باید دقت شود این است که میزان زیبایی لباس و آراستگی آن باید متناسب با محل تبلیغ و ظاهر مردم آنجا باشد. طبیعی است که نوع پوشش روحانی در زندگی روستایی که

خاک مزرعه بر لباس ساکنان آن نشسته، با تبلیغ در منطقه شهری متفاوت است. فراموش نکنید که این زیبایی ظاهر برای جذب مخاطبان است و نباید باعث ایجاد سوء تفاهم نسبت به شما شود. آراستگی ظاهری در چند چیز جلوه می‌کند:

۲-۲-۱. پوشیدن لباس مرتب و تمیز. خوش لباسی یک میل درونی است. آراستگی لباس از پوشیدن نوع لباس مهم‌تر است. خداوند به پیامبر صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ می‌فرماید: «(لباس خویشتن را پاک کن)» (مدر ۴). زیرا جامه‌ی پاکیزه، غم و اندوه را می‌زداید (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۶، ص ۴۴۴). روحانی باید ظاهری مناسب و قابل قبول داشته باشد و از ژولیدگی پرهیزد. حضرت علی عَلَيْهِ السَّلَام می‌فرماید «خودآرایی از اخلاق مؤمنان است» (آمدی، ج ۱، ص ۶۳) البته مبلغ باید دقت کند که از این رفتار او اشرافیت برداشت نشود.

۲-۲-۲. رسیدگی به موی سر و صورت. موی سر یکی از جلوه‌گرترین اجزای بدن است، پیراستن و آراستن موهای سر و صورت و تمیز نگاه داشتن و مرتب کردن آن‌ها، بر آراستگی آدمی می‌افزاید. امام صادق عَلَيْهِ السَّلَام می‌فرماید: «از زیباترین زیبایی‌ها، موی نیکو و قشنگ است (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۲، ص ۶۱۵)، شانه کردن مو، آسان‌ترین روش آراستگی است. به فرموده امام صادق عَلَيْهِ السَّلَام (موی زیبا از پوشش‌های خداست. پس آن را گرامی بدارید)» (مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۷۳، ص ۸۳).

۲-۲-۳. بوی خوش و عطرزدن. بوی خوش و عطر زدن از اخلاق پیغمبران است. (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۶، ص ۵۱۱) همچنین امام رضا عَلَيْهِ السَّلَام استفاده از عطر را باعث انبساط روحی دانسته و می‌فرماید: «چهار چیز است که دل را باز می‌کند و غم را از بین می‌برد: عطر زدن، عسل خوردن، سواری کردن و به سبزه نظر کردن.» (مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۷۳، ص ۱۴۱)

### ۲-۳. گوش دادن فعال

فرایند کشف رمز و تعبیر و تفسیر پیام‌های کلامی را به طور فعال «شنود موثر» می‌گویند. (رضائیان، ۱۳۷۲، ص ۶۳) منظور از شنود موثر همان گوش دادن فعال یا گوش دادن موثر است. در این نوع گوش دادن بر خلاف گوش دادن‌های سرسری و عادی، شنونده تمام حواس و حضور خود را جمع می‌کند تا علاوه بر درک معانی گفتار گوینده، منظور و تعبیر پشت کلام ظاهری گوینده نیز پی برده و با او ارتباط سازنده‌ای برقرار سازد؛ در گوش دادن فعال، شنونده فعالانه وارد همه صحنه گفتگو شده و با دادن پاسخ‌ها و بازخورهای به موقع و مناسب به گوینده در تداوم

گفتار گوینده با او همراهی می‌نماید؛ این نوع گوش دادن هنر و فن خاصی است و قطعاً مهارت‌های خاصی را ایجاد می‌کند که آموختنی است. (میرزایی اهرنجانی، ۱۳۷۳، ص ۲۲)

حرف زدن، راحت‌تر و فراگیری و کنترل آن نیز ساده‌تر است؛ ولی گوش دادن سخت و غیر ملموس است به طوری که انسان معمولی، یک شنونده ضعیف است چون گوش دادن فعال، یک عمل پیچیده می‌باشد؛ این مهارت مانند بسیاری از مهارت‌های ارتباطی، یک فرآیند دو طرفه است؛ یعنی کافی نیست که شنونده فقط سراپا گوش باشد و تمام حواس خود را به سخنان گوینده معطوف دارد؛ بلکه برای اطمینان از درک مطلب، باید استنباط خود را نیز به او منتقل کند (شاه ولی، ۱۳۸۲، ص ۳۱). یکی از توانایی‌های مورد نیاز یک مبلغ، برای تأثیر گذاری بر مخاطب، مهارت گوش دادن فعال است، به گونه‌ای که قبل از گوش دادن به حرف طرف مقابل از نصیحت کردن، مقایسه کردن، سرزنش کردن و قضاوت کردن بپرهیزد؛ برای فراگیری این مهارت مهم، از روش‌های زیر می‌توان بهره گرفت؛

۱. پیش از هر چیز، قیافه و شکل خود را متناسب با وضعیت مرتب کنید؛ بدین معنی که روبروی گوینده قرار بگیرید و هوشیار باشید. از سوی دیگر از آنچه که ممکن است استنباط منفی یا قیافه گرفته را برای گوینده تداعی کند مانند شل و ول بودن، دست‌ها را ضربدری قرار دادن، روی برگرداندن، شانه‌ها را بالا انداختن، همچنین از قیافه‌ی تهاجمی ب خود گرفتن، مانند دست‌ها را به کمر زدن یا چانه را جلو دادن، اجتناب کنید. ۲. همیشه حرکات خود را تحلیل کنید. تحقیقات نشان می‌دهد حرکات باز و رسا به سخنران احساس راحتی می‌دهد. حرکات عصبی مانند تمیز کردن ناخن‌های انگشتان، در هم کردن انگشتان پا نگه داشتن دست‌ها روی صورت یا نزدیک آن معمولاً گوینده را ناراحت می‌کند. ۳. حالت‌های چهره شما نیز مهم است. از قیافه خشک و بی‌روح، سخت و خشن اجتناب ورزید. با علاقه نگاه کنید، ابروهایتان را بالا و پایین ببرید، گاهی لبخندی بزیند یا سرتان را به علامت تأیید تکان دهید. ۴. شاید مهمترین علامت توجه و گوش دادن، تماس چشمی باشد. البته از افراط و تفریط باید اجتناب شود و نباید به کسی خیره شد که از آن تعبیر رفتار تهاجمی بشود و از طرف دیگر نباید به طور مستمر به این طرف و آن طرف، بالا و پایین نگاه کرد که به عدم علاقه تفسیر گردد. (رضائیان، ۱۳۷۲، ص ۶۶)

#### ۲-۴. نگاه کردن

مطالعه درباره تماس چشمی را در ارتباطات، «ارتباطات بصری» یا «ارتباطات چشمی»

نامیده‌اند (شریفی، ۱۳۹۶، ص ۱۷۳) ناگفته پیداست که چشم‌ها، مهم‌ترین وسیله پیوند ما با جهان محسوس و اصلی‌ترین دریچه ورود مفاهیم و داده‌ها به جهان نهران ذهن و روان ما هستند؛ چشم‌ها همواره منبع ارزشمند اطلاعاتی درباره حالت‌های عاطفی بوده‌اند؛ در حالی که سایر اجزای چهره را می‌توان تحت کنترل خود درآورد؛ اما چشم‌ها یکی از قسمت‌هایی هستند که کمترین کنترل را می‌توان بر آن‌ها اعمال داشت؛ در نتیجه، چشم‌ها و نواحی که آن‌ها را احاطه کرده‌اند، نسبت به سایر قسمت‌های صورت، اطلاعات دقیق‌تری را درباره حالت‌های عاطفی آشکار می‌کنند. (رضایی، ۱۳۹۳، ص ۶۲) نگاه یکی از ابزارهای مهم در ارتباط غیر کلامی است؛ این‌ها، انتقال می‌یابد. (جباری، ۱۴۰۰، ص ۱۲۹) به همین دلیل، به چند نوع نگاه کردن، که در برقراری ارتباط مثبت کاربرد دارد، اشاره می‌کنیم:

۲-۴-۱. نگاه توأم با مهر، عاطفه و محبت. این نگاه بهترین وسیله برای جلب دوستان و ایجاد محبوبیت در قلوب دیگران است؛ نگاه عمیقی که با لبخند و خوش رویی آمیخته باشد در کسب محبت و علاقه بسیار مؤثر است (کریمی، ۱۳۸۹، ص ۲۲) نگاه روحانی به مردم باید همراه با مهر و عطوفت باشد، رسول خدا ﷺ می‌فرماید: «نگاه کردن مرد با ایمان به صورت برادر مسلمان خود از روی محبت و علاقه، عبادت است» (حرانی، ۱۳۸۴، ج ۱، ص ۲۸۲).

۲-۴-۲. نگاه از روی خشم و غضب. دیگران از این نوع نگاه می‌ترسند و به این وسیله مردم تهدید می‌شوند. این نگاه از دیدگاه معصومان علیهم‌السلام مذموم است. امام صادق علیه‌السلام در مورد این نوع نگاه می‌فرماید: «هر کس به مومنی نظری کند که او را بترساند، خدا او را در قیامت بترساند» (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۲، ص ۳۶۸) نگاه‌های تند و خشن موجب آزردن دیگران و آسیب به روابط بین فردی خواهد شد.

۲-۴-۳. نگاه تمسخرآمیز و از روی استهزاء. این نوع نگاه از نظر اسلام بسیار زشت و ناپسند است و از گناهان به شمار آمده است. قرآن کریم نگاه با گوشه چشم و مسخره آمیز را از ویژگی‌های کفار می‌داند (مطففین ۳۰).

۲-۴-۴. نگاه بی‌توجهانه. در این نوع نگاه، تعامل صورت نمی‌گیرد، فقط به فرد اجاز می‌دهد که از حضور دیگری آگاهی یابد. اما برای باز کردن باب گفتگو توقعی نداشته باشد (محمودی، ۱۳۹۵، ص ۲۱۱). بنابراین، پس لزوم دقت در نوع نگاه این است که هر یک از حرکات

چشم بیان‌کننده معنا و مفهومی خاص است که می‌تواند هم موجب جذب و هم موجب طرد دیگران شو. (کریمی، ۱۳۸۹، ص ۲۲).

## ۵-۲. تواضع و فروتنی

تواضع در لغت به معنای «تذلل و فروتنی» (ابن منظور، ۱۴۱۴ق، مادة «وضع») و در اصطلاح، عبارت است از شکسته نفسی که انسان خود را برتر از دیگران نداند (نراقی، ۱۳۷۸، ص ۲۳۷). وجود چنین حالتی در فرد ضمن اینکه باعث می‌شود، دیگران را بزرگ و گرامی بدارد، خود شخص هم دارای رفعت می‌شود؛ چنانکه پیغمبر اکرم صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فرمودند «هیچ کس تواضع نکرد مگر اینکه خدا او را بلند مرتبه کرد» (طوسی، ۱۴۱۴ق، ص ۵۶). تواضع و فروتنی را می‌توان یکی از مهارت‌های تبلیغی نام برد، چرا که مبلغ متواضع و فروتن، می‌تواند مردم را به دور خود جمع کند؛ از آنجا که قرآن کریم تواضع را نفی تکبر می‌داند (مکارم شیرازی، ۱۳۷۴، ج ۱۵، ص ۱۴۸) غالباً مخاطبان از اطراف مبلغ «مغرور» و «متکبر» پراکنده می‌شوند؛ در حالی که اگر مبلغ صفت «تواضع و فروتنی» را در خود رشد داده باشد، به فرموده امام صادق عَلَيْهِ السَّلَام «موجب جلب محبت مردم می‌شود» (مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۷۵، ص ۲۲۹) و می‌تواند مردم را پروانه وار به دور خود جمع کرده و با محبت چون شمع برایشان نورافشانی کند.

این خصلت موجب نشر ارزش‌ها، مایه شرافت و کرامت، زینت انسان‌های والا، موجب وقار و آرامش، موجب رفعت مقام، جوشش چشمه‌های حکمت در روح و روان، دوستی و سلامتی، و فور نعمت، اسلحه نیرومند در برابر نیرنگ‌های ابلیس و باعث افزایش عقل و درایت می‌باشد، روایات متعددی که از پیامبر اکرم صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ و امامان معصوم عَلَيْهِمُ السَّلَام نقل شده، بیانگر این مطلب است. (محمدی ری شهری، ۱۳۸۴، ج ۱۳، ص ۲۲۰ تا ۲۲۴) رمز موفقیت انسان‌های متواضع در ایجاد برقراری ارتباط با دیگران، به کارگیری مهارت‌هایی است که افراد متکبر از آنها محروم هستند. از جمله این مهارت‌ها عبارتند از:

۱. پیش دستی در سلام کردن (مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۷۳، ص ۱۲) ۲. عدم توقع ستایش ۳. نشستن در پایین مجلس (حر عاملی، ۱۴۱۴ق، ج ۸، ص ۴۸۹) ۴. پرهیز از جدال و بحث بیهوده (حر عاملی، ۱۴۱۴ق، ج ۸، ص ۴۸۹) ۵. آرامش و وقار در راه رفتن (فرقان ۶۳). به دلیل بهره‌گیری از چنین مهارت‌ها و رفتارهای پسندیده است که افراد در کنار انسان‌های فروتن، احساس آرامش می‌کنند و از ایجاد رابطه با آنها استقبال می‌کنند.

### نتیجه گیری

تبلیغ مؤثر و سازنده، رابطه مستقیم با چگونگی ارتباط با مردم دارد؛ از این رو اگر مبلغین بخواهند توانمندی لازم را جهت پیشبرد اهداف مقدس دین داشته باشند، لازم است ارتباط تبلیغی آن‌ها با مخاطبین خود بر اساس معیارهای شناخته شده باشد.

مهارت‌های ارتباطی که از آن‌ها به منظور برقراری ارتباط و تعامل با یکدیگر استفاده می‌شود، دو گونه‌اند: کلامی و غیر کلامی؛ مهارت ارتباطی کلامی از طریق گفتگو و بکاربردن کلمات و واژه‌ها ایجاد می‌گردد؛ و مهمترین مولفه‌های آن که در تبلیغ ظهور و بروز بیشتری دارد شامل صداقت، شایستگی سخن، تشکر کردن و ستایش دیگران در برابر کار نیک هستند و مهارت‌های ارتباطی غیر کلامی با فرایند انتقال معنا از طریق زبان بدن؛ چهره، ارتباط جسم و حرکات هر یک از اعضا توصیف می‌شود. که از آن، به عنوان زبان خاموش نیز یاد می‌شود؛ و مهمترین مولفه‌های آن، تغافل، آراستگی ظاهری، گوش دادن فعال، نگاه کردن و تواضع و فروتنی است. از آنچه گفته شد به روشنی معلوم است که حضرات معصومین (علیهم‌السلام) تلاش داشته‌اند تا با بهره‌گیری از انواع روش‌ها، معارف توحیدی و حقایق دینی را، برای مخاطبان خود بازگو نمایند و برای رسوخ هر چه بهتر کلام خود در اعماق روح مؤمنان و برای ماندگاری هر چه بیشتر آن، در کنار سخنانشان (پیام کلامی)، با رفتار و جلوه‌های بصری (پیام‌های غیر کلامی)، بهره می‌گرفتند و در این کار به توفیقات بی‌مانندی دست یافته‌اند. پس از سپری شدن قرن‌ها این شیوه هنوز برای ما جذابیت و تازگی دارد. روحانیت شیعه نیز با به دوش داشتن علم رسالت تبلیغ معارف دین، باید از این متد و روش در جهت هدایت و سعادت جامعه بهره بگیرند.

## منابع

۱. قرآن کریم
۲. آخوندی، مصطفی. (۱۳۸۲). اخلاق مدیریت (ج ۱). تهران: کوثر غدیر.
۳. آمدی، عبدالواحد بن محمد. (۱۴۱۰ق). غررالحکم (ج ۱). قم: دار الکتب الاسلامی.
۴. ابن شهر آشوب مازندرانی، محمدبن علی. (۱۳۷۹ق). مناقب آل ابی طالب علیهم السلام (ج ۳، چاپ اول). قم: علامه.
۵. ابن منظور، محمدبن مکرم. (۱۴۱۴ق). لسان العرب. بیروت: دار صادر.
۶. اسکندری، کریم. (۱۳۹۳). نقش ارتباط و مهارت‌های ارتباطی در دوران حکومت حضرت علی علیه السلام. پژوهش‌نامه علوی، (۲).
۷. اسماعیلی ایولی، علی. (۱۳۸۸). روش‌های تربیتی در سیره امام سجاد علیه السلام. معرفت، (۱۴۱).
۸. اعتمادی، عذرا. (۱۳۹۴). بررسی رابطه مهارت‌های ارتباطی با صمیمیت زناشویی. پژوهش‌های علوم شناختی رفتاری، (۲).
۹. امیری، مجتبی. (۱۳۹۷). برآوردی از پیامدهای روندهای دینداری در آینده تبلیغ دین. مطالعات فرهنگ - ارتباطات، (۴۵).
۱۰. بحرانی، عبدالله. (۱۳۶۳). عوالم العلوم (ج ۲۰). قم: مدرسه امام مهدی علیه السلام.
۱۱. تمیمی آمدی، عبدالواحد، (۱۴۱۰)، غرر الحکم و درر الکلم، تصحیح سید مهدی رجائی، قم: دار الکتب الاسلامی، چاپ دوم.
۱۲. تهوری، نرگس. (۱۳۹۲). تحلیل درون مایه‌های تربیتی در بهارستان جامی. معرفت، (۱۹۱).
۱۳. جباری، کریم. (۱۴۰۰). تاثیر ارتباط‌های غیر کلامی (زبان بدن) در تعلیم و تربیت اسلامی، فصلنامه سبک زندگی اسلامی با محوریت سلامت، (۱).
۱۴. حر عاملی، محمدبن الحسن. (۱۴۱۴ق). وسائل الشیعه (ج ۸). قم: موسسه آل البيت علیهم السلام لاحیاء التراث.
۱۵. حرانی، ابومحمد. (۱۳۸۴). تحف العقول. قم: آل علی.
۱۶. خنیفر، حسین. (۱۳۹۷). مهارت‌های نرم برای فارغ التحصیلان فنی و حرفه‌ای. فصلنامه



مهارت آموزی، (۲۴).

۱۷. دیلمی، حسن بن محمد. (۱۳۸۵). غرر الاخبار و درر الآثار في مناقب ابي الائمہ الاطهار (ج ۱). قم: دلیل ما

۱۸. دیلمی، حسن بن محمد. (۱۴۱۲ق). ارشاد القلوب (ج ۱). قم: الشریف الرضی.

۱۹. رضایی، ایرج. (۱۳۹۳). نقش رفتارهای غیرکلامی در ارتباطات انسانی از منظر آیات و روایات اسلامی. بصیرت و تربیت اسلامی، (۳۱).

۲۰. رضائیان، علی. (۱۳۷۲). گوش شنوا زیر بنای مهارت ارتباطی. دانش مدیریت، (۲۱).

۲۱. سجادی پور، فریده سادات. (۱۳۸۶). اثر بخشی فراگیری مهارت های ارتباطی بر اساس برنامه سازمان بهداشت جهانی بر میزان سازگاری دانش آموزان دختر دبیرستانی مراکز شبانه روزی بهزیستی استان تهران. دانشگاه علامه طباطبایی، دانشکده روان شناسی و علوم تربیتی.

۲۲. سلطانی زنانی، محمد. (۱۳۹۷). تحلیل مفهوم دعوت مآذون در تبلیغ آموزه های دینی بر اساس دو ویژگی حق و صدق. فصلنامه علمی ترویجی در حوزه اخلاق، (۵۱).

۲۳. شاه ولی، منصور. (۱۳۸۲). بررسی کارکردهای مهارت های غیر کلامی و گوش دادن موثر در تحقق وظایف و بهبود روابط انسانی در سازمان. مجله علوم اجتماعی و انسانی، (۱).

۲۴. شریفی، عنایت الله. (۱۳۹۶). مهارت های ارتباطی در قرآن. پژوهشنامه معارف قرآنی، (۳۰).

۲۵. شفیعی، صابر. (۱۳۹۹). بررسی مهارت های ارتباطی دانش آموزان. مجله پژوهش های معاصر در علوم و تحقیقات، (۱۴).

۲۶. فرهنگی، علی اکبر. (۱۳۷۳). مبانی ارتباطات انسانی (چاپ اول). تهران: تایمز.

۲۷. فصیحی رامندی، مهدی. (۱۳۹۸). صداقت در عرصه تبلیغ دین بررسی چند چالش اخلاقی. فصلنامه علمی ترویجی در حوزه اخلاق، (۳۴).

۲۸. فیاض، ابراهیم. (۱۳۸۹). تعامل دین فرهنگ و ارتباطات. تهران: نشر بین الملل.

۲۹. قاسمی، رضا. (۱۳۸۹). بازتاب مضامین اخلاقی کلام امام علی علیه السلام در شعر سعیدی شیرازی. فصلنامه اخلاق، (۱۹).

۳۰. کریمی، مرضیه. (۱۳۸۹). بررسی مهارت های ارتباطی بین فردی در سیره معصومان علیهم السلام. دو فصلنامه تربیت اسلامی، (۱۰).

۳۱. کریمی، یوسف. (۱۳۹۸). روانشناسی شخصیت. تهران: ویرایش.
۳۲. کلینی، یعقوب. (۱۴۰۷ق). اصول کافی (ج ۲، تحقیق علی اکبر غفاری). تهران: دارالکتب الاسلامیه.
۳۳. کونکه، الیزابت. (۱۳۹۶). مهارت‌های ارتباطی (چاپ اول، ترجمه حسین سلیمانی). تهران: آوند دانش.
۳۴. لیتل جان، استیفن. (۱۳۸۴). نظریه‌های ارتباط (ترجمه مرتضی نوربخش و اکبر میرحسینی). تهران: جنگل.
۳۵. لیبی واسطی، علی بن محمد. (۱۳۷۶). عیون الحکم. قم: دارالحديث.
۳۶. مجلسی، محمدباقر. (۱۴۰۳ق). بحارالانوار (ج ۷۵). بیروت: دار احیاء التراث العربی.
۳۷. محسنیان راد، مهدی. (۱۳۸۲). ارتباط شناسی. تهران: انتشارات نبوی.
۳۸. محمدبن حسن، طوسی. (۱۴۱۴ق). امالی. قم: دارالثقافه.
۳۹. محمدی ری شهری، محمد. (۱۳۸۴). میزان الحکمه (ج ۱۳). قم: دارالحديث.
۴۰. محمدی ری شهری. (۱۳۹۲). دانشنامه قرآن و حدیث (ج ۱۵). قم: دارالحديث.
۴۱. محمودی، مریم. (۱۳۹۵). ارتباط‌های غیر کلامی در روایت‌های تاریخ بیهقی. فصلنامه کاوش‌نامه، (۳۲).
۴۲. مکارم شیرازی، ناصر. (۱۳۷۴). تفسیر نمونه (ج ۱۵). تهران: دارالکتب الاسلامیه.
۴۳. میرزایی اهرنجانی، حسن. (۱۳۷۳). مهارت و هنر خوب گوش دادن. دانش مدیریت، (۲۴).
۴۴. نراقی، احمد. (۱۳۷۸). معراج السعاده. قم: هجرت.
۴۵. نگارش، هادی. (۱۳۹۱). راهکارهای پیشبرد فرهنگ عمومی از دیدگاه قرآن کریم با تاکید بر مولفه‌های گفتار اخلاق و پوشش. تهران: مرکز مطالعات راهبردی شورای عالی انقلاب فرهنگی.
۴۶. نوری، حسین بن محمدتقی. (۱۴۰۸ق). مستدرک الوسائل (ج ۱۴). بیروت: موسسه آل البيت عليه السلام لإحياء التراث.
۴۷. وطن‌پرست، رضا؛ ایروانی، جواد. (۱۳۹۵). فرهنگ روابط اجتماعی در آموزه‌های اسلامی (ج ۲). مشهد: دانشگاه علوم اسلامی رضوی.





# Journal of Islamic Propagation

---

Volume 3 ● No 7 ● Spring & Summer 2022

## The Importance of Interpersonal Skills in Success of Propagation

Mostafa Nazari\*

### Abstract

This article has tried to explain the macro and micro skills in interpersonal relationships, make them believable for the specific audience (propagators of religion), and then adapt them. These skills include three major parts: skills necessary to initiate communication, skills necessary to continue communication, and skills to adapt to others. After explaining the minor topics, the author has entered into comparison and adaption through religious teachings and by analyzing and describing each skill, he has referred to relevant verses (of the Qur'an) and narratives. The result of this study, which was carried out via a descriptive-analytical method, suggests that propagators of the religion, by being equipped with communication skills and using modern knowledge, can be more successful in propagation.

### Keywords

Interpersonal skills, intimate relationships, adaptability, successful propagation.

---

\* PhD in Qur'an and Psychology. sadra4@gmail.com





دو فصلنامه علمی - تخصصی  
سال سوم، شماره هفتم، بهار و تابستان ۱۴۰۱

## اهمیت مهارت‌های بین فردی در موفقیت‌های تبلیغی

مصطفی نظری\*

### چکیده

این نوشتار، کوشیده است تا مهارت‌های کلان و خرد را در حوزه روابط بین فردی بیان کند و آنها را برای مخاطب خاص (مبلغان) باورپذیر سازد و انطباق دهد. این مهارت‌ها شامل سه بخش عمده است: مهارت‌های لازم برای شروع ارتباط، مهارت‌های لازم برای ادامه ارتباط و مهارت‌های سازگاری با دیگران. نگارنده پس از بیان ریزموضوعات، وارد مقایسه و تطبیق با آموزه‌های دینی شده است و با تحلیل و توصیف هر مهارت، آیات و روایات متناسب را بیان نموده است. نتیجه این بررسی که با روش توصیفی - تحلیلی صورت گرفته، حاکی از این نکته است که مبلغان دینی با مجهز شدن به مهارت‌های ارتباطی و استفاده از دانش روز، می‌توانند زمینه موفقیت‌های تبلیغی بیشتری را به دست آورند.

**کلیدواژگان:** مهارت‌های بین فردی، روابط صمیمانه، سازگاری، تبلیغ موفق.

## مقدمه

«مسئله تبلیغ، یکی از مسائل اساسی در حیات اجتماعی است و مخصوص یک دوره نیست. تبلیغ که از آن در قرآن به «بلاغ»، «بیان»، «تبیین» و از این قبیل تعبیر شده است، یکی از وظایف مقدّس، وظیفه انبیا، وظیفه علما، وظیفه متفکران و دانایان و مصلحان است. تبلیغ، یعنی رساندن. رساندن چه؟ رساندن آن حقایقی به اذهان و دل‌های مخاطبان که بدون آن، دچار خسارت خواهند شد. این است که ارزش تبلیغ را بالا میبرد.»<sup>۱</sup>

امروزه با پیچیده‌تر شدن جوامع و نیز ابعاد مؤثر در ارتباطات انسان‌ها، لزوم بهره‌گیری از دانش و مهارت‌های دانش‌بنیان در روابط بین فردی، بیش از پیش اهمیت خویش را آشکار نموده است. در این میان، مبلغان دینی به عنوان پیام‌آوران هدایت و معنویت در جامعه، به دلیل مواجهه با انسان‌ها و لزوم مجهز بودن ایشان به ابزار مؤثر تبلیغی و روزآمد، نیازمند آشنایی با مهارت‌های ارتباطات میان‌فردی هستند تا بتوانند موفقیت‌های بیشتری به‌دست آورده و جامعه دینی را در عرصه‌های معنویت و اخلاق به سوی جامعه اسلامی، و سپس تمدن نوین اسلامی رهنمون سازند. در جامعه امروزی که شبکه‌های اجتماعی از یک سو، و کارتل‌های بزرگ اقتصادی و رسانه‌های غیرتوحیدی که دیگر مرز و حریمی نمی‌شناسند، به دنبال رسیدن به اهداف شوم غیردینی، اومانستی و غیراومانستی خویش هستند. آشنایی مبلغان دلسوز با مهارت‌های بین فردی می‌تواند حلقه وصل رساندن پیام اسلام و قرآن به انسان‌های تشنه هدایت و معنویت باشد. در تجربه‌های سالیان متمادی تبلیغی، چه بسیار دیده و شنیده‌ایم که مردم، به‌ویژه جوانان، بیش از آنکه در سؤالاتشان به دنبال پاسخ صحیح و مستدل باشند، به دنبال ایجاد یک رابطه عاطفی، صمیمی و امن هستند که در سایه آن بتوانند با برقراری یک رابطه سازنده و مؤثر، آشنایی بیشتری با محتوای معارف دینی پیدا کنند. یافتن مهارت‌های لازم در روابط میان فردی می‌تواند به عنوان کلید موفقیت‌های تبلیغی یک مبلغ دغدغه‌مند، در سرزمین ناآشنای دنیای درونی یک جوان، یک پدر، یک مادر دلسوز و ... به حساب آید و در نهایت، زمینه‌های ایجاد جامعه اسلامی را رقم بزند؛ جایی که در آن، روابط و سلوک مؤمنانه و عدم پیش‌داوری‌ها، خاطره‌زیبایی

۱. بیانات مقام معظم رهبری در دیدار جمعی از روحانیون، ۱۳۷۷/۲/۲.

در ذهن و جان مخاطبان یک مبلغ ایجاد می‌کند.

در خصوص موضوع مقاله، نوشته‌هایی وجود دارد که از جهاتی می‌توان آنها را به‌منزله پیشینه در نظر گرفت (اسکندری، ۱۳۹۴)؛ ولی به دلیل کوتاه بودن این متون و عدم ورود به جزئیات مهارت، نمی‌توان از آنها بهره عملیاتی داشت. علاوه بر این، موضوع نوشته مذکور مربوط به مهارت‌های بین فردی نیست. تبلیغ موفق زمانی شکل می‌گیرد که فرآیند تبلیغ به‌خوبی طی شده باشد. این نوشتار، سعی دارد تا مهارت‌های بین فردی ارتباط را در قالبی قرار دهد که برای مبلغ، قابل استفاده و کاربردی باشد.

### مفهوم‌شناسی

مهارت<sup>۱</sup>، در لغت به معنای توانایی در کار، ماهر بودن، زبردستی، استادی، چیره‌گی و... آمده است (دهخدا، ۱۳۷۷). مقصود از مهارت‌های بین فردی، آن دسته از مهارت‌هایی است که فرد را قادر می‌سازد تا بتواند به بهترین وجه، رابطه‌ای را نخست شروع کند و سپس، بتواند آن را ادامه دهد و در نهایت، با افراد پیرامون خود سازگار باشد.

سازمان بهداشت جهانی بعد از جنگ جهانی دوم و نابسامانی وضع زندگی افراد در مسائل اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، به‌ویژه در مورد کودکان و اقشار آسیب‌پذیر، در سال ۱۹۹۳ به منظور پیشگیری از آسیب‌های اجتماعی و روانی، برنامه مدونی با عنوان «آموزش مهارت‌های زندگی»<sup>۲</sup> تهیه کرد که در آن، فهرستی از ده مهارت پُرکاربرد آمده است.<sup>۳</sup> یک بخش از این مهارت‌ها که می‌تواند روابط انسان‌ها را تسهیل و بهبود بخشد، مهارت‌های روابط بین فردی است.

بنابراین، در این نوشتار مقصود از مهارت‌های بین فردی، مهارت‌های برقراری روابط صمیمانه با دیگران و دوستیابی است که شامل سه بخش می‌شود:

---

1. Skill.

2. Life Skills Training.

۳. این مهارت‌های دهگانه، عبارت‌اند از: خودآگاهی، همدلی، تفکر خلاق، تفکر نقاد، حل مسئله، تصمیم‌گیری، برقراری ارتباط مؤثر، برقراری رابطه بین فردی سازگاران، مقابله با هیجانات، مقابله با استرس.





۱. مهارت‌های لازم برای شروع ارتباط؛
۲. مهارت‌های لازم برای ادامه ارتباط؛
۳. مهارت‌های سازگاری با دیگران.

### مهارت‌های برقراری روابط صمیمانه با دیگران و دوست‌یابی

#### الف. مهارت‌های لازم برای شروع ارتباط

رعایت برخی جزئیات در آغاز یک ارتباط می‌تواند تأثیر فوق‌العاده‌ای در صمیمیت میان یک مبلغ و مخاطبش داشته باشد. متخصصان مهارت‌های اجتماعی به منظور شروع یک گفت‌وگوی مناسب، نسبت به برخی موارد تأکید دارند که در این نوشتار، به شش مورد از آنها اشاره می‌شود:

۱. توجه به وضعیت ظاهری؛ یعنی شیوه پوشیدن لباس و استفاده از لوازم شخصی.
- کسانی که به ظاهر و آراستگی خود توجه ندارند، از جذابیت، نفوذ و تأثیرپذیری خویش می‌کاهند. آراستگی، در برقراری و استحکام روابط تأثیرگذار است و این حقیقت انکارناپذیر، در سراسر هستی مشهود است. پیشوایان ما نیز به اهمیت آن اشاره داشته، خود پیش از هر شخص

دیگری، آن را به کار بسته و از محبوبیت آراستگی نزد خداوند خبر داده‌اند (بهرامی، ۱۳۸۶). در سیره رسول خدا ﷺ آمده است که هرگاه ایشان قصد خروج از منزل یا پذیرفتن کسی را داشتند، موی سر خود را شانه می‌زدند، سر و وضع خود را مرتب می‌کردند، خویشتن را می‌آراستند و برای آنکه تصویر خود را ببینند، در ظرف آبی می‌نگریستند. زمانی که علت این امور را پرسیدند، فرمودند: «خداوند متعال دوست دارد، هنگامی که بنده‌اش به سوی برادرانش می‌رود، خود را برای دیدار آنان آماده کند و بیاراید» (مجلسی، ۱۴۰۳).

در تعالیم پیشوایان اسلام، در خصوص آراستگی ظاهر، توصیه‌های فراوانی مطرح شده که از آن جمله می‌توان به این موارد اشاره کرد: ۱. پوشیدن لباس پاکیزه و آراسته؛ ۲. شانه زدن و مراقبت از موی سر و محاسن؛ ۳. پرهیز از ژولیدگی آنها؛ ۴. تمیز نگهداشتن بدن و زدودن موهای زاید آن؛ ۵. کوتاه کردن ناخن و موی شارب و درون بینی؛ ۶. پرهیز از آنچه موجب نفرت و کراهت دیگران می‌شود؛ از قبیل بوی بد دهان که ناشی از مسواک نزدن و خلال نکردن دندان‌هاست (همو، ۱۳۶۹).

۲. سلام همراه با لبخند. سلام همراه با تبسم، یعنی از دیدار شما بسیار خوشنودم. یکی از آداب معاشرت در اسلام، سلام دادن است. در سیره اهل بیت علیهم‌السلام بر افشای سلام و واضح و آشکار بودن آن تأکید شده است (کلینی، ۱۳۶۵). امام صادق علیه‌السلام در این زمینه می‌فرماید: سلام کردن به همراه دست دادن و تبسم، موجب از بین رفتن گناهان، مانند ریزش برگ درختان در پاییز می‌شود (همان). نبی مکرم اسلام صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم می‌فرماید: «از جمله صدقات، سلام کردن به مردم با گشاده‌رویی است» (مجلسی، ج ۶۴، ۱۴۰۳).<sup>۱</sup> از این رو، یکی از مهارت‌های مؤثر در برقراری ارتباط، سلام کردن است. البته به صورتی که بیان شد؛ یعنی با روی گشاده و لبخند. این منش مبلّغ، به مخاطبش نشان دهد که از دیدار او خرسند شده و از برقراری ارتباط با او خوشنود است.

۳. از پرسش‌های ساده و تعارفات متداول استفاده کنید.

پرسش‌های ساده و تعارفات معمول و متداول، زمینه صمیمیت و برقراری یک رابطه ساده و بی‌آلایش را فراهم می‌کند و رابطه را از خشکی و سردی خارج کرده و دیدگاه مخاطب را نسبت به مبلّغ تصحیح می‌کند. یکی از راه‌های برقراری ارتباط ساده، استفاده از پرسش‌های کوتاه و

۱. «إِنَّ مِنَ الصَّدَقَةِ أَنْ تُسَلِّمَ عَلَى النَّاسِ بِوَجْهِ طَلِيقٍ.»

رایج است که در جدول زیر به تعدادی از آنها اشاره می‌شود:

خوش میگذره؟	حالتون خوبه؟	چه خبر، چی کار می‌کنید؟
اوضاع چطوره؟	مشغول چه کاری هستین؟	کار و بار چطوره؟
از کسی ناراحتید؟	مشکلی پیش اومده؟	چند وقتی مسجد نمی‌آید؟
اوضاع و احوال چطوره؟	خانواده محترم خوب هستن؟	مشهد خوش گذشت؟
امشب توی مسجد چشم دنبال شما بود!	خیلی دلم می‌خواست بینمتون	سلام... حالتون چطوره؟ خوب هستین؟ خانواده خوبن؟
در سلامت به سر می‌برید؟	برنامه‌هاتون خوب پیش میره؟	چه خبر؟ همه چی مرتبه؟
امروز گرما (سرما)، بیشتر از روزهای قبل نیست؟	تعطیلات خوبی داشتید؟	انشاءالله همیشه شاد و سرحال بینمتون. اوضاع کاری رو به راهه؟
...	کارها بر وفق مراد هست؟	امروز را چطور گذراندی؟

۴. به علاقه‌مندی‌های طرف مقابل توجه کنید.

بی‌تردید، یکی از راه‌های شروع یک ارتباط موفق، توجه به علاقه‌مندی‌های طرف مقابل است. زمانی که نسبت به موضوعات مورد علاقه‌ی دیگران بی‌تفاوت باشیم، پیش‌بینی می‌شود که رابطه معناداری با آنها شکل نگیرد. در روایات معصومین علیهم‌السلام، این موضوع مورد تأکید قرار گرفته است. امام صادق علیه‌السلام در بیان حقوق مؤمن بر مؤمن فرمود: «آسان‌ترین این حقوق آن است که برای او همان چیزی را دوست داشته باشی که برای خود دوست داری و بر او نپسندی، آنچه را بر خود نمی‌پسندی» (کلینی، ج ۲، ۱۳۶۵).<sup>۱</sup>

۵. از شخص مقابل در حدّ متعارف تمجید کنید؛ مانند «چه قدر خوب به جزئیات توجه

می‌کنید!»

این اصل، بیانگر این نکته مهم است که برخی افراد به دلایل مختلف نسبت به نعمت‌هایی که پروردگار عالمیان به آنها ارزانی کرده، بی‌توجه هستند و ممکن است در نظر خودشان مهم و با ارزش جلوه نمایند؛ با این کار، نه تنها خودمان از نعمت‌های الهی یاد می‌کنیم، بلکه به دیگران هم یادآوری می‌کنیم که نعمت‌های الهی را باید بازگو کرد<sup>۲</sup> تا شکر آن به جای آورده شود و

۱. «أَيُّمَرُ حَقٌّ مِنْهَا أَنْ تُجِبَ لَهُ مَا تُجِبُ لِنَفْسِكَ وَ تَكْرَهُ لَهُ مَا تَكْرَهُ لِنَفْسِكَ..»

۲. «وَأَمَّا بِنِعْمَةِ رَبِّكَ فَحَدِّثْ.»

مصدق آن، در ارتباطات روزمره و تبلیغی یک مبلغ، تعریف و تمجید متعارف از نعمت‌هایی است که خداوند به او ارزانی داشته و احیاناً ممکن است مخاطب یک مبلغ به آن توجهی نداشته باشد. فضل بقباق گوید: از امام صادق علیه السلام در باره کلام خداوند بلندمرتبه که فرموده: «و اما نعمت پروردگارت را بازگو کن»، پرسیدم و ایشان فرمود: «کسی را که تو را نعمت داد و بدان برتری ات بخشید و به تو عطا کرد و نیکی نمود، یاد کن و حضرت علیه السلام از دین خود و از آنچه خداوند به او عطا کرد و از نعمتی که به او بخشید، سخن گفت» (همان).<sup>۲</sup>

۶. در مورد خودتان اطلاعات بدهید؛ مانند رشته تحصیلی تان، اینکه اهل کجا هستید و ...

یکی از روش‌های مهم که ارتباط را آسان می‌کند، تکنیک خودافشایی است. خودافشایی - در صورتی که به‌هنگام و به‌تدریج صورت پذیرد - زمینه یک ارتباط صمیمی را شکل می‌دهد و این فرصت را در اختیار فرد قرار می‌دهد تا به‌راحتی و در فضایی امن به گفت‌وگو بپردازد؛ چراکه طرف مقابل او نیز به‌راحتی از مسائل و خصوصیات مربوط به خویش با مخاطبش گفت‌وگو می‌کند. این فرد قابلیت اعتماد و ارتباط امن را دارد. شاید این حدیث به ذهن تبادر کند که این اصل ارتباطی، ممکن است با برخی احادیث در تضاد باشد که می‌فرمایند: «استر ذهابك و ذهبك و مذهبك»؛ اما پاسخ چنین شبهه‌ای، این است که اولاً، بر اساس تحقیقات صورت‌گرفته، این عبارت حدیث نیست و صرفاً به پیامبر رحمت صلی الله علیه و آله نسبت داده شده است (خدایاری، ۱۳۸۲). نکته دوم اینکه بر فرض صحت سند روایت، مراد از مستور داشتن، استتار اندیشه، باور و مسیر از دشمنان دین و مخالفان است؛ نه یک ارتباط دینی و تبلیغی با هدف جذب مخاطب. بنابراین، بازگویی برخی مسائل شخصی - البته با رعایت حدود آن - نه تنها منعی نخواهد داشت، بلکه می‌تواند آغازگر یک رابطه مثبت و سازنده باشد.

### ب. مهارت‌های لازم برای ادامه دوستی

آنچه از شروع ارتباط، اهمیتی به‌مراتب بیشتر دارد، ادامه ارتباط است؛ چراکه شروع یک ارتباط ممکن است با خرده‌مهارت‌های یادشده در بخش قبل شکل بگیرد؛ اما استمرار یک ارتباط است

۱. «وَأَمَّا بِنِعْمَةِ رَبِّكَ فَحَدِّثْ.» (ضحی، آیه ۱۱)

۲. «الصادق علیه السلام عَنْ فَضْلِ الْبُقَّاقِ قَالَ: سَأَلْتُ أَبَاعَبْدِ اللَّهِ علیه السلام عَنْ قَوْلِ اللَّهِ عَزَّ وَجَلَّ «وَأَمَّا بِنِعْمَةِ رَبِّكَ فَحَدِّثْ»، قَالَ: الَّذِي أَنْعَمَ عَلَيْكَ بِمَا فَضَّلَكَ وَ أَعْطَاكَ وَ أَحْسَنَ إِلَيْكَ ثُمَّ قَالَ: فَحَدِّثْ بِدِينِهِ وَ مَا أَعْطَاهُ اللَّهُ وَ مَا أَنْعَمَ بِهِ عَلَيْهِ.»

که می‌تواند اهداف برقراری رابطه را محقق کند و آن را وارد مرحله‌ای رشدیافته‌تر نماید. در این مرحله، لازم است طرفین رابطه، ادامه مسیر را مبتنی بر یکسری واقعیات بنا نمایند و تلاش خود را برای یک ارتباط مستمر و نتیجه‌بخش انجام دهند. در این بخش نیز همانند بخش قبلی، نیازمند یکسری خرده‌مهارت هستیم که به برخی از موارد آن اشاره می‌شود:

### ۱. استقلال درونی

اگر بخواهیم به شکلی ساده به اهمیت این مؤلفه و یا خرده‌مهارت پی ببریم، لازم است به مفهوم نقطه مقابل استقلال که همان وابستگی است، توجه کنیم. هر انسانی از ارتباطات خود به دنبال چیست؟ و چه زمانی می‌تواند یک رابطه پایدار را تجربه کند؟ زمانی که فرد در یک ارتباط صرفاً به دنبال تأمین نیازهای خویش نبوده و به نیازهای طرف مقابل نیز اهمیت می‌دهد، این رابطه می‌تواند برای هر دو طرف سودمند بوده و ادامه‌دار شود؛ اما اگر انسان در ارتباطات خویش، وابسته و بیمارگون ظاهر شود، ممکن است طرف مقابل خویش را خسته کند و یا او را از ادامه این ارتباط منصرف نماید. بنابراین، استقلال روانی افراد، ضامن استمرار و متناسب بودن انتظارات افراد از طرف مقابل است. در فضای تبلیغ نیز اگر مبلغ بتواند این غنای روانی و نفسانی را از خود بروز دهد و متناسب با توان و ظرفیت خود، با دیگران ارتباط برقرار کند، می‌تواند ارتباطی مستمر با مخاطبان خود داشته باشد؛ زیرا متناسب با ظرفیت خود و طرف مقابل، انتظارات خویش را تنظیم می‌نماید.

### ۲. قاطعیت

قاطعیت یا ابراز وجود، یکی از خرده‌مهارت‌های مهم برای ادامه یک رابطه محسوب می‌شود. به فرموده مرحوم شهید مطهری، هر انسانی جاذبه‌ای دارد و دافعه‌ای. نمی‌شود به قیمت حفظ مخاطب، یک مبلغ از ارزش‌ها و حقوق اولیه خود کوتاه بیاید؛ بلکه لازم است صادقانه و متناسب با اوضاع و شرایط، احساس واقعی خود را بیان کند. هرگاه افراد در ارتباطات خود، قاطعیت لازم در بیان احساسات و اندیشه‌های خویش را نداشته باشند، رابطه آنها دیر یا زود دستخوش زوال قرار خواهد گرفت. در آیات شریفه قرآن، خداوند با وجود شرایط سخت و احتمال توطئه پیرامون جانشینی امیر مؤمنان علیه السلام، پیامبر صلی الله علیه و آله را امر می‌کند که دستور را اجرا کند و از بیان آن ابایی نداشته باش: «ای پیامبر! آنچه از طرف پروردگارت بر تو نازل شده است، کاملاً

[به مردم] برسان! و اگر نکنی، رسالت او را انجام نداده‌ای! خداوند تو را از [خطرات احتمالی] مردم نگاه می‌دارد و او جمعیت کافران [لجوج] را هدایت نمی‌کند» (مانده، آیه ۶۷).<sup>۱</sup>

### ۳. خودفاش‌سازی یا گشودگی

خواه‌ناخواه در یک ارتباط دوسویه، آنچه مورد تبادل قرار می‌گیرد، احساس، رفتار و افکار طرفین است و داده‌هایی رد و بدل می‌شود؛ اما اگر فقط یک نفر اطلاع‌دهنده باشد و طرف مقابل اطلاع‌گیرنده، به مرور این رابطه از حالت صمیمیت خارج شده و ممکن است طرف مقابل احساس کند که شما یا مقاومت دارید و یا علاقه‌ای به دادن اطلاعات از خودتان نیستید و این می‌تواند ابهامات طرف مقابل را افزایش داده، او را از ادامه رابطه سرد نماید. بنابراین، همان‌طور که در خرده‌مهارت ششم از مهارت‌های شروع ارتباط بیان شد، بیان متناسب و تدریجی اطلاعات شخصی می‌تواند ادامه رابطه را بیشتر تضمین نماید. بدیهی است که این خودافشایی، شامل هر نکته و مسئله‌ای نیست؛ بلکه مشتمل بر اطلاعاتی است که به پیشرفت رابطه کمک می‌کند و می‌تواند برای طرفین آموزنده باشد.

### ۴. همدلی

همدلی، یعنی توانایی فرد در اینکه خود را در جایگاه طرف مقابل قرار دهد و به گونه‌ای که او به مسائل می‌نگرد، نگاه کند. این کار البته دشواری‌های خود را دارد و مستلزم این است که فرد ابتدا به سطحی از بلوغ عاطفی رسیده باشد که علاوه بر فهم احساس طرف مقابل، اعم از: شادی، غم، خشم، ترس و اضطراب، بتواند با شیوه‌ای صحیح با این وضعیت و احساس شخص مقابل برخورد کند؛ یعنی از کلمات و عباراتی استفاده نماید که نشان‌دهنده این باشد که احساس و اندیشه طرف مقابل به صورت صحیح دریافت شده است. این مهارت، از جمله مهم‌ترین مهارت‌های ارتباطی محسوب می‌شود و نقش بسزایی در استمرار رابطه دارد.

برخی نکاتی که می‌تواند همدلی را در طرفین ارتباط برقرار سازد، عبارت‌اند از: ۱. نسبت به رفتار و احساس طرف مقابل قضاوت و ارزیابی نداشته باشد؛ ۲. احساسات و عواطف مخاطب

---

۱. «يَا أَيُّهَا الرُّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ وَ إِنْ لَمْ تَفْعَلْ فَمَا بَلَّغْتَ رِسَالَتَهُ وَ اللَّهُ يَغْضِبُكَ مِنَ النَّاسِ إِنْ اللَّهُ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الْكَافِرِينَ.»

را به درستی درک کند؛ ۳. خود را کاملاً در جایگاه او فرض کنیم و تصور نماییم که اگر نقش او را داشتیم، چه احساسی را تجربه می کردیم و چه رفتاری از ما سر می زد. البته این به معنای تأیید احساس و رفتار طرف مقابل نیست؛ بلکه به معنای پذیرش آن است.

#### ۵. حمایتگری

مقصود از حمایتگری، این نیست که فقط یک طرف از نفر مقابل خود حمایت کند؛ بلکه مقصود این است که طرفین در رابطه مسئولانه رفتار کنند و نسبت به یکدیگر حمایتگری داشته باشند. امام صادق علیه السلام در بیان حق دوم از حقوق هفتگانه واجب مؤمنان بر یکدیگر می فرماید: «او را [با تمام وجود اعم از] جسم، مال و ثروت، زبان، دست و پا کمک نموده و دریغ نورزی» (کلینی، ج ۲، ۱۳۶۵).<sup>۱</sup>

#### ۶. تساوی

در یک ارتباط دو یا چندطرفه، افراد تفاوت‌هایی با هم دارند و ممکن است یکی از دیگری باهوش‌تر یا قدرتمندتر و یا ثروتمندتر و... باشد؛ ولی توجه به نقاط مشترک که همان وجه تساوی طرفین رابطه است، می‌تواند فضای ارتباط را صمیمی نگه دارد و این‌طور نباشد که همواره یک نفر بر دیگری برتری داشته باشد. این نکته، در رفتار یک مبلغ می‌تواند اهمیت دوچندان داشته باشد؛ به‌خصوص اینکه در مورد اطلاعات و آگاهی‌های دینی، باید توجه داشت که نگاه بالا به پایین نمی‌تواند رابطه را پایدار نماید. امام صادق علیه السلام در بیان حق سوم از حقوق مؤمنان نسبت به یکدیگر چنین می‌فرماید: «در خوشنود شدن او، گام برداری و از هرگونه ایجاد ناراحتی برایش اجتناب نموده، فرمانبر خواسته‌های [مشروع] او باشی»<sup>۲</sup> (همان).

#### ۷. مثبت‌گرایی

مثبت‌گرایی می‌تواند جنبه‌های مختلفی داشته باشد؛ ولی به طور کلی، مقصود این است که زمانی که با دیگران هستیم، با آنها به گونه‌ای رفتار نماییم که انرژی و انگیزه‌ای مضاعف یابند و از بودن با ما انگیزه‌ها و تمایلاتشان منفی و سست نشود. برای داشتن مثبت‌گرایی در یک رابطه، باید

۱. «قال الصادق علیه السلام: (... وَ الْفَائِي أَنْ تُعِيَنَهُ بِتُفِيكَ وَ مَالِكَ وَ لِسَانِكَ وَ يَدِكَ وَ رِجْلِكَ ... .»

۲. «قال الصادق علیه السلام: (وَ الْثَالِثُ أَنْ تَتَّبِعَ رِضَاهُ وَ تَجْتَنِبَ سَخَطَهُ وَ تُطِيعَ أَمْرَهُ.»

به دو نکته توجه داشت: ۱. نسبت به خودمان احساس و نظر مثبتی داشته باشیم؛ از عدم موفقیت‌ها و مشکلات شخصی خودمان ناله نکنیم و به آینده امیدوار باشیم و به آنها نیز این احساس مثبت را انتقال دهیم؛ ۲. چنانچه احساس مثبتی نسبت به طرف مقابلمان داریم، به او انتقال دهیم و به زبان آوریم. امیرمؤمنان علیه السلام در وصف مؤمن می‌فرماید: «انسان مؤمن، در چهره خود، شادمان و گشاده‌رو است و اندوهش در دل است.»<sup>۱</sup> (سید رضی، ۱۴۲۸). یک مبلغ ممکن است در ارتباطات متعدد خود، از مشکلات و ناراحتی‌های مردم مطلع شود؛ ولی سعه صدر او باعث نمی‌شود که حس مثبت‌گرایی خود را از دست بدهد. حضرت امیر علیه السلام در ادامه، سایر صفات مؤمن واقعی را چنین ترسیم می‌نماید: «حوصله‌اش از همه بیش است و نفسش از همه خوارتر.»<sup>۲</sup>

### ج. مهارت‌های سازگاری با دیگران

بدون شک، یکی از لوازم مهم موفقیت افراد در برقراری روابط بین فردی، «سازگاری»<sup>۳</sup> است. سازگاری و مدارا با افراد مختلف، با وجود تفاوت‌ها و مغایرت‌های فرهنگی، نژادی، گویشی، ارزشی و...، نشان‌دهنده توانایی فرد در تعاملات و تبادلات عاطفی، فکری و رفتاری است. در روان‌شناسی، سازگاری به روند رفتاری متعادل‌سازی نیازهای متناقض یا نیازهایی که با موانعی در محیط روبه‌رو هستند، اشاره دارد. انسان‌ها و حیوانات، به طور منظم با محیط خود سازگار می‌شوند؛ به عنوان مثال، اگر حالت فیزیولوژیکی، آنها را به جست‌وجوی غذا تحریک کند، آنها در صورت امکان غذا می‌خورند تا گرسنگی خویش را کاهش دهند و با محرک گرسنگی سازگار شوند. بنابراین، اینکه یک فرد با وجود تفاوت‌هایی که با دیگران دارد، خود را قادر بر سازگاری با دیگران بداند، این امر سبب احساس رضایت در فرد شده، او را به اهداف ارتباطی خویش نزدیک می‌نماید.

یک مبلغ خلاق و توانمند، به دنبال کسب مهارت‌های سازگارانانه با مخاطبان خویش است و با وجود تفاوت‌های فرهنگی، ارزشی، رفتاری و... با مخاطبان خویش، می‌تواند مطابق موقعیتی

۱. قال علی علیه السلام: «الْمُؤْمِنُ بِشَوْهٍ فِي وَجْهِهِ وَ حُزْنُهُ فِي قَلْبِهِ...»

۲. «أَوْسَعُ شَيْءٍ صَدْرًا وَ أَدْلُّ شَيْءٍ نَفْسًا.»



که در آن قرار می‌گیرد، خویشان را با شرایط جدید سازگار کند و به اهداف تبلیغی خود نزدیک شود. سازگاری با دیگران، علاوه بر مهارت‌های قبلی، نیازمند مهارت‌های خرد دیگری است که فهرستی از آنها در جدول زیر به نمایش در آمده است:

تواضع	صداقت	ادب	گفتار مهرآمیز
پرهیز از گفتار قهرآمیز مانند: ملامت، مخالفت، معج‌گیری	احساس محبت	احساس مهم بودن و محترم بودن	احساس مفید بودن

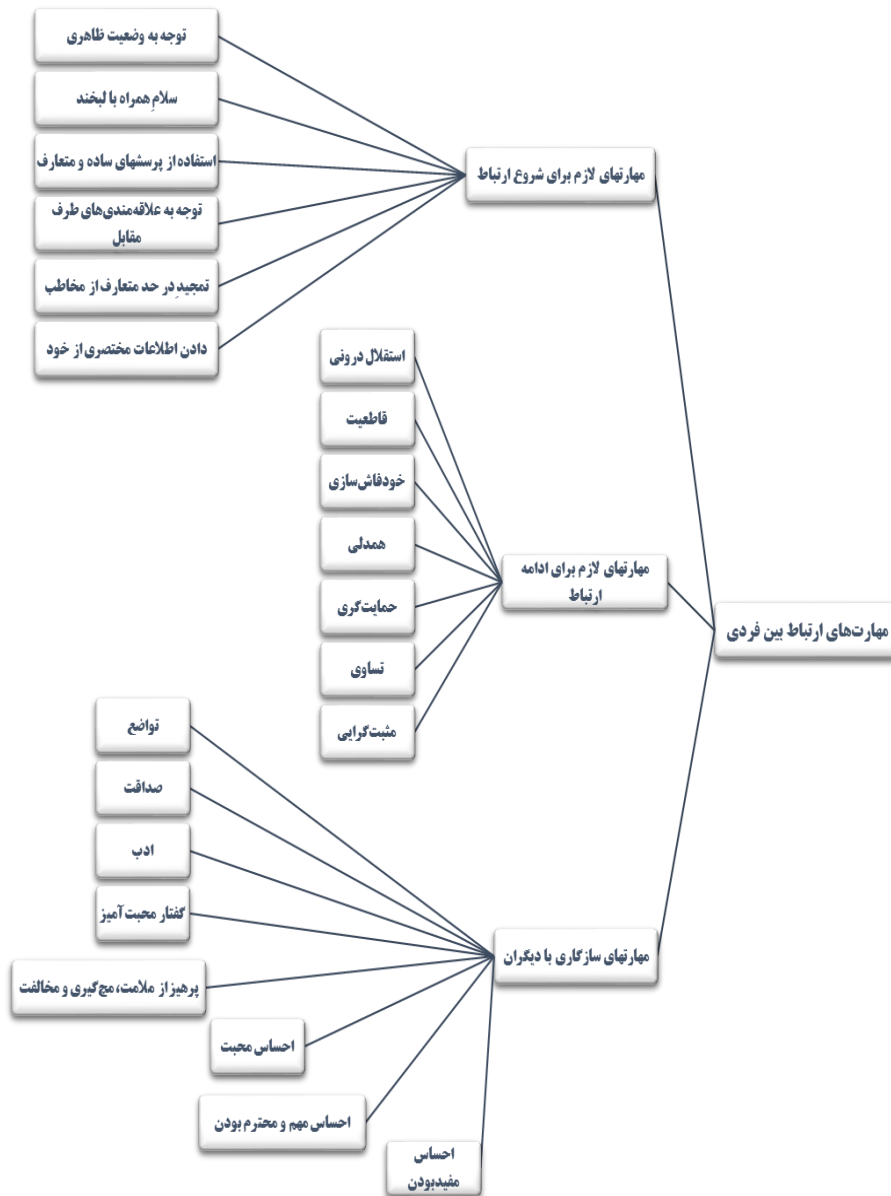
با توجه به اینکه عمده این خُرده‌مهارت‌ها در علم اخلاق و اخلاق کاربردی موجود است و عموم طلاب و روحانیان از آن آگاهی لازم را دارند، صرفاً به ذکر آنها اکتفا نمودیم.

### نتیجه

امروزه برای تبلیغ ارزش‌ها و معارف دینی، از روش‌های مختلفی می‌توان بهره گرفت که هرکدام از آنها می‌تواند کارایی و نقش ویژه‌ای در انتقال معارف دین داشته باشد؛ ولی با وجود تمامی پیشرفت‌هایی که در فضای مجازی و رسانه‌های دیجیتال صورت گرفته، تبلیغ حضوری و چهره‌به‌چهره، نقش و جایگاه بی‌بدیل خویش را حفظ کرده است. تجارت و رفاه مادی برای پیش‌برد اهداف خود، انواع و اقسام روش‌های علمی و غیرعلمی را می‌آزماید. از این‌رو، بایسته است که برای انتقال مفاهیم و ارزش‌های دینی، از علوم و تحقیقات روز دنیا استفاده کنیم. چنانچه بتوانیم با بهره‌گیری از علوم روز و مهارت‌های ارتباطی و میان‌فردی، بر غنای این قالب از تبلیغ بیفزاییم، بر توفیقات این شیوه بی‌بدیل افزوده‌ایم و از این رهگذر، افراد بیشتری با سلايق و رویکردهای مختلف، وارد بوستان معارف و ارزش‌های دینی خواهند شد.

در این نوشتار، تلاش شد تا مهارت‌های بین فردی در سه حوزه: مهارت‌های لازم برای شروع ارتباط، مهارت‌های لازم برای ادامه ارتباط و مهارت‌های سازگاری با دیگران، بیان شود و مبلغان محترم بتوانند از زاویه‌ای متفاوت، به حوزه ارتباطات میان‌فردی بنگرند. سازمان‌دهی در سبک‌ها و شیوه‌های ارتباطی می‌تواند سطح موفقیت‌ها را افزایش داده، رضایت حرفه‌ای را در دل مبلغ و مخاطب به ارمغان آورد. این مقاله و نظایر آن، می‌تواند به منزله آغازی برای تلاش مضاعف در راستای به‌روزرسانی مهارت‌های ارتباطی طلاب و مبلغان دلسوز و زحمت‌کش باشد تا بتوانند

ولایت و محبت اهل بیت علیهم‌السلام را در جامعه و دل مخاطبان خویش روز افزون نمایند. در ادامه، محتوای نوشتار حاضر در قالب یک نمودار به صورت خلاصه آمده است تا خوانندگان عزیز، بهتر به رئوس مطالب ارائه شده دسترسی داشته باشند.



## منابع

۱. قرآن کریم.
۲. بهرامی، ناصر، ۱۳۸۶، «آراستگی از دیدگاه معصومان علیهم‌السلام»، فرهنگ کوثر، ش ۶۹.
۳. حرّ عاملی، ۱۴۰۳ق، وسائل الشیعة، تهران، انتشارات اسلامیة.
۴. خدایاری، علی نقی، ۱۳۸۲، «رویکرد حدیثی سید حیدر آملی در جامع الاسرار»، علوم حدیث، ش ۲۸: ۶۵-۹۶.
۵. دهخدا، علی اکبر، ۱۳۷۷، لغت‌نامه دهخدا، تهران، انتشارات دانشگاه تهران.
۶. زمخشری، محمودبن عمر، ۱۳۹۹، ربیع الأبرار ونصوص الأخبار، بیروت، انتشارات اعلمی.
۷. سید رضی، ۱۴۲۸، نهج البلاغه، قم، مؤسسه نشر الاسلامی.
۸. طبرسی، فضل بن حسن، ۱۳۸۴، مجمع البیان فی تفسیر القرآن، تهران، ناصر خسرو.
۹. فتی، لادن و همکاران، ۱۳۹۵، مجموعه مهارت‌های زندگی، تهران، میان کوشک.
۱۰. کلینی، محمدبن یعقوب، ۱۳۶۵، الکافی، تهران، دار الکتب الاسلامیة.
۱۱. لاکانی، مژگان و همکاران، ۱۳۸۵، آموزش مهارت‌های زندگی، تهران، سازمان جوانان هلال احمر.
۱۲. مجلسی، محمدباقر، ۱۴۰۳ق، بحار الأنوار، بیروت، دار احیاء التراث العربی.
۱۳. \_\_\_\_\_، ۱۳۶۹، حلیة المتقین، تهران، دانشور.
۱۴. وبگاه بلاغ، به نشانی: [balagh.ir](http://balagh.ir)
۱۵. وبگاه حضرت آیت الله خامنه‌ای، به نشانی: [Khamenei.ir](http://Khamenei.ir)



# 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\*

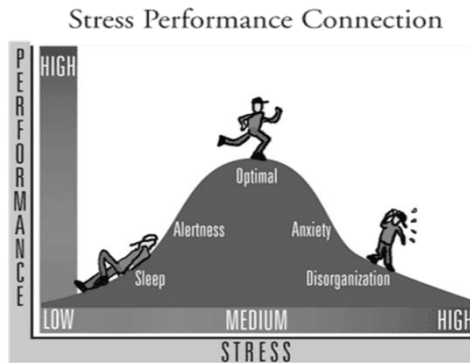
### چکیده

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<sup>۱</sup> (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

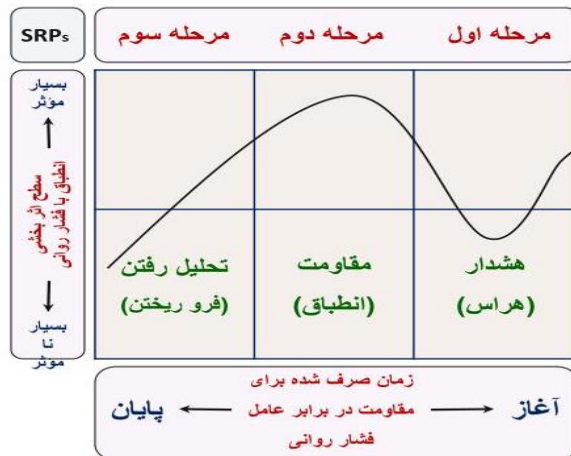
### الف. استرس

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 مبلغ 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 مبلغ 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. مسئله محور؛

ب. احساس محور.

در فنون مسئله محور، 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 احساس محور، 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 مسئله محور، معمولاً «ستیز» و روش احساس محور، «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 آل علی علیه السلام.
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. محمدی ری‌شهری، محمد، ۱۳۸۰، تبلیغ بر پایه قرآن و حدیث، قم، انتشارات دار الحدیث.
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 علیهم السلام.
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.



# Journal of Islamic Propagation

---

Volume 3 ● No 7 ● Spring & Summer 2022

## Propagators and Teaching Life Skills to the Clients of Center for Correction and Education

Mas'ud Shahidi\*

Hamed Mirzakhani\*\*

### Abstract

Part of the social harms is due to lack of control of emotions and the individual's sufficiency in facing difficult situations and the inability to solve problems in life. Such harms have caused the growth of crime in the society. According to the studies carried out, the reason for the growth of crimes in the society is the lack of training. This study aims to express the importance of training and its effect on the clients of the Center for Correction and Education and that dear propagators should prioritize the issue of life skills training in order to prevent social anomalies in their educational programs. Training is one of the best ways to prevent this type of social harm and can be used in the Center for Correction and Education. Although some have claimed that training does not have a beneficial effect on clients, it is safe to say that training increases some of the clients' abilities. In the field of training, the first priority is to teach life skills to the clients of the Center for Correction and Education. In this regard, psychologists, with the support of national and international organizations, have been mobilized to prevent mental illnesses and social anomalies, to teach life skills, increase psycho-social abilities, and finally, to prevent harmful behaviors to health and promote people's health. The results of this study suggest that life skills training increases the ability of clients, and these trainings are the basis of rehabilitation and preventing them from re-entering the Center for Correction and Education, and considering the relationship between health and religion, the training of these skills by propagators is more important and leads to the growth of the society.

### Keywords

Training, life skills, training of clients, Center for Correction and Education, propagation in prison.

---

\* PhD student in Qur'an and psychology, shahidimzf@gmail.com.

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





پژوهشنامه

تبلیغ اسلامی

دو فصلنامه علمی - تخصصی

سال سوم، شماره هفتم، بهار و تابستان ۱۴۰۱

## مبلمان و آموزش مهارت‌های زندگی به مددجویان کانون اصلاح و تربیت

\* مسعود شهیدی

\*\* حامد میرزاخان

### چکیده

بخشی از آسیب‌های اجتماعی، نتیجه عدم کنترل احساسات و کفایت فرد در رویاروی با موقعیت‌های دشوار و عدم توانایی حل مسئله و مشکل‌های زندگی است. این‌گونه آسیب‌ها باعث رشد بزهکاری در جامعه شده است. طبق پژوهش‌های انجام‌شده، علت رشد بزهکاری‌ها در جامعه، عدم آموزش است. هدف این پژوهش، بیان اهمیت آموزش و تأثیر آن بر مددجویان کانون اصلاح و تربیت است و اینکه مبلمان گرامی، بایسته است که بحث آموزش مهارت‌های زندگی را جهت پیشگیری از ناهنجاری‌های اجتماعی، در اولویت برنامه‌های آموزشی خود قرار دهند. آموزش، یکی از بهترین روش‌ها برای جلوگیری از این نوع آسیب‌های اجتماعی است و می‌تواند در محیط کانون اصلاح و تربیت مورد استفاده قرار گیرد. با اینکه عده‌ای ادعا کرده‌اند که آموزش تأثیر مفیدی برای مددجویان ندارد، اما با اطمینان می‌توان بیان کرد آموزش، باعث افزایش بخشی از توانایی مددجویان می‌شود. در بحث آموزش، اولویت اول، آموزش مهارت‌های زندگی به مددجویان کانون اصلاح و تربیت است. در این راستا، روان‌شناسان با حمایت سازمان‌های ملی و بین‌المللی، جهت پیشگیری از بیماری‌های روانی و ناهنجاری‌های اجتماعی جهت آموزش مهارت‌های زندگی، افزایش توانایی‌های روانی - اجتماعی و در نهایت، پیشگیری از ایجاد رفتارهای آسیب‌رسان به بهداشت و سلامت و ارتقای سلامت افراد بسیج شده‌اند.

\* دانشجوی دکتری قرآن و روانشناسی: shahidimzf@gmail.com

\*\* دانش آموخته سطح چهار حوزه علمیه قم، پژوهشگر مرکز فقهی ائمه اطهار (عج): mirzakhanamed@com.gmail

نتایج این پژوهش، نشان می‌دهد آموزش مهارت‌های زندگی، باعث افزایش توانایی مددجویان می‌شود و این آموزش‌ها زمینه‌ساز پروری و جلوگیری از ورود مجدد آنان به کانون اصلاح و تربیت شده و با توجه به رابطه سلامت و دین، آموزش این مهارت‌ها توسط مبلغان از اهمیت بیشتری برخوردار است و رشد جامعه را به ارمغان می‌آورد.

**کلیدواژگان:** آموزش، مهارت‌های زندگی، تربیت مددجویان، کانون اصلاح و تربیت، تبلیغ در زندان.

## مقدمه

آسیب‌های خانواده‌های امروزی، افزایش انواع جرایم و به وجود آمدن شیوه‌های نوین بزهکاری و کاهش یافتن سن بزهکاری و ارتکاب جرم توسط کودکان و نوجوانان و عدم آموزش مهارت‌های زندگی به کودکان در خانواده و مدرسه است.

یکی از راه‌های پیشگیری از بروز مشکلات روانی و رفتاری و جلوگیری از بزهکاری در جامعه، ارتقای ظرفیت روان‌شناختی افراد است که از طریق آموزش مهارت‌های زندگی جامعه عمل می‌پوشد. مهارت‌های زندگی، عبارت است از مجموعه‌ای از توانایی‌ها که زمینه‌سازگاری و رفتار مثبت و مفید را فراهم می‌آورد.

آموزش مهارت‌های زندگی در سال ۱۹۷۹ و با اقدامات آقای دکتر گیلبرت بوتوین آغاز شد. وی در این سال، یک مجموعه آموزش مهارت‌های زندگی برای دانش‌آموزان کلاس هفتم تا نهم تدوین نمود که با استقبال فراوان متخصصان بهداشت روان مواجه گردید. این برنامه آموزشی، به نوجوانان یاد می‌داد که چگونه با استفاده از مهارت‌های رفتار جرئت‌مندانه، تصمیم‌گیری و تفکر نقاد، در مقابل وسوسه یا پیشنهاد سوءمصرف مواد از سوی همسالان مقاومت کنند. هدف بوتوین، طراحی یک برنامه واحد پیشگیری اولیه بود. مطالعات بعدی نشان داده آموزش مهارت‌های زندگی، در صورتی به نتایج موردنظر ختم می‌شود که همه مهارت‌ها به فرد آموخته شود. پژوهش‌ها حاکی از آن بودند که این برنامه در پیشگیری اولیه چندین نوع مواد مخدر، از جمله سیگار، موفق بوده است.

مرور مطالعات انجام‌شده نشان می‌دهد که برنامه‌های پیشگیری مبتنی بر آموزش مهارت‌های زندگی، بسیار مؤثرتر از گرایش‌های سنتی است. پژوهشگران دریافته‌اند که گرایش‌های جامع در پیشگیری از سوءمصرف مواد، شامل آموزش مهارت‌های زندگی برای ارتقای توانایی‌های اجتماعی در به تعویق انداختن شروع مصرف الکل و ماری‌جوانا، بسیار

مؤثرتر از گرایش‌های مبتنی بر ارائه دانش و اطلاعات و گرایش‌های مبتنی بر رهبری همسالان بوده‌اند.

در پژوهشی که اثر آموزش مهارت‌های زندگی را در زمینه خودآگاهی بررسی نمود، نشان داد به دنبال این آموزش، دانش‌آموزان صداقت بیشتر، نوع دوستی بیشتر و پرخاشگری کمتری نشان می‌دهند.

هویر، روان‌شناس معاصر و پزشک بیماری‌های روانی، پس از بررسی‌های آماری ده کشور اروپایی، مدعی شده است که ۸۸ درصد کودکانی که مرتکب گناه می‌شوند، از خانواده‌های گسسته‌اند. این دانشمند با تحقیقات خود نشان می‌دهد که بین ۸۰ تا ۹۰ درصد کودکان منحرف یا مجرم، از خانواده‌هایی هستند که وضعیتی مغشوش و نابسامان داشته و شیرازه آنها از هم گسسته شده است.

در ایران نیز تحقیقات بسیاری صورت گرفته است. بر اساس گزارش کانون اصلاح و تربیت سازمان زندان مشهد که در سال ۱۳۶۱ منتشر گردید، ۶۲ درصد افراد موجود در کانون، والدینشان با یکدیگر ناسازگاری داشته‌اند. این امر، بیانگر ارتباط نادرست خانوادگی است که می‌تواند به بزهکاری در نوجوانان منجر گردد.

در سال ۱۳۶۹، اداره کل امر به معروف و نهی از منکر کمیته انقلاب اسلامی، طی تحقیقی با عنوان «بررسی علل و انگیزه‌های بزهکاری اطفال و نوجوانان شهر تهران»، عواملی همچون: سطح تحصیلات، خانواده، مهاجرت، محل سکونت، اقتصاد و خانواده را در گرایش به بزهکاری مؤثر دانسته و بر اساس نتایج تحقیق موصوف، پیشنهاد می‌نماید که برای پیشگیری از بزهکاری نوجوانان، باید یک تلاش همه‌گیر و گسترده صورت پذیرد.

در سال ۱۳۷۶، طی تحقیقی که در شهرستان محلات انجام گرفته، چنین نتیجه‌گیری شده است که بین «بزهکاری نوجوانان و جوانان» و «نامناسب بودن وضعیت خانوادگی، وضعیت اقتصادی، سابقه تحصیلی، وضعیت شغلی و نیز نامناسب بودن وضعیت اعتقادی» رابطه وجود دارد. طبق یافته‌های تحقیقی، ۴۴ درصد بزهکاران جامعه ما، در خانواده‌های لایبالی زندگی می‌کنند.

برنامه بهداشت روان در مدارس ایران، در سال ۱۳۷۸ توسط دکتر بینا و همکاران در منطقه دماوند بر روی ۲۸۰ نفر دانش‌آموز پسر و دختر مقطع راهنمایی در دو سطح دانش‌آموزان و



معلمان انجام شد که مهم‌ترین بخش آن، آموزش مهارت‌های زندگی به دانش‌آموزان بود. پرسشنامه‌های قبل و بعد از مداخله، نشانگر افزایش آگاهی دانش‌آموزان و معلمان نسبت به مقوله بهداشت روان و تغییر نگرش آنها به مسئله بهداشت روان و بهبود نمرات سلامت روان بود.

پژوهش‌های متعدد و گسترده‌ای، تأثیر مثبت آموزش مهارت‌های زندگی را در کاهش بزهکاری‌ها در جامعه، از قبیل: کاستن سوءمصرف مواد، پیشگیری از رفتارهای خشونت‌آمیز، تقویت اتکابه‌نفس، افزایش مهارت‌های مقابله با فشارها و استرس‌ها، برقراری روابط مثبت مؤثر اجتماعی و... نشان داده‌اند. در نتیجه، شخص قادر می‌شود بدون اینکه به خود یا دیگران صدمه بزند، مسئولیت‌های مربوط به نقش اجتماعی خود را بپذیرد و با چالش‌ها و مشکلات روزانه زندگی، به شکل مؤثر روبه‌رو شود. توانمندی در این مهارت‌ها می‌تواند زمینه‌ساز زندگی سالم‌تر در آینده را رقم بزند.

سال‌های نوجوانی، مرحله مهم و برجسته رشد و تکامل اجتماعی و روانی فرد به شمار می‌رود. در این دوره، نیاز به تعامل هیجانی عاطفی، به‌ویژه تعامل بین عواطف و عقل، درک ارزش وجودی خویش، خودآگاهی (شناخت استعدادها، توانایی‌ها و رغبت‌ها)، انتخاب هدف‌های واقعی در زندگی، استقلال عاطفی از خانواده، حفظ تعادل عاطفی و روانی خویش در مقابل عوامل فشارزای محیطی، برقراری روابط سالم با یکدیگر، کسب مهارت‌های اجتماعی لازم در دوست‌یابی، شناخت زندگی سالم و مؤثر و چگونگی برخورد با آنان، از مهم‌ترین نیازهای نوجوانان به شمار می‌رود.

بنابراین، کمک به نوجوانان در رشد و گسترش مهارت‌های موردنیاز برای زندگی مؤثر، ایجاد یا افزایش اعتمادبه‌نفس در برخورد با مشکلات و حل آنها، و همچنین کمک به آنها در رشد و تکامل عواطف و مهارت‌های اجتماعی لازم جهت سازگاری موفق با محیط اجتماعی و زندگی مؤثر و سازنده در جامعه، ضروری به نظر می‌رسد (شعاری‌نژاد، ۱۳۹۴، ص ۲۰).

در این مقاله، به اهمیت آموزش مهارت‌های زندگی جهت پیشگیری از بزهکاری در جامعه، به‌ویژه برای مددجویان کانون اصلاح و تربیت توسط مبلغان پرداخته می‌شود. از این‌رو، در باره بزهکاری و مهارت‌های زندگی و اهمیت آموزش آن، به بررسی آموزش مهارت‌های زندگی در بازپروری مددجویان کانون اصلاح و تربیت توسط مبلغان می‌پردازیم.

## تبیین مفاهیم

### الف. بزهکاری

بزه، در زبان قرآن و به تبع آن در فقه اسلامی، عبارت است از انجام دادن فعل یا گفتن قولی است که شارع مقدس آن را منع کرده است؛ به عبارت دیگر، افعال و اقوالی جرم تلقی می‌شوند که مغایر با احکام یا فرمان‌های پروردگار باشند؛ به طوری که در آیه ۸ از سوره مائده (وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ اَلَّا تَعْدِلُوْا)، «يَجْرِمَنَّكُمْ» به معنای کارهای زشت و ناپسند تعبیر شده است و نیز لفظ «مجرمین» در آیه ۴۷ از سوره قمر (اِنَّ الْمُجْرِمِيْنَ فِي ضَلٰلٍ وَّ سُعْرٍ) نیز ناظر به اعمال و رفتار زشت کسانی است که در گمراهی به سر می‌برند. همین معنا را می‌توان از آیاتی که در باب انواع جرایم در قرآن کریم وارد شده، استشهاد نمود؛ مانند: قصاص نفس، قصاص عضو، دیه، حد زنا، حد قذف و حد سرقت.

امام خمینی علیه السلام نیز جرم را در معنای عام آن مورد توجه قرار داده و آن را شامل هر فعل حرام یا ترک واجب قابل مجازات دانسته‌اند؛ منتها شرطی را که قائل شده‌اند، این است که لفظ «جرم» را برای گناهان کبیره استعمال کرده است؛ به طوری که می‌فرماید: «هرکس یکی از واجبات را ترک کند و یا یکی از محرمات را انجام دهد، بر امام علیه السلام یا نائب اوست که وی را به کیفر تعزیر برساند؛ به شرطی که فعل حرام از گناهان کبیره باشد» (میرزاخانن و همکاران، ۱۳۹۷، ص ۵۶).

#### ۱. بزهکاری در کودکان و نوجوانان

همواره بزهکاری در بین کودکان و نوجوانان وجود داشته است؛ اما از اواخر قرن نوزدهم، تخلف و قانون‌شکنی این گروه در کشورهای بزرگ صنعتی جلب توجه کرده است. هرگاه خانواده و جامعه نسبت به کودکان و نوجوانان، بی‌توجه و سهل‌انگار باشند و کودکی به بزهکاری روی آورد و به زندگی ناسالم عادت کند، در بزرگسالی احتمال بازگشت به اجتماع و اصلاح وی تا حدودی غیرممکن است.

به همین جهت است که تمام تلاش حقوقدانان، جرم‌شناسان و جامعه‌شناسان، یافتن نظام قضایی و تربیتی ویژه‌ای برای بزهکاری خردسالان و نوجوانان است و این تلاش‌ها ارائه راهکارها و الگوهای خاصی برای تربیت و جایگزینی مجازات است که به تصویب مقررات خاصی در قوانین بین‌المللی می‌انجامد (نجفی‌توانا، ۱۳۸۲، ص ۲۱). بزهکاری، از جمله رفتارهای

ناسازگارانه‌ای است که از نوجوان سر می‌زند. اگرچه در نگاه اول، بزه، پدیده‌ای فردی به نظر می‌رسد، ولی با توجه به پیامدهای سوء آن برای جامعه، باید آن را در شمار آسیب‌های اجتماعی به حساب آورد (اشرف، ۱۳۹۳، ص ۱۷۶).

## ۲. انواع بزهکاری

سه دسته بزهکاران عبارت‌اند از: «بزهکاران روان‌رنجور»، «بزهکاران دارای اختلالات منش و بزهکاران جامعه‌ستیز ذاتی» و «بزهکاران روان‌پریش».

### \* بزهکاران روان‌رنجور

افراد مبتلابه و سواس فکری - عملی هستند که به وسیله محرک‌های ناخودآگاه، مثل محرک‌های جنسی، سرکوب شده و به سوی ارتکاب عمل مجرمانه سوق داده می‌شوند. این افراد قادر به تحمل اضطراب نیستند. گروه دیگری از افراد روان‌رنجور، به واسطه احساسات گناهکارانه ناخودآگاه که ناشی از خشونت و تنفر عمیق آنان و احساسات گناهکارانه متعاقب آن است، مرتکب جرم می‌شوند. اعمال مجرمانه این بزهکاران، عبارت است از: دزدی بیمارگونه، آتش‌افروزی، الکل‌زدگی، قماربازی و ولگردی (محمدی‌اصل، ۱۳۸۵، ص ۱۰۹-۱۱۰).

### \* بزهکاران دارای اختلالات منش و بزهکاران جامعه‌ستیز

شامل مجرمانی هستند که دارای اختلالات منش بوده، به خودی خود، نشانه‌های روان‌رنجوری را از خود نشان نمی‌دهند. این افراد، ستیزه‌جو، ضد اجتماعی، تحریک‌پذیر، خودشیفته، ناپایدار، لذت‌جو و از نظر احساسات، بی تفاوت‌اند.

این اشخاص بیشتر در خانواده‌های بی‌ثباتی پرورش یافته‌اند که روابط عاطفی ضعیف و رهاشدگی و بخشش شدید خانواده، آنها را از همسان‌سازی با مدل‌های نقشی صحیح بازداشته است. افراد این گروه ممکن است به تمام جرایم دست بزنند (همان).

### \* بزهکاران روان‌پریش و یا مبتلابه نقایص عقلی

شامل مجرمانی هستند که به واسطه نقص استدلال و منطق، از درک اینکه اعمال مجرمانه آنها

خلاف است، عاجزند. این گروه شامل افراد مبتلا به اسکیزوفرنی<sup>۱</sup> و نقص عقلی و کسانی که دچار آسیب مغزی شده‌اند، و همچنین، افراد مبتلا به اختلال دوقطبی است. جرایم این گروه، ظاهراً بی‌معنا و عجیب هستند و شامل ارتکاب به انواع گوناگونی از جرایم ساده، زدو خورد، آتش‌افروزی، تجاوز جنسی و قتل عمد است (معظمی، ۱۳۸۸، ص ۱۰۹ و ۱۱۰).

در دودسته اول بزهکاران، می‌توان با آموزش مهارت‌های زندگی به آنها در کانون‌های اصلاح و تربیت، به سوی بازپروری آنان پیش رفت و جلوگیری از تکرار این نوع بزهکاری‌ها را با آموزش مهارت‌های زندگی انجام داد (میرزاخانی و همکاران، ۱۳۹۷، ص ۵۶).

## ب. مهارت‌های زندگی

### ۱. اصطلاح مهارت‌های زندگی

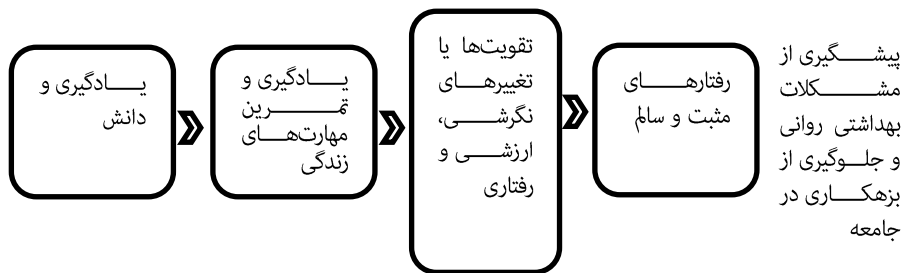
اصطلاح «مهارت‌های زندگی»، در معانی مختلف به‌کاررفته است:

- مهارت‌های مربوط به امر معاش، مانند اینکه چگونه فرد مشغول کاری می‌شود.
  - مهارت‌های مراقبت از خود، مانند: مصرف غذاهای سالم و درست مسواک زدن.
  - مهارت‌هایی که برای پرداختن به موقعیت‌های پُرخطر زندگی استفاده می‌شود؛ مانند نه گفتن به فشار جمع جهت استفاده از مواد مخدر (فتحعلی لواسانی، ۱۳۹۴، ص ۵).
- در این پژوهش، منظور از مهارت‌های زندگی، مفهوم سوم است که عبارت است از: مجموعه‌ای از توانایی‌ها که زمینه و بستر مقابله مؤثر با فشارهای روانی در موقعیت‌های پُرخطر زندگی و ارائه رفتارهای مثبت و مفید را فراهم می‌آورند.
- بنابراین، هدف از آموزش مهارت‌های زندگی، ارتقای سازگاری فرد ابتدا با خودش و سپس با

---

۱. روان گسیختگی، اسکیزوفرنی یا شیزوفرنی (به انگلیسی: Schizophrenia) که اکثر روان‌پزشکان و روانشناسان به آن سرطان خاموش نیز می‌گویند یک اختلال روانی شایع است که از ویژگی‌های بارز آن فقدان توانایی در اندیشیدن، عاطفه ضعیف، انجام رفتارهای نامعقول و ناتوانی در درک واقعیت است. البته شایان‌ذکر است که منظور از ناتوانی در درک واقعیت، توهمات مغزی فرد بیمار است. این بیماری در میان همه بیماری‌های عمده روان‌شناختی از همه وخیم‌تر و شدیدتر می‌باشد و معمولاً خود را به‌صورت توهمات شنیداری، توهم‌های جنون‌آمیز یا عجیب‌وغریب، یا تکلم و تفکر آشفته نشان می‌دهد و با اختلال در عملکرد اجتماعی یا شغلی قابل توجهی همراه است و فرد را از همه جوانب زندگی عقب می‌اندازد.

دیگران و محیطی است که در آن زندگی می‌کند. 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 انتظارات را در اندک زمانی 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. برنامه مهارت‌های زندگی، در زنجیره‌ای بین عوامل انگیزشی، دانش، نگرش، ارزش‌ها و رفتار سالم قرار می‌گیرد. در واقع، جایگاه مهارت‌های زندگی، در پیشگیری اولیه از مشکلات بهداشتی و روانی قرار دارد. مدل زیر، نقش برنامه مهارت‌های زندگی را در پیشگیری از مشکلات روانی و جلوگیری از بزهکاری نشان می‌دهد (همان).



## ۲. تعریف مهارت‌های زندگی

مهارت‌های زندگی، عبارت‌اند از مجموعه‌ای از توانایی‌ها که زمینه سازگاری و رفتار مثبت و مفید را فراهم می‌آورند. این توانایی‌ها، فرد را قادر می‌سازد تا مسئولیت‌های نقش اجتماعی خود را بپذیرد و بدون لطمه به خود و دیگران، با خواسته‌ها، انتظارات و مشکلات روزانه، به‌ویژه در روابط بین فردی، به شکل مؤثری روبه‌رو شود (خنیفرو پورحسینی، ۱۳۸۶، ص ۲۶). مهارت‌های زندگی، مهارت‌هایی هستند که برای افزایش توانایی روانی - اجتماعی افراد آموزش داده می‌شوند و فرد را قادر می‌سازند که به‌طور مؤثر با مقتضیات و کشمکش‌های زندگی مواجه شود. هدف از آموزش مهارت‌های زندگی، افزایش توانایی‌های روانی اجتماعی، و در نهایت، پیشگیری از ایجاد رفتارهای آسیب‌زننده به بهداشت و سلامت و ارتقای سطح سلامت روان افراد است (سازمان جهانی بهداشت، ۱۹۹۸، ص ۱۶).

مهارت‌های زندگی، ابزاری است برای پیشگیری از آسیب‌های روانی - اجتماعی مبتلابه جامعه، نظیر: اعتیاد، خشونت، آزار کودکان و خودکشی. بهداشت روانی نیز از جمله مهم‌ترین نیازهای انسان امروزی است که برای تأمین آن لازم است فرد به‌دقت خود را بشناسد، دیگران را درک کند و روابط مؤثری با آنها برقرار کند، هیجان‌های منفی و استرس‌های روزمره خویش را شناسایی نماید و آنها را کنترل کند، به شیوه‌های مؤثر مشکلات خود را حل کرده، تصمیم‌گیری مناسبی داشته باشد، کلیشه‌ای فکر نکرده و اطلاعات را بدون پردازش و تفکر نقادانه نپذیرد.

### ۳. انواع مهارت‌های زندگی

انواع مهارت‌های زندگی از نظر سازمان جهانی بهداشت، به شرح زیر است:

#### ۳-۱. توانایی خودآگاهی

خودآگاهی، توانایی شناخت و آگاهی از خصوصیات، نقاط ضعف و قوت، خواسته‌ها، احساسات، ترس‌ها و انزجارهاست. رشد خودآگاهی به فرد کمک می‌کند تا دریابد تحت استرس قرار دارد یا نه و این معمولاً شرط ضروری روابط اجتماعی و روابط بین فردی مؤثر و همدلانه است؛ به‌عنوان مثال، عدم آگاهی فرد از احساسات خود، می‌تواند زمینه عدم ایجاد آرامش در خانواده و ایجاد آسیب‌های روانی و اجتماعی در فرد و اطرافیان او را به وجود آورد. مردی که به دلیل کم‌کاری و اشتباهات فراوان، در محیط کار دچار مشکل گردیده، برای جبران ناراحتی‌ها، دلخوری خود را بر سر همسر و فرزندانش خالی می‌کند. به همین دلیل، فضای خانه آنها، همیشه آشفته است و فرزندان آرامش کافی برای مطالعه و تحصیل ندارند و یا خانمی که هر بار با خانواده همسرش دچار اختلاف می‌شود، ناراحتی خویش را بر سر بچه‌های خودش خالی می‌کند؛ به آنها پرخاش کرده و کتکشان می‌زند و بعد دچار عذاب وجدان می‌شود. فرزندان این خانم نیز خشونت را از مادرشان آموخته و هر جا از کسی ناراحت باشند، با خشونت زیادی با وی برخورد می‌کنند. بنابراین، چنین مرد و زنی در شناسایی احساسات خودشان با مشکل روبه‌رو هستند و احساسات منفی خودشان را بر سر دیگران، به‌ویژه فرزندانشان خالی می‌نمایند و این فرزندان، دچار آسیب روانی و اجتماعی می‌شوند.

#### ۳-۲. توانایی همدلی

همدلی، یعنی اینکه فرد بتواند زندگی دیگران را حتی زمانی که در آن شرایط قرار ندارد، درک کند. همدلی به فرد کمک می‌کند تا بتواند انسان‌های دیگر را حتی وقتی با آنان متفاوت است، بپذیرد و

به آنها احترام گذارد. همدلی، روابط اجتماعی را بهبود می‌بخشد و به ایجاد رفتارهای حکایت‌کننده و پذیرنده، نسبت به انسان‌های دیگر منجر می‌شود.

اگر انسان همسر خود را درک کند و مشکلات و گرفتاری‌های او را با تمام وجود لمس نماید، به اندازه توان خود در یاری‌رساندن به او تلاش خواهد کرد؛ برای مثال، اگر زنی شوهر خود را درک کند، نه تنها سعی می‌کند در رفع مشکلات به او کمک نماید، بلکه با تقویت روحیه او و از بین بردن ناراحتی همسر، بزرگ‌ترین پشتیبان روحی او خواهد بود.

مردی خدمت پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله آمد و عرض کرد: همسری دارم که هرگاه وارد خانه می‌شوم، به استقبال می‌آید و چون خارج می‌شوم، بدرقه‌ام می‌کند و زمانی که مرا اندوهگین می‌بیند، می‌گوید: اگر برای رزق و روزی غصه‌ای می‌خوری، بدان که دیگری آن را به عهده گرفته است و اگر برای آخرت غصه می‌خوری، خدا اندوهت را زیاد کند. رسول خدا صلی الله علیه و آله در جواب وی فرمود: «خداوند کارگزارانی دارد و چنین زنی، از کارگزاران خداست و نصف اجر شهید را دارد» (حرّ عاملی، ۱۱۰۴، ج ۱۴، ص ۱۷).

### ۳-۳. توانایی تصمیم‌گیری

این توانایی به فرد کمک می‌کند تا به شکل مؤثرتری در مورد مسائل زندگی تصمیم‌گیری کند. اگر کودکان و نوجوانان بتوانند فعالانه در مورد اعمالشان تصمیم‌گیری نمایند، جوانب مختلف انتخاب‌ها را بررسی و پیامد هر انتخاب را ارزیابی کنند، مسلماً در سطوح بالاتر بهداشت روانی قرار خواهند گرفت.

اما اگر افراد بدون ارزیابی منطقی، به سرعت و به صورت آنی، بر مبنای تکانه‌های ناگهانی تصمیم بگیرند، معمولاً خودشان هم از آن تصمیم‌گیری تعجب خواهند کرد. تصمیم‌گیری‌های احساسی، اضطراری، اجتنابی و مطیعانه، مثل تصمیم‌گیری تکانه‌ای، غیرمنطقی هستند.

### ۳-۴. توانایی حل مسئله

این توانایی فرد را قادر می‌سازد تا به طور مؤثرتری مسائل زندگی را حل نماید. مسائل مهم زندگی چنانچه حل نشده باقی بمانند، استرس روانی ایجاد می‌کنند و در عمل، به فساد اجتماعی منجر می‌شوند.

مهم‌ترین فایده یادگیری مهارت حل مسئله، این است که به فرد کمک می‌کند تا هنگام رویارویی با مشکلات، راه‌حل‌های متعددی را جست‌وجو کرده، آنها را بررسی نموده و پس از تجزیه و تحلیل، بهترین راه‌حل را انتخاب نماید. در واقع، یادگیری مهارت حل مشکل (مسئله)،

افراد را قادر می‌سازد با مشکلات موجود و مختلف به نحوی مواجه شوند تا چیزی به اسم مشکل باقی نماند و فرد بتواند در جهت رسیدن به اهداف، موانع را به آرامی و با برنامه‌ریزی حذف کرده، سلامت زندگی را حفظ و تثبیت کند.

### ۵-۳. توانایی برقراری ارتباط مؤثر

این توانایی به فرد کمک می‌کند تا بتواند کلامی یا غیرکلامی و مناسب با فرهنگ جامعه، موقعیت خود را بیان نماید؛ بدین معنا که فرد بتواند نظرات، عقاید، خواسته‌ها و نیازهای خویش را ابراز کند و به هنگام نیاز بتواند از دیگران درخواست کمک و راهنمایی نماید. مهارت تقاضای کمک و راهنمایی از دیگران در موقع ضروری، از عوامل مهم یک رابطه سالم است.

اگر شما بر اثر مشکلات کاری و گرفتاری که در محل کار برایتان رخ داده، عصبانی و ناراحت به خانه برگردید و در گوشه‌ای عبوس بنشینید و فرزند یا همسرتان احساس کنند که شما از دست آنها عصبانی هستید و آنها نیز ناراحت شوند و یا احساس ترس کنند، فکر می‌کنید چه اتفاقی رخ خواهد داد؟ آیا می‌توان گفت که همسر یا فرزندتان دچار سوءتفاهم شده‌اند؟ آیا شما واقعاً از دست مدیر یا همکاران ناراحت هستید یا همسر و فرزندتان؟

شما هیچ پیامی را منتقل نکردید؛ اما همسر و فرزندتان پیامی را دریافت کردند و آن، ناراحتی شما است که به خود گرفته و ناراحت شده‌اند. اگر پیامی ارسال نگردد، ولی دریافت شود، سوءتفاهم به وجود خواهد آمد. تاکنون چقدر نسبت به دیگران سوءتفاهم پیدا کرده‌اید و یا چقدر دیگران از رفتار شما دچار سوءتفاهم شده‌اند؟

### ۶-۳. توانایی روابط بین فردی

این توانایی به ایجاد روابط بین فردی مثبت و مؤثر فرد با دیگران کمک می‌کند. یکی از این موارد، توانایی ایجاد و ابقای روابط دوستانه است که در سلامت روانی و اجتماعی، برقراری روابط گرم خانوادگی به‌عنوان یک منبع مهم حمایت اجتماعی و قطع روابط اجتماعی ناسالم، نقش بسیار مهمی دارد.

آدم‌ها برای بیان احساسات و تأمین خواسته‌ها و نیازهای خود، به شیوه‌های مختلفی عمل می‌کنند. عده‌ای از افراد در بیان خواسته‌های خویش ناتوان هستند. برخی، نیازهای خود را به شیوه نامناسب و پرخاشگرانه و تهاجمی بیان می‌کنند و برخی به شیوه منطقی. شیوه ابراز خواسته‌ها و نیازها را سبک‌های ارتباطی می‌گویند که بر سه نوع هستند: رفتار انفعالی، رفتار پرخاشگرانه و رفتار جرئت‌مندانه.



### ۷-۳. توانایی مقابله با هیجان‌های شدید

این توانایی فرد را قادر می‌سازد تا هیجان‌ها را در خود و دیگران تشخیص دهد، شیوه تأثیر هیجان‌ها بر رفتار را بداند و بتواند واکنش مناسبی به هیجان‌های مختلف نشان دهد. اگر با حالات هیجانی، مثل غم و ترس یا اضطراب، درست برخورد نشود، این هیجان‌ها تأثیر منفی بر سلامت جسمی و روانی خواهد گذاشت و برای سلامت، پیامدهای منفی به دنبال دارد. اگر با هیجان‌ها منفی درست برخورد نشود، مثلاً نادیده گرفته شوند یا سرکوب و انکار شوند، تغییر شکل می‌دهند و به صورتی دیگر تخلیه می‌گردند؛ مثلاً انکار غم یا ترس، به صورت خشم برون ریخته می‌شود. ناتوانی در تنظیم و مدیریت هیجان‌ها می‌تواند به اختلالات روانی مثل افسردگی و اختلال شخصیت، منجر شود.

### ۸-۳. توانایی مقابله با خشم و استرس

خشم و استرس، یکی از هیجان‌ها منفی است که در مهارت قبل به آن اشاره شد؛ اما به جهت اهمیت و کارایی بالای آن در زندگی روزمره، به صورت مستقل به آن پرداخته می‌شود. این توانایی، شامل شناخت خشم‌ها و استرس‌های مختلف زندگی و تأثیر آنها بر فرد است. شناسایی منابع خشم و استرس و شیوه تأثیر آن بر انسان، فرد را قادر می‌سازد تا با اعمال و موضع‌گیری‌های خود، فشار را کاهش دهد.

عصبانی شدن، یکی از هیجان‌ها طبیعی بشر و رفتاری موجه است. آنچه عصبانی شدن را ناموجه می‌کند، خشمی است که به رفتار تبدیل می‌شود و پرخاشگری را به وجود می‌آورد؛ به ویژه اگر به صورت کلامی، مثل بدویراه گفتن و فریاد کشیدن باشد یا غیرکلامی و فیزیکی مثل کتک‌کاری و خراب‌کاری باشد که در هر دو صورت، مردود است. گاهی افراد خشم خود را به صورت غیرمستقیم ابراز می‌کنند؛ مثل: اخم کردن، قهر کردن، تعلل در انجام کار و غیبت کردن که به دلایل مختلف، هیچ‌کدام از این موارد، موجه نیست. مدیریت خشم، در واقع، به فرد کمک می‌کند تا یاد بگیرد چه طور خون‌سرد باشد و احساس منفی قبل از شروع خشم را مهار کند و تحت کنترل خود بگیرد.

### ۹-۳. توانایی تفکر خلاق

تفکر خلاق، توانایی داشتن نگاه متفاوت به هر چیز و یافتن راه‌های جدید برای حل مشکلات

است. این نوع تفکر، هم به حلّ مسئله و هم به تصمیم‌گیری‌های مناسب کمک می‌کند. با استفاده از این نوع تفکر، راهکارهای مختلف مسئله و پیامدهای هر یک از آنها بررسی می‌شوند. این مهارت، فرد را قادر می‌سازد تا مسائل را از ورای تجارب مستقیم خود دریابد و حتی زمانی که مشکلی وجود ندارد و تصمیم‌گیری خاصی مطرح نیست، با سازگاری و انعطاف بیشتر به زندگی روزمره پردازد.

بنابراین، تفکر خلاق، توانایی تفکر متفاوت برای دیدن مسئله یا مشاهده آن از زاویه و دیدگاه جدیدی است. این توانایی، اغلب این امکان را می‌دهد که راه‌حلّ جدیدی پیدا کنید یا حتی بفهمید که مشکل لزوماً نیازی به راه‌حل ندارد.

### ۳-۱۰. توانایی تفکر نقاد

تفکر نقادانه، توانایی تحلیل اطلاعات و تجارب است. آموزش این مهارت، نوجوانان را قادر می‌سازد تا در برخورد با ارزش‌ها، فشار گروه و رسانه‌های گروهی مقاومت کنند و از آسیب‌های ناشی از آن در امان بمانند (سازمان جهانی بهداشت، ۱۹۹۸، ص ۶).

تفکر انتقادی، یعنی در مواجهه با اطراف خود، به چراها توجه داشته باشیم؛ چرا این قضیه چنین است؟ چرا آن موضوع اتفاق افتاد؟ چرا باید این ادعا را باور کنیم؟ یعنی پیدایش تردیدی مقدس در ذهن؛ یعنی در پدیده‌ای شک کنیم، ولی در آن شک باقی نمی‌مانیم و با استفاده از تفکر خلاق، راه‌های بهتری را نیز جست‌وجو و استدلال کرده، قوه تجسم داشته و تصمیم‌گیری کنیم و مسائل را حل نماییم.

### ج. آموزش مهارت‌های زندگی به مددجویان کانون اصلاح و تربیت

یکی از راه‌های پیشگیری از بروز مشکلات بزهکاری، ارتقای ظرفیت روان‌شناختی افراد است که از طریق آموزش مهارت‌های زندگی، جامه عمل می‌پوشد.

همه ما در طول زندگی، با فشارها و استرس‌های بزرگ و کوچکی مانند: مراحل رشدی، بلوغ، بیماری‌ها، فشار اقتصادی، از دست دادن شغل، سروصدا و شلوغی و... سروکار داریم. به همین دلیل، دردسر و گرفتاری را در تمام دوره‌های زندگی تجربه می‌کنیم. این دردسرها و گرفتاری‌ها روی احساس رضایت و شادی ما از زندگی تأثیر می‌گذارد و به تدریج سلامت روانی - اجتماعی ما را تحت تأثیر قرار می‌دهد. برای رسیدن به سطح مطلوبی از بهداشت روان و حفظ آن، برنامه‌های مختلفی ارائه شده است که به‌طور کلی، این برنامه‌ها حول دو محور اصلی ارتقا و پیشگیری در حرکت است (فتی و همکاران، ۱۳۸۵).

عدم یادگیری و آموزش مهارت‌های زندگی در جامعه از طرف خانواده‌ها و مراکز آموزشی و تربیتی، باعث شده کودکان و نوجوانان در مقابله با جرم و بزهکاری نتوانند تصمیم و اقدام مناسبی انجام دهند و باعث انجام جرم می‌شود و طبق قانون، کودکان زیر ۱۸ سال جهت اصلاح و تربیت به کانون‌های اصلاح و تربیت انتقال داده می‌شوند.

در طول سپری کردن محکومیت، لازمه بازپروری این کودکان، آموزش مهارت‌های زندگی به آنان است. برخی، آموزش به زندانیان و مددجویان را کاملاً نفی می‌کنند؛ زفرونی (Zaffaroni) در یک سخنرانی خطاب به رؤسای ندامتگاه‌های آمریکای لاتین اظهار داشت: «آموزش در زندان، تأثیر مفیدی بر زندانیان ندارد» (حسینی، ۱۳۹۲، ص ۷۷).

اما با اطمینان می‌توان گفت که آموزش، حداقل می‌تواند بخشی از تأثیرات زیان‌بار حبس را کاهش دهد و به مددجویان کمک کند تا عزت نفس خود را به دست آورده و زندگی خود را پس از آزادی، بازسازی نمایند. آموزش، به‌خصوص آموزش مهارت‌های زندگی به مددجویان، می‌تواند به بازپروری آنها کمک کند (همان).

در پژوهشی که به‌صورت تجربی در کانون اصلاح و تربیت بوشهر انجام شد، فرضیه اصلی در این پژوهش که به‌صورت فرضیه تحقیق (غیرصفر) مطرح شده، با توجه به نتایج به‌دست آمده، تأیید و در مقابل آن فرض صفر رد گردید. این، بدان معناست که آموزش گروهی مهارت‌های زندگی (متغیر مستقل)، بر ارتقای سلامت روان (متغیر وابسته) تأیید شد. بر اساس نتایج به‌دست آمده، بین میانگین نمرات در پیش‌آزمون و پس‌آزمون، تفاوتی دیده نشد. این نتیجه، به‌گونه‌ای بر نقش آموزش مهارت‌های زندگی در ارتقای سلامت روان تأکید دارد. از آنجا که این آموزش‌ها برای گروه کنترل اعمال نگردیده بود، اعضای این گروه نتوانسته بودند همانند اعضای گروه آزمایش که در پرتوی این آموزش‌ها قرار گرفته بودند، سلامت روان خود را بهبود بخشند (رنجبر، بی‌تا، ص ۱۴).

تفاوت بین میانگین نمرات پس‌آزمون گروه آزمایش با پیش‌آزمون گروه کنترل، معنادار بوده است. نتیجه تأیید می‌کند که میانگین نمرات پس‌آزمون گروه آزمایش، به علت مداخلات انجام‌شده، نسبت به میانگین نمرات پیش‌آزمون گروه کنترل، تغییر مطلوب کرده است؛ به عبارتی، میانگین نمرات اعضای گروه آزمایش، به علت مداخلات کاهش پیدا کرده است و به سوی مطلوب میل نموده است.

در مجموع، آموزش مهارت‌های زندگی اگر به‌طور اصولی انجام شود، در پیشگیری از اختلال‌های روانی می‌تواند حایز اهمیت باشد و همچنین، می‌تواند در بهبود وضعیت روان‌شناختی افراد اثر گذارد؛ چنان‌که این آموزش‌ها می‌تواند یکی از کارآمدترین عوامل تأثیرگذار بر بهداشت روان افراد جامعه و پیشگیری از آسیب‌های اجتماعی باشد.

#### د. رابطه آموزش مهارت‌های زندگی با تبلیغ

##### ۱. تبلیغ

تبلیغ و دعوت به‌سوی ارزش‌های اسلامی و الهی، در فرهنگ قرآن و سیره پیامبران و ائمه معصومین علیهم‌السلام، یک وظیفه همگانی و همیشگی برای مسلمانان بوده و دارای اهمیت بسیاری است. قرآن مجید، بهترین گفتار را دعوت به‌سوی خدا دانسته است و می‌فرماید: «و چه کسی خوش‌گفتارتر است از آن‌کس که دعوت به‌سوی خدا می‌کند و عمل صالح انجام می‌دهد و می‌گوید: من از مسلمانانم»<sup>۱</sup> (فصلت، آیه ۳۳). همچنین، قرآن کریم برترین امت را کسانی می‌داند که امر به معروف و نهی از منکر می‌کنند: «باید از میان شما، جمعی دعوت به نیکی و امر به معروف و نهی از منکر کنند و آنها همان رستگاران‌اند.»<sup>۲</sup> (آل عمران، آیه ۱۰۴).

امیر مؤمنان، علی علیه‌السلام می‌فرماید: «پیامبر مرا به‌سوی یمن اعزام کرد و به من فرمود: ای علی! مبارزه را با کسی آغاز نکن، مگر آنکه پیش از آن، او را به اسلام دعوت نمایی. به خدا سوگند! اگر خداوند یک انسان را به دست تو هدایت کند، برای تو بهتر است از تمام آنچه خورشید بر آن طلوع و غروب می‌کند»<sup>۳</sup> (طوسی، ۱۳۶۵، ج ۶، ص ۱۴۱). امام هشتم علیه‌السلام فرمود: «خدا پیام‌رزد کسی را که امر ما را زنده کند.»<sup>۴</sup> راوی حدیث گوید: چگونه امر شما زنده می‌شود؟ امام فرمود: «به آموختن علوم و تعلیم دادن آن به مردمان؛ چه اگر مردمان از آن تعالیم والا که در سخنان ماست، آگاه گردند، پیرو ما خواهند شد»<sup>۵</sup> (صدوق، بی‌تا، ج ۱، ص ۳۰۷).

به جهت بهره‌مندی از فرصت ایجادشده در طول دوران حبس برای مددجو کانون اصلاح و

۱. وَ مَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَ عَمِلَ صَالِحًا وَ قَالَ إِنِّي مِنَ الْمُسْلِمِينَ.

۲. وَلَتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَ يَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَ يَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَ أُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ.

۳. بَعَثَنِي رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَ آلِهِ إِلَى الْيَمَنِ وَ قَالَ لِي يَا عَلِيُّ لَا تُقَاتِلَنَّ أَحَدًا حَتَّى تَدْعُوهُ وَ أَيُّمُ اللَّهِ لَأَنْ يَهْدِيَ اللَّهُ عَلَيَّ بِدَبِكَ رَجُلًا خَيْرٌ لَكَ مِمَّا طَلَعَتْ عَلَيْهِ الشَّمْسُ وَ غَرَبَتْ وَ لَكَ وَ لَأُوَّةُ يَا عَلِيُّ.

۴. رَحِمَ اللَّهُ عَبْدًا أَحْيَا أَمْرَنَا.

۵. يَتَعَلَّمُ عُلُومَنَا وَ يَعْلَمُهَا النَّاسُ فَإِنَّ النَّاسَ لَوْ عَلِمُوا مَخَاسِنَ كَلَامِنَا لَاتَّبَعُونَا

تربیت، حضور مبلغ دینی با توجه به اهداف تبلیغ دینی، می‌تواند بهره‌وری از این فرصت را افزایش داده و در جهت آشنایی مددجو با معارف دینی و اخلاقی و تربیتی توسط مبلغ، به‌خصوص آموزش مهارت‌های زندگی که اهمیت آن بیان گردید، زمینه لازم جهت اصلاح و تربیت و بازپروری مددجویان فراهم شود.

هدف اصلی در قانون‌گذاری کیفری در اسلام و مجازات‌تعمیری، اصلاح، تأدیب و آماده کردن بزهکار برای یک زندگی سالم و شرافتمندانه در جامعه است. اصلاح و تربیت مجرمان در نظام کیفری اسلام، یکی از اهداف مهم به حساب می‌آید (ویکی پاسخ). بخشی از اهداف تربیتی با ایجاد بستر شناختی و معرفتی حاصل می‌شود. یکی از این آگاهی‌ها، آموزش مهارت‌های زندگی به مددجویان کانون اصلاح و تربیت است که مبلغان می‌توانند در قالب مسائل و موضوعات فردی و اجتماعی و به‌صورت عملی، مددجویان را با این مهارت‌ها آشنا سازند. آشنایی با تبعات منفی رفتار در زندگی فردی و اجتماعی، کسب دانش لازم در باره راه‌های مختلف سالم زندگی کردن، در پرتو آموزه‌های دینی و معارف اسلامی امکان‌پذیر است و مددجو با آگاهی یافتن نسبت به این موضوعات، سطح معلوماتش در مسائل مورد نیاز افزایش یافته و می‌تواند بر اساس این آگاهی‌های جدید، تصمیمات تازه‌ای در زندگی بگیرد و بر پایه این اطلاعات، برنامه‌ریزی بهتری داشته باشد.

اهداف تربیتی و اصلاحی نسبت به مددجو، در حقیقت، ایجادکننده نگرش‌های سازنده نسبت به خود و جامعه پیرامون است؛ نگرش‌هایی که موجب توانمندسازی تشخیصی نسبت به وضعیت خود و خودآگاهی از آنچه خداوند برای او مقرر کرده، می‌شود و توان بازیابی خود را در مواجهه با مشکلات و گرفتاری‌ها و وضعیت‌های نامطلوبی که برای او پیش می‌آید، در پی دارد. این‌همه، جز با حضور مبلغ روحانی که آموزه‌های دینی را به‌خوبی فراگرفته و مهارت و توانایی انتقال این معارف را در محیط زندان برای مددجویان دارد، به انجام نمی‌رسد.

## ۲. مهارت‌های زندگی و تبلیغ

یکی از نیازهای جامعه، آموزش مهارت‌های زندگی در بین تمام افراد جامعه برای جلوگیری از بزهکاری و به‌خصوص آموزش مهارت‌ها به مددجویان کانون اصلاح و تربیت است. زمانی که مددجویان به آموزش مهارت‌های زندگی و سلامت روانی مناسبی رسیدند، دیگر دست به بزهکاری نمی‌زند و این سلامت روان، در جامعه تأثیر مستقیم دارد و ضمن ارتباط تنگاتنگی که

سلامت و دین باهم دارند، آموزش این مهارت‌ها از طریق مبلغان، از اهمیت بیشتری برخوردار است.

به‌طورکلی، می‌توان نتیجه گرفت که آموزش مهارت‌های زندگی می‌تواند به‌عنوان یک اقدام پیشگیرانه در ارتقای سلامت روان نوجوانان بزهکار موردتوجه باشد و این نوع آموزش‌ها زمینه را برای رشد و تعالی خانواده و فراگیر شدن بهداشت روان در جامعه با بازپروری مددجویان کانون اصلاح و تربیت فراهم می‌نماید (شاپس و بانیستیک، ۱۹۹۱؛ منال غرابی و همکاران، ۲۰۰۸؛ خوشایی و همکاران، ۱۳۸۶؛ حاجی امینی و همکاران، ۱۳۸۷).

انسان سالم، انسانی است که از لحاظ جسم و روان سالم بوده و در یک محیط اجتماعی سالم زندگی نماید. بی‌شک، وجود خلل در این مورد، فرایند توسعه را کند خواهد کرد (Health Development, 2016). سلامت، حق و نیاز تمام انسان‌هاست و در حال حاضر، توسعه‌یافتگی هر اجتماع را از روی کیفیت سلامت اجتماع می‌توان قضاوت کرد. در هر سیستم اجتماعی، سیاسی و نیز در هر موقعیت جغرافیایی، تفاوت‌هایی در وضعیت سلامت گروه‌های مختلف اجتماعی به چشم می‌خورد؛ حتی در نواحی مختلف جغرافیایی داخلی یک کشور نیز این قبیل تفاوت‌ها، کاملاً مشهود است.

سلامت و دین، ارتباط تنگاتنگی باهم داشته و اصولی به‌هم‌تنیده هستند و دارای اشتراکات بسیاری می‌باشند و اجرا و آموزش مهارت‌های زندگی توسط مبلغان دینی می‌تواند تأثیرگذاری بهتری در سلامت فردی و اجتماعی فرد مددجو گذاشته، بنا بر آموزش مهارت‌های زندگی توسط مبلغان، بسیار پُراهمیت بوده، یادگیری این مهارت‌ها و شیوه آموزش مهارت‌های زندگی به مددجویان، از اهمیت وافری برخوردار است. یک مبلغان خوب باید با این مهارت‌ها آشنا باشد تا بتواند در مواجهه با مددجویان، این تکنیک‌ها و مهارت‌ها را به آنان آموزش دهد.

### نتیجه

نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که آموزش مهارت‌های زندگی، بر بهبود سلامت روان همه نوجوانان، به‌ویژه مددجویان کانون اصلاح و تربیت لازم است؛ درحالی‌که آموزش این مهارت‌ها در جامعه مورد غفلت واقع شده است؛ با توجه به اینکه این عدم آموزش در سطح دانشجویان جامعه مورد ارزیابی قرار گرفته و عدم آگاهی آنها را در کسب مهارت‌های زندگی نشان می‌دهد،

به طریق برتر، در سطح پایین تر از نظر علمی، سنی و رشدی، این آموزش‌ها بسیار لازم خواهند بود و از طرفی، برای ارتقاء سطح کیفیت زندگی سالم در یک جامعه، نیازمندی به این سلامت روانی، به خوبی روشن است.

همچنین، سلامت و دین، ارتباط تنگاتنگی با هم داشته و اصولی به هم تنیده هستند و دارای اشتراکات بسیاری می‌باشند. سلامت، ملاحظات اجتماعی، اقتصادی و زیست‌محیطی را یکپارچه می‌سازد. این ملاحظات، در عین حال، با اصول و روندهای مشترک، از جمله تعهد به برابری و عدالت اجتماعی، پایبندی، اقدام بین گروهی و نیز مشارکت عمومی با یکدیگر، پیوند می‌خورد.

با توجه به معنادار بودن رابطه آموزش مهارت‌های زندگی به نوجوانان با میزان بزهکاری نوجوانان، طبق پژوهش‌های بیان شده در این مقاله، و همین‌طور ارتباط سلامت و دین، لزوم آموزش مهارت‌های زندگی برای کاهش بزهکاری در جامعه و کلّ جهان ضروری است و آموزش این نوع مهارت‌ها توسط مبلغان که با اصول رفتاری و اخلاقی دین آشنا هستند و می‌توانند تأثیر بیشتری در سلامت روان مددجویان بگذارند، از اهمیت افزون‌تری برخوردار است. بنابراین، در مرحله اول، آشنا کردن مبلغان با مهارت‌های زندگی، و در مرحله دوم، شیوه آموزش مهارت‌های زندگی و نحوه آموزش عملی آنها، می‌تواند در بازپروری مددجویان تأثیر بسیار بالایی داشته باشد و جامعه را به سوی سلامت دینی پیش ببرد.

## منابع

۱. قرآن کریم.
۲. اشرف، احمد، ۱۳۹۳، کژ رفتاری؛ مسائل انسانی و آسیب اجتماعی، تهران، انتشارات آموزشگاه عالی خدمات اجتماعی.
۳. حاجی امینی و همکاران، پاییز ۱۳۸۷، «بررسی تأثیر آموزش مهارت‌های زندگی بر واکنش‌های هیجانی نوجوانان»، مجله علمی علوم رفتاری، دوره ۲، ش ۳: ۲۶۹-۲۶۳.
۴. حرّ عاملی، ۱۱۰۴ق، وسائل الشیعة إلى تحصیل مسائل الشریعة، بیروت، دار احیاء التراث العربی.
۵. حسینی، سید محمدرضا، ۱۳۹۲، مجموعه مقالات زندان در نگاه تاریخ، فقه و حقوق، قم، انتشارات اتقان.
۶. خنیفر، حسین و پورحسینی، مژده، ۱۳۸۶، مهارت‌های زندگی، چاپ دوم، مرکز نشر حاجت.
۷. خوشابی، کتایون و همکاران، پاییز ۱۳۷۸، «بررسی میزان آگاهی دانشجویان دانشگاه شهر تهران از مهارت‌های زندگی»، مجله علمی دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی همدان، دوره پانزدهم، ش ۳، شماره مسلسل ۴۹.
۸. رنجبر، خیرالنساء، بی تا، «تأثیر آموزش مهارت‌های زندگی بر ارتقای سلامت روان نوجوانان بزهکار مستقر در کانون اصلاح و تربیت استان بوشهر»، دانشگاه آزاد اسلامی بوشهر.
۹. سلطانی پور، فرزانه و دماری، بهزاد، زمستان ۱۳۹۵، «وضعیت توسعه پایدار در ایران»، مجله دانشکده بهداشت و انستیتو تحقیقات بهداشتی، دوره ۱۴، شماره چهارم: ۱-۱۴.
۱۰. شعاری نژاد، علی اکبر، ۱۳۹۴، فعالیت‌های اجتماعی و گروهی، چاپ دوم، تهران، مؤسسه فرهنگی منادی تربیت.
۱۱. فتی، ل؛ موتابی، ف؛ محمدخانی، ش؛ بوالهیری، ج؛ کاظم‌زاده، ن و عطوفی، م، ۱۳۸۵، آموزش مهارت‌های زندگی ویژه دانشجویان، کتاب راهنمای مدرس، چاپ اول، تهران، انتشارات دانژه.
۱۲. فتحعلی لواسانی، فهیمه، ۱۳۹۴، راهنمای آموزش مهارت‌هایی برای زندگی، کتاب پنجم، چاپ سوم، تهران، انتشارات هنر آبی.



۱۳. محمدی اصل، عباس، ۱۳۸۵، بزهکاری نوجوانان و نظریه‌های انحراف اجتماعی، چاپ اول، تهران، علم.
۱۴. معظمی، شهلا، ۱۳۸۸، بزهکاری کودکان و نوجوانان، چاپ اول، تهران، نشر دادگستر.
۱۵. معین، محمد، ۱۳۸۶، فرهنگ معین، بی جا، نشر زرین.
۱۶. میرزاخانی، عبدالرحمن؛ درویشی، صیاد، وحسنی ساطحی، حسین، بهار ۱۳۹۷، «بررسی نقش آموزش مهارت‌های اولیه زندگی بر پیشگیری از بزهکاری»، فصلنامه رهیافت پیشگیری، دوره اول، شماره اول.
۱۷. نجفی توانا، علی، ۱۳۸۲، ناهنجاری و بزهکاری اطفال و نوجوانان، چاپ اول، تهران، انتشارات راه تربیت وابسته به مرکز آموزش و پژوهش سازمان زندان‌ها.
۱۸. وبگاه خبرگزاری حوزه، کد خبر: ۳۵۵۱۹۲، مقاله «اهمیت تبلیغ در اسلام و شیوه‌های اثربخش آن (۱)»، نشانی: [hawzahnews.com/news/355192](http://hawzahnews.com/news/355192)
۱۹. وبگاه ویکی‌پاسخ، مقاله «اصلاح و تربیت مجرم از دیدگاه اسلام»، نشانی: [fa.wikipasokh.com](http://fa.wikipasokh.com)
۲۱. ولی‌زاده و علی‌زاده، ۱۳۸۱، «آموزش مهارت‌های زندگی»، نشریه اطلاعات عمومی، ش ۵.
22. Health Development. 2016. Health promotion and microbiology rola in sustainable development. [Online] Available from [http://vista.ir/article\[cited23July2005\]](http://vista.ir/article[cited23July2005]). [In persian].
23. Lawrence, o. 2015. The Sustainable Development Goals: One-Health in the World, s Development Agenda. [Online]. Available from. [http://scholarship.law.georgetown.edu/facpub\[cited18July2008\]](http://scholarship.law.georgetown.edu/facpub[cited18July2008])
24. Monal ghorabaei, MD; etal, (2008): Evolution of the Effectiveness of life skills training for Iranian working women. Iranian Journal of psychiatry and behavioral sciences (IJPBS), Volume2, Number2, Autumn and winter
25. Schaps E. and V. Battistich. (1991) Promotion health development through school-based