



تبلیغ دین در منبر یا فضای مجازی؛ کدام کارآمدتر است

بسیار مهم است که نحوه تبلیغ دین صرفاً با یک روش جلو نرود و با توجه به گستره علوم روانشناسی، علوم انسانی و آمارها و اطلاعاتی که کسب می‌شود، می‌توان در مباحث تبلیغ دین از روش‌های جدید استفاده کرد.

بسیار مهم است که نحوه تبلیغ دین صرفاً با یک روش جلو نرود و با توجه به گستره علوم روانشناسی، علوم انسانی و آمارها و اطلاعاتی که کسب می‌شود، می‌توان در مباحث تبلیغ دین از روش‌های جدید استفاده کرد.

تبلیغ دین در منبر یا فضای مجازی؛ کدام کارآمدتر است یکی از عوامل موفقیت در تبلیغ دینی، روان‌شناسی تبلیغ است، به این معنی که پیام‌رسان باید مخاطب خود را بشناسد و روحیات او را بداند، تا بتواند با تکیه بر همین شناخت روحیات، به تبلیغ بپردازد؛ بنابراین روان‌شناسی فردی و اجتماعی، نقش تعیین‌کننده‌ای در تبلیغ دین دارند و افراد یا سازمان‌های تبلیغی در کشور‌های پیشرفته قبل از اینکه اقدام به تبلیغ کنند، مباحث این دو علم را مدنظر قرار می‌دهند و با توجه به آن، به میدان تبلیغ ورود می‌کنند؛ بنابراین در تبلیغ دین نیز باید همین مسائل را در نظر گرفت و از کارشناسان و متخصصان آن کمک طلبید. امروز که رسانه‌های نوین ظهور یافته و بستری برای تبلیغ شده‌اند، بنابراین می‌توان از این فرصت استفاده کرد. به ویژه اینکه بسیاری از جوانان و نوجوانان بخشی از زندگی خود را در آن می‌گذرانند، پس باید به شیوه و روش مناسب، گام در این عرصه نهاد و دین را تبلیغ کرد.

در این راستا با سیده زینب رضوانی، دکترای روانشناسی تربیتی و مدرس دانشگاه و حوزه درباره تبلیغ دین با تأکید بر روانشناسی مخاطب به گفت‌وگو نشستیم. مشروح این گفت‌وگو را در ادامه می‌خوانید.

ایکنا - تبلیغ دین با روانشناسی، ارتباط تنگاتنگی دارد، یعنی روانشناسی یک مخاطب می‌تواند در تبلیغ دین و بالعکس نحوه و چگونگی تبلیغ دین در روان یک مخاطب اثرگذار باشد، از این جهت تبلیغ دین باید چگونه باشد؟

مسئله شیوه‌های تبلیغی باید شیوه‌های به روز باشند و با آنچه در علم روانشناسی به دست می‌آید، مطابق باشد. مثلاً در علم روانشناسی اثبات شده که یادگیری‌های دیداری می‌توانند ۷۵ درصد از یادگیری را رقم بزنند؛ بنابراین صرف دادن اطلاعات شنیداری یا منبرهای شنیداری کفایت نمی‌کند. اما ما یک منبری را داریم که گاهی اوقات به گونه دیداری صحبت می‌کند، یعنی تصویرسازی می‌کند و این دسته از منبری‌ها چه در گذشته و چه اکنون کم نبودند و نیستند، مانند مرحوم کافی یا اساتید بزرگوار که در این زمینه فعالیت داشته‌اند و سعی کردند به همراه بیانات خود پخش کلیپ، استنادات، پرده خوانی‌ها و ... را داشته باشند. بنابراین بسیار مهم است که نحوه تبلیغ دین صرفاً با یک روش جلو نرود و با توجه به گستره علوم روانشناسی، علوم انسانی و آمارها و اطلاعاتی که کسب می‌شود، می‌توان در مباحث تبلیغ دین از روش‌های جدید استفاده کرد.

پس در مسیر تبلیغ دین گام اول شناخت مخاطبان و فضایی است که می‌خواهد در آن انتقال پیام شکل بگیرد، همچنین چگونگی انتقال پیام و آماده‌سازی پیام‌گیرنده و ویژگی‌های پیام‌دهنده در تبلیغ مؤثر دین اثرگذار است زیرا در ارتباط مؤثر در مهارت‌های زندگی، این مسائل را مورد توجه قرار می‌دهیم.

ایکنا - آگاهی و تسلط مبلغان دینی به دانش روانشناسی چقدر در توفیق آن‌ها در امر تبلیغ و تربیت دینی اثرگذار است؟

اگر یک مبلغ یا مبلغه بتواند مهارت‌های ارتباط مؤثر را که در روانشناسی به آن پرداخته می‌شود، یاد بگیرد، مسلماً اثرگذارتر خواهد بود. بنابراین ارتباط بین روانشناسی و تبلیغ بسیار نزدیک است و اهمیت ویژه‌ای دارد، این را بسیاری از کتاب‌ها و مقالات اثبات می‌کنند. مثلاً در کتاب دکتر محمد کاویانی با عنوان «روانشناسی تبلیغ و ارتباطات» این مسائل و آمارها آمده و شیوه‌ها و اثرگذاری‌ها هم بررسی شده است. مقالات و کتاب‌های دیگری هم هستند که به این شیوه وارد شده‌اند. بنابراین یکی از دانش‌هایی که می‌تواند در موفقیت مبلغ دینی مؤثر باشد، روانشناسی است. چرا که تخصص و آشنایی به علوم روز برای مبلغان امری ضروری است.

ایکنا - چه شیوه‌های روان‌شناختی یا تربیتی برای بهبود تبلیغ دینی توصیه می‌کنید؟

اگر بر اساس آیه «یا ایُّهَا الَّذِینَ آمَنُوا قُوا أَنْفُسَكُمْ وَ أَهْلَیْكُمْ نَاراً» بخواهیم در این زمینه از بعد روانشناختی و تربیتی ورود کنیم، گام اول خانواده است. در واقع باید والدین ابتدا خودشان را تربیت و مراقبت کنند و آنچه اصالت و هدفشان است را در نظر بگیرند و سعی کنند در خودشان پیاده‌سازی کنند و بر امر و نهی به فرزندان تأکید نکنند، زیرا امر و نهی‌ها، فضای تربیتی را مخرب کرده و منجر به بی‌تربیتی فرزندان می‌شود. به همین دلیل اگر خود والدین عمل کنند، به ویژه در هفت سال اول، فرزندان، یادگیری مشاهده‌ای دارند که اعتقاد بسیاری به آن دارم چرا که زمینه‌ساز تربیت بهتر است.

در گام بعدی «اهلیکم» است. برای تربیت فرزندان در فضای تبلیغ دینی سه مرحله هفت سال تقسیم‌بندی شده است که والدین باید آن‌ها را در نظر بگیرند که چه روش‌ها و راهکارهایی را مورد توجه قرار دهند. مبلغان دینی هم می‌توانند آن‌ها را در بخش‌های مختلف چه روش منبر که سنتی بوده و چه روش‌های جدیدی که در فضای مجازی، اینستاگرام، مینی‌چت‌ها، کلاب‌ها و کارگاه‌هایی که در اسکای‌روم، قرار و ... وجود دارد و همچنین یوتیوب و توئیتر و ... ابعاد جهانی را پوشش دهند و هم به طور گسترده در فضای بین‌المللی پخش کنند. البته خانواده‌ها را نباید فراموش کرد. مبلغان باید با استفاده از همین روش‌ها، محتوای تربیتی مورد نظر خود را به پدر و مادرها برسانند.

بسیار مهم است که شیوه های روانشناختی برای تربیت دینی چه روشی باشد. نظام جمهوری اسلامی که سردمدار حکومت اسلامی بوده و ادعای حکومت اسلامی را دارد، باید برنامه هایی برای مدارس داشته باشد. به این معنی که در مدارس از مدیر و معاون گرفته تا اساتید، همه تربیت یافته باشند. در نهاد های دولتی هم باید شیوه های تربیتی متفاوت و قوانین و مقررات درستی برقرار شود که با آنچه اهداف حکومت اسلامی و اسلام است همه در کنار هم چیده شود، تا به تبلیغ دینی درست منجر شود. در حال حاضر وقتی یک نفر سخنرانی می کند، سریع آن را به نظام و حکومت و مشکلات و نقایصی که دارد، ربط می دهند، در حالی که وقتی همه این ها در کنار هم اصلاح شود، مسلماً حرف یک منبری، روحانی و مبلغ دینی هم اثرگذارتر خواهد بود.

ایکنا - تبلیغ دین به شیوه سنتی (منابر و سخنرانی ها) و مدرن (با استفاده از فضای مجازی و رسانه های نوین)، هر کدام چه مزایایی دارند و کدام کارآمدتر است؟

مسلماً هر دو این ها در کنار هم می تواند تکمیل کننده باشد. ما نمی توانیم کلاً شیوه سنتی را کنار بگذاریم، از سویی هم یک روش به واسطه تکرار و به طور تدریجی و طبق قاعده روانشناختی می تواند اثرگذار باشد. گاهی اوقات منبرها به قدری طولانی می شوند که بیش از یک ساعت طول می کشند، این طولانی بودن منبر، باعث خستگی ذهنی مخاطب می شود. بنابراین باید قاعده بیست تا ۳۰ دقیقه رعایت شود. یعنی موجز و مختصر بودن منبر یک ویژگی مهم در عصر فعلی است. در کنار روش سنتی، روش مدرن برای نسل جدید کارآمدتر خواهد بود. زیرا آنها حضور فعالی در فضای مجازی دارند و با آپشن هایی که این فضا دارد، می تواند در امر تبلیغ دینی، پیش برنده تر باشد که متأسفانه احساس می شود در این زمینه هنوز جای کار وجود دارد و باید محتوای جذاب بیشتری تولید و به مخاطبان ارائه شود تا بتواند جایگزین خوبی برای بخشی از منبرها باشد، اما منبرها هم باید باشند.

ایکنا - آیا با وجود فضا های مجازی، رسانه های نوین، بازی های رایانه ای، موبایلی و ... که نسل امروز در آن ها حضور دارند و بیشتر وقت آن ها را گرفته است، تبلیغ دینی برای آن ها باید چگونه باشد؟

بازی های رایانه ای و موبایلی یکی از فرصت های مهم برای انجام کار های تبلیغی است و می توان از آن برای جا انداختن مضامین تربیتی استفاده کرد. به ویژه اینکه بچه ها در هفت سال اول با کمک بازی ها بسیاری از ارزش ها، عقاید، و روش ها را آموزش می بینند. پس از طریق همین بازی های موبایلی می توانیم بستری برای رسوخ دادن این اعتقادات به واسطه بازی، کارتون، انیمیشن ها و ... ایجاد کنیم زیرا بچه ها معمولاً در سنین پایین تر خود را جای شخصیت های مختلف می گذارند و بسیاری از مسائل را می آموزند. بنابراین متوجه هستیم که بازی کلتش آو کلتز یا کالاف چقدر می تواند نقش های مخربی برای فرزندان ما داشته باشد و چقدر یک نسل را بی قید و بند بار بیاورد که حرام و حلال و حریم باز و بدون قاعده برای آنها مهم نباشد.

ایکنا - آیا برای این نسل و درگیری شدید آن ها با این فضاها، تربیت دینی رخ خواهد داد؟

اگر ما چارچوب خانواده را درست ببندیم، پدر و مادر سر جای خودشان باشند، ساختار خانواده درست شکل بگیرد و مرزها مشخص باشد، تربیت دینی هم تحقق خواهد یافت. مسلماً قوانینی در این خانواده است که کمک می کند علاوه بر اینکه این بچه ها در فضای مجازی باشند، از امکانات بصری و شنیداری آن استفاده کنند و در کنارش از غیر این فضا هم بهره بگیرند. بنابراین دلیلی نیست که، چون بچه ها در این فضا هستند تربیت دینی آنها شکل نگیرد اما ممکن است چالش های بسیاری در این زمینه داشته باشیم.

ایکنا - چه چالش هایی؟

معمولاً بچه ها در این فضاها با یکسری ساختارهایی روبرو می شوند که ممکن است، سلسله مراتب قدرت در خانواده را زیر سوال ببرد و فرزندسالاری را برجسته کند، حتی مرزها را بشکند. حتی ممکن است اطلاعات و داده هایی که در فضای مجازی داده می شود، قاعده های دینی را بشکند و بر اساس سبک غربی پیش برود، مثل سگ در کنار جانماز و سجاده. شکستن حریم محرم و نامحرم و هویت های جنسیتی نامشخص از جمله چالش هایی است که در این زمینه وجود دارد و تربیت دینی، روابط فردی، رابطه با خدا و دیگران و حتی با جهان هستی و جهان بینی و ... را با چالش مواجه خواهد کرد. این چالش ها بسیاری جدی است و باید آن ها را بدانیم، پیش بینی و راه حل هایی برای آنها پیدا کنیم. چرا که اگر پیش بینی و آینده نگری کنیم، به راحتی با این چالش ها مواجه خواهیم شد و آن ها را رفع خواهیم کرد.

Remaining Time -1:24

کد

دانلود

فیلم اصلی

ایکنا - برای برخورد با این چالش ها چه باید کرد؟

یکی از چالش های مهم ولنگ و باز بودن این فضاها در کشور ماست. ترتیب سنی مشخصی ندارد و مشخص نیست که چه گروه سنی چه اطلاعاتی را می توانند گوش دهند، وارد شوند و ببینند، زیرا هر کسی می تواند به هر فضایی ورود کند و حتی بیشتر از سنش اطلاعاتی را به دست آورد. این ها نکاتی است که باید حواسمان باشد و با آینده نگری می توانیم از این آسیب ها جلوگیری کنیم. همچنین در حوزه سیاست گذاری های کلان و وضع قوانین و مقررات باید به این مسائل توجه شود و خلأهای قانونی با وضع قوانین مربوط پوشش داده شود.

ایکنا - غیر از تهدید ها و آسیب هایی که ابزار ها و رسانه های نوین دارند اینها فرصت و امکانی را پدید آورده اند که مبلغان بتوانند از آن برای تبلیغ و تربیت دینی استفاده کنند، به نظرتان پیامی که در این فضا ها به شکل های گوناگون در راستای تبلیغ دینی برای آن ها منتشر می شود، باید دارای چه ویژگی هایی باشد؟

در واقع در فضای مجازی سفره ای با انواع غذا های متعدد و متنوع فراهم است و مخاطبان می توانند غذا های متناسب با نیاز خود را دریافت کنند و یک تغذیه سالم برای آن ها محسوب شود. بنابراین با این نکته موافقم که فضای مجازی بستر بسیار عالی را برای مبلغان فراهم کرده است و بسیاری از آن ها کانال هایی را راه اندازی کرده و برنامه های هدفمندی را بارگذاری کرده اند که مورد نیاز افراد است و مخاطب می داند هر روز با چه محتوایی مواجه خواهد شد؛ از این رو در تولید محتوا توجه به نیاز مخاطب اهمیت ویژه ای دارد و باید از اشکال، نمادها، تصاویر، کلیپ های کوتاه و نه خیلی طولانی و محتوا های کوتاه، پرمغز، اصیل و جذاب در آن کانال ها بهره گرفته شود.

گفت وگو از سمیه قربانی

ایکنا