



# مرکز آموزش های کاربردی

دوره آموزشی عمومی تربیت مبلغ

## روانشناسی تبلیغ

حجت الاسلام و المسلمین عباس جوانشیر

سال تحصیلی 1400-1401

### تعریف (روانشناسی):

برای روان‌شناسی، تعاریف متعددی ارائه شده است و هر کدام از نظریه پردازان حوزه روان‌شناسی، متناسب با مبانی فکری خود (رفتاری نگری، انسان نگری، شناختی و غیره) تعریفی را ارائه نموده‌اند. ما فقط به یک تعریف از روان‌شناسی که تقریباً مورد اتفاق است اشاره می‌کنیم. علم روان‌شناسی، به مطالعه رفتار و فرایندهای روانی می‌پردازد و به عبارت دیگر روان‌شناسی علم مطالعه رفتار و زیر ساخت‌های آن است (مطالعه رفتار ظاهری و درونی). (اتکینسون و دیگران، زمینه روان‌شناسی، ج 1، ص 29).

### تعریف تبلیغ:

تبلیغ در لغت به معنای «رسانیدن، رساندن پیغام یا خبر»، «موضوعی را به اطلاع عموم رسانیدن» و ایصال رساندن است. (فرهنگ لغت فارسی عمید / فرهنگ فارسی معین) واژه «تبلیغ»، از ریشه «بلوغ» و «بلاغ» به معنای رساندن کامل پیام، خبر، اندیشه و سخن به دیگری است. (محمد محمدی ری‌شهری، تبلیغ بر پایه قرآن و حدیث، ص 17) تبلیغ در معنای مصطلح و مفهوم کلی آن عبارتست از: رساندن پیام به دیگری از طریق برقراری ارتباط به منظور ایجاد دگرگونی در بینش و رفتار او و بر سه عنصر اصلی پیام دهنده، پیام گیرنده و محتوای پیام مبتنی است. (محمد تقی رهبر، پژوهشی در تبلیغ، ص ۸۰)

### تعریف (روانشناسی تبلیغ):

استفاده از راهبردهای روان‌شناختی در تبلیغ، مثل استفاده از اصول ارتباط، چون تبلیغ ارتباط تنگاتنگی با ارتباط دارد و گاهی خود ارتباط است.

### فضیلت مبلّغ دینی:

یک مبلّغ دینی، مورد طلب رحمت از سوی رسول گرامی اسلام<sup>6</sup> قرار خواهد گرفت. امام علی<sup>7</sup> می‌فرماید: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ ﷺ أَرْحَمَ خُلَفَائِي ثَلَاثًا قِيلَ يَا رَسُولَ اللَّهِ وَمَنْ خُلَفَاؤُكَ قَالَ الَّذِينَ يُبَلِّغُونَ حَدِيثِي وَ سُنَّتِي ثُمَّ يَعْلَمُونَهَا أُمَّتِي؛ رسول خدا سه مرتبه فرمودند: خداوند! به جانشینانم رحم کن. گفته شد: ای رسول خدا! جانشینان شما چه کسانی هستند؟ فرمود: آنان که گفتار و کردار مرا تبلیغ می‌کنند و آنها را به امت من می‌آموزند.<sup>1</sup>

امام کاظم<sup>7</sup>: دین‌شناسی که یتیمی از یتیمان ما را - آنان که از ما گسسته و از دیدار ما محروم‌اند - با آموزش آنچه او بدان نیاز دارد، نجات دهد، از هزار عابد برای ابلیس، دردآورتر است؛ زیرا همّت عابد، تنها خود

1. محمد بن علی ابن بابویه، الأُمّالی (للصدوق)، ص 181.

اوست، در حالی که همّت دین شناس، علاوه بر خود، مردان و زنان بنده خدا نیز هست تا آنان را از دست ابلیس و مریدان او نجات بخشد. از این روست که او نزد خداوند، از هزار هزار عابد مرد و هزار هزار عابد زن، برتر است.<sup>۲</sup>

رساندن احادیث و سخنان پیامبر گرامی اسلام 6 به مسلمانان، بهشت را به دنبال دارد. پیامبر گرامی اسلام 6 می فرماید: مَنْ أَدَّى إِلَى أُمَّتِي حَدِيثًا يُقَامُ بِهِ سَنَةٌ أَوْ يُتَلَّمُ بِهِ بَدْعَةٌ فَلَهُ الْجَنَّةُ؛<sup>۳</sup> هر کس حدیثی را به امتم برساند که با آن سنتی را به پا دارد یا بدعتی را در هم شکند، بهشت از آن او خواهد بود.

در روز قیامت، کارهای نیک فراوان که دیگران انجام داده اند برای مبلغ دینی نیز منظور می گردد زیرا بذل دانش که عمل مردم را به دنبال داشته است این نتیجه را دارد.<sup>۴</sup>

پیامبر گرامی اسلام 6 می فرماید: الدَّالُّ عَلَى الْخَيْرِ كَفَاعِلُهُ؛<sup>۵</sup> کسی که بکار خوبی راهنمائی و دلالت کند در پاداش مانند کسی است که آن عمل خیر را انجام داده است.

آن حضرت همچنین می فرماید: «آیا برای شما از اقوامی بگویم که از پیامبران و یا شهیدان نیستند، اما در روز قیامت، پیامبران و شهیدان، به منزلت آنان نزد خداوند - که بر منبرهایی از نورند - غبطه می خورند؟».

گفته شد: ای رسول خدا! آنان چه کسانی اند؟ فرمود: «آنان، کسانی هستند که خدا را در نظر مردم و مردم را در نظر خداوند، محبوب می سازند». گفتیم: این که خداوند را در نظر بندگان محبوب می سازند، روشن است؛ اما چگونه بندگان خدا را در نظر خداوند، محبوب می سازند؟».

فرمود: «آنان را بدان چه خداوند دوست می دارد، فرمان می دهند و از آنچه خداوند ناپسند می شمارد، نهی شان می کنند. وقتی مردم از آنان اطاعت کنند، خداوند ایشان را دوست خواهد داشت».<sup>۶</sup>

2. الامام الكاظم 7: قَالَ مُوسَى بْنُ جَعْفَرٍ 8: فَفِيهِ وَاحِدٌ يَنْقُذُ بَيْنِمَا مِنْ أَيَّامِنَا الْمُقَطَّعِينَ عَنَّا وَ عَن مَشَاهِدَتِنَا بِتَعْلِيمٍ مَا هُوَ مُحْتَاجٌ إِلَيْهِ أَشَدُّ عَلَى إِبْلِيسَ مِنَ أَلْفِ عَابِدٍ لِأَنَّ الْعَابِدَ هَمُّهُ ذَاتُ نَفْسِهِ فَقَطُّ وَ هَذَا هَمُّهُ مَعَ ذَاتِ نَفْسِهِ ذَوَاتُ عِبَادِ اللَّهِ وَ إِمَائِهِ لِيُنْقِذَهُمْ مِنْ يَدِ إِبْلِيسَ وَ مَرْدَتِهِ فَلِذَلِكَ هُوَ أَفْضَلُ عِنْدَ اللَّهِ مِنْ أَلْفِ عَابِدٍ وَ أَلْفِ عَابِدَةٍ؛ (احمد بن علی طبرسی، الإحتجاج علی أهل اللجاج، ج 1، ص 17 / محمدباقر بن محمدتقی مجلسی، بحار الأنوار، ج 2، ص 5).

3. محمدباقر بن محمدتقی مجلسی، بحار الأنوار، ج 2، ص 152.

4. قَالَ رَسُولُ اللَّهِ 6: يَجِيءُ الرَّجُلُ يَوْمَ الْقِيَامَةِ وَ لَهُ مِنَ الْحَسَنَاتِ كَالسَّحَابِ الرُّكَامِ أَوْ كَالْجِبَالِ الرَّوَاسِي فَيَقُولُ يَا رَبِّ أَنَّى لِي هَذَا وَ لَمْ أَعْمَلْهَا فَيَقُولُ هَذَا عِلْمُكَ الَّذِي عَلَّمْتَهُ النَّاسَ يَعْمَلُ بِهِ مَنْ بَعْدَكَ؛ روز قیامت، کسی می آید که کارهای نیک او به سان ابر متراکم یا همچون کوه های استوار است. می گوید: پروردگارا! چگونه این ها از من است، حال آن که آنها را من انجام نداده ام؟! خداوند می فرماید: این دانش توست که به مردم آموختی و پس از تو بدان عمل می شد. (محمدباقر بن محمدتقی مجلسی، بحار الأنوار، ج 2، ص 18).

5. ابوالقاسم پاینده، نهج الفصاحة (مجموعه کلمات قصار حضرت رسول 6)، ص 485 / عباس قمی، سفینه البحار، ج 5، ص 87 / محمد بن یعقوب کلینی، کافی، ج 7، ص 269 / احمد بن علی طبرسی، الإحتجاج علی أهل اللجاج، ج 2، ص 460 / محمد بن حسن شیخ حر عاملی، وسائل الشیعة، ج 16، ص 124.

6. قَالَ رَسُولُ اللَّهِ 6: أَلَا أُحَدِّثُكُمْ عَن أَقْوَامٍ لَيْسُوا بِأَنْبِيَاءَ وَلَا شُهَدَاءَ، يَغِطُّهُمْ يَوْمَ الْقِيَامَةِ الْأَنْبِيَاءُ وَالشُّهَدَاءُ بِمَنَازِلِهِمْ مِنَ اللَّهِ 6، عَلَى مَنَابِرٍ مِّنْ نُورٍ؟ قِيلَ: مَنْ هُمْ يَا رَسُولَ اللَّهِ 6؟ قَالَ: هُمُ الَّذِينَ يَحِبُّونَ عِبَادَ اللَّهِ 6 إِلَى اللَّهِ 6، وَيُحِبُّونَ اللَّهَ 6 إِلَى عِبَادِهِ. فَلَنَّا: هَذَا حُبُّوهُنَّ اللَّهُ 6 إِلَى عِبَادِهِ، فَكَيْفَ يُحِبُّونَ عِبَادَ اللَّهِ 6 إِلَى اللَّهِ 6؟ قَالَ: يَأْمُرُونَهُمْ بِمَا يُحِبُّ اللَّهُ 6، وَيَنْهَوْنَهُمْ عَمَّا يَكْرَهُهُ اللَّهُ 6، فَإِذَا أَطَاعُوهُمْ أَحَبَّهُمُ اللَّهُ 6. (محمد بن احمد فتال نیشابوری، روضة الواعظین و بصيرة المتعظین) ط - القديمة، ج 1، ص 12 / علی بن حسن طبرسی، مشكاة الأنوار فی غرر الأخبار،

## اقسام تبليغ:

تبليغ عملی؛ امام صادق 7: كُونُوا دُعَاءَ لِلنَّاسِ بِغَيْرِ اَلْسِنَتِكُمْ؛ لِيَرَوْا مِنْكُمْ اَلِاجْتِهَادَ وَ الصَّدْقَ وَ اَلْوَرَعَ. (محمدباقر بن محمدتقی مجلسی، بحارالأنوار، ج 67، ص 309)

تبليغ گفتاری؛ وَ مَا كَانَ الْمُؤْمِنُونَ لِيَنْفِرُوا كَافَّةً فَلَوْ لَا نَفَرَ مِنْ كُلِّ فِرْقَةٍ مِنْهُمْ طَائِفَةٌ لِيَتَفَقَّهُوا فِي الدِّينِ وَ لِيُنذِرُوا قَوْمَهُمْ إِذَا رَجَعُوا إِلَيْهِمْ لَعَلَّهُمْ يَحْذَرُونَ (توبه، 122)

تبليغ نوشتاری؛ امام صادق 7: عَلَى كُلِّ جُزْءٍ مِنْ أَجْزَائِكَ زَكَاةٌ - اِلَى أَنْ قَالَ - وَ زَكَاةُ اَلْيَدِ اَلْبَدَلُ وَ اَلْعَطَاءُ وَ اَلسَّخَاءُ بِمَا أَنْعَمَ اَللَّهُ عَلَيْكَ بِهِ وَ تَحْرِيكُهَا بِكُتُبِ اَلْعُلُومِ وَ مَنَافِعَ يَتَنَفَعُ بِهَا اَلْمُسْلِمُونَ (محمدباقر بن محمدتقی مجلسی، بحارالأنوار، ج 93، ص 7)

## ویژگی تبليغ گفتاری:

\* گفتار، گنجینه ای از تنوع و تحول است.

\* گفتار، بیشترین توانایی را برای جلب دل ها و گوش ها دارد.

\* تبليغ به گفتار، بسیار کم مؤونه است.

## ویژگی تبليغ نوشتاری:

\* ماندگاری.

\* کاهش امکان تغییر و تحریف.

\* تفکر و تعمق بیش تر.

\* مخاطبان بیش تر

\* همگونی مخاطبان

## اقسام تبليغ:

تبليغ مستقیم؛ در این روش مبلغ پیام خود را به طور صریح به مخاطبین خود ابلاغ می کند.

تبليغ غیر مستقیم؛

1- پیامها از کانالهای نامرئی، پنهان و یا غیر منتظره عبور داده می شوند.

2- معمولاً مخاطبان بارها به طور غافلگیرانه آنها را دریافت می کنند و در واقع به آنها تحمیل می شود.

---

ص 136 / محمدباقر بن محمدتقی مجلسی، بحارالأنوار، ج 2، ص 24 / حسین بن محمد تقی نوری، مستدرک الوسائل و مستنبط المسائل، ج 12، ص 182.

3- از روش و قاعده منظم و مشخصی پیروی نمی کند بلکه ساخت و ساز آنها بیشتر از فرصت های پیش آمده و حوادث پیش بینی نشده سود برده می شود.

### ارکان تبلیغ:

چه کسی (مبلّغ)، با چه ویژگی هایی (ابعاد شناختی، عاطفی انگیزشی، رفتاری)، با چه هدفی (هدف تبلیغ)، چه چیزی (محتوای تبلیغ) را، با چه وسیله ای (ابزارهای تبلیغی)، و با چه روشی (روش تبلیغ)، در چه زمان و مکانی (زمان و مکان تبلیغ)، برای چه کسی (مخاطب تبلیغی)، ارائه دهد.

تبلیغ در معنای مصطلح و مفهوم کلی آن عبارتست از: رساندن پیام به دیگری از طریق برقراری ارتباط به منظور ایجاد دگرگونی در بینش و رفتار او و بر سه عنصر اصلی پیام دهنده، پیام گیرنده و محتوای پیام مبتنی است.

(محمد تقی رهبر، پژوهشی در تبلیغ، ص ۸۰)

### ارتباط یعنی چه ؟

ارتباط ، فرایند ارسال و دریافت پیام از طریق کلامی و غیرکلامی بین افراد است.

چند نکته کلیدی در مورد ارتباط:

✓ ارتباط اجتناب ناپذیر است.

✓ ارتباط یک فرایند انتقال پیام است.

✓ ارتباط یک تبادل است.

✓ ارتباط برگشت ناپذیر است.

### اهمیت ارتباط:

\* برخی مشاغل هستند که نحوه ارتباط برقرار کردن در آنها اهمیت خاص و بیشتری دارد (مدیران، پزشکان، معلمان و تجار و روحانیان).

\* ناتوانی در برقراری ارتباط سازنده یکی از مؤلفه های اساسی اختلالات و ناراحتی های روانی است.

\* یکی از لوازم موفقیت در مفهومی کلی، به توانایی فرد در برقراری ارتباطات اثربخش و کارآمد بستگی دارد.

\* بلوغ یک اجتماع منوط به سیالی ارتباط های بین فردی است.

ارتباط: عبارت است از هر گونه تعاملی که شامل انتقال پیام باشد.

## انواع مهارت‌های ارتباطی شامل:

✓ مهارت‌های انتقال پیام

کلامی verbal (مربوط به کلمات بیان شده و دیگر اصواتی هستند که اطلاعات و معنی را می‌رسانند).

غیرکلامی nonverbal (مربوط به حرکات سر و بدن هستند که قسمتی از اطلاعات را تشکیل می‌دهند).

✓ مهارت‌های دریافت پیام

- گوش دادن

- مشاهده کردن

- پاسخ دادن

## عناصر اصلی ارتباط غیر کلامی:

\* رفتار آوایی

\* رفتار بساوایی (دست دادن و مصافحه)

\* تماس چشمی

\* حالات چهره ای

\* ژست ها

\* حالات بدنی

## عناصر اصلی ارتباط کلامی:

□ محتوای کلام

□ چگونگی شروع صحبت

□ نحوه جمله بندی

□ زمان بندی ارتباط کلامی

□ ملاحظات موقعیتی

□ چگونگی ختم ارتباط

## تفاوت ارتباط کلامی و غیرکلامی:

1. ارتباط غیرکلامی مداوم و پیوسته است زیرا ما به صورت مداوم صحبت نمی‌کنیم، اما از طریق ارتباط غیرکلامی به صور مختلف ارتباط برقرار می‌کنیم.
2. ارتباط غیرکلامی مبهم و پیچیده است به این علت که به صورت همزمان از چندین کانال (طرز لباس پوشیدن، بیان چهره و ...) برای انتقال اطلاعات استفاده می‌شود.
3. ارتباط غیرکلامی برای انتقال احساسات بهتر است، زیرا مخاطب، قدرت کنترل کمتری روی آن دارد.
4. در یک ارتباط چهره به چهره سهم ارتباط غیر کلامی در انتقال پیام 65 درصد و سهم ارتباط کلامی 35 درصد می‌باشد پس درانتقال پیام توجه به ارتباط غیر کلامی اهمیت بیشتری دارد.
5. ارتباط غیر کلامی وظیفه تنظیم جریان مکالمه، تکمیل و تأکید آن را به عهده دارد.

## چهار نوع پیام در ارتباط:

- ☀ پیامی که شما می‌خواستید بفرستید.
- ☀ پیامی که فکر می‌کنید فرستادید.
- ☀ پیامی که واقعا فرستادید.
- ☀ پیامی که گیرنده دریافت کرد.

## سبک‌های برقراری ارتباط:

سلطه‌گری (پرخاشگرانه): در این نوع ارتباط فرد با تهدید کردن و تزییع حق دیگران توهین‌آمیز برخورد می‌کند.

سلطه‌پذیری (منفعلانه): در این نوع ارتباط فرد با عذر خواهی افراطی و کوچک انگاری خود تمامی افکار، احساسها و حقوق شخصی خود را به نفع طرف مقابل نادیده می‌گیرد.

قاطعیت (جرات مندانه): ارتباط جرات مندانه گونه‌ای از ارتباط است که در آن هر احساسی بجز اضطراب به راحتی ابراز شده و نتیجه آن حرکت به سوی اهداف و مقاصد شخصی بدون ضایع کردن حق دیگران است.

## چهار مؤلفه برقراری رابطه:

- ☀ صداقت: در معنای عرفی راستگویی و در تضاد با دروغ است. اما در معنای دقیق تر و عملیاتی تر هماهنگی سه زبان بدن، زبان گفتار، و زبان لحن را صداقت گویند. (ابروهای فرد گره خورده و اظهار می‌دارد که ناراحت نیست!)
- ☀ صراحت: روشن و مستقیم بودن پیامهایی است که بین دو فرد رد و بدل می‌شود.

✱ صمیمیت: به معنای ارزشگذاری، پذیرش فردیت، و حفظ حریم شخصی و انسانی خود و فرد مقابل است.

✱ مهارگری: مؤلفه آخر هر ارتباطی خودمختاری در برابر کنترل فرد مقابل است. در هر رابطه میزان آزادی و اختیاری که ما به فرد مقابل در نحوه عمل می دهیم درجات متفاوتی دارد. (فقط حرف من، فقط حرف تو، متقابل)

### کدهای مواجهات آغازین (فتاری):

➤ برداشت اولیه در واقع تصویری ذهنی است که در هنگام اولین مواجهه با یک شخص یا موقعیت خاص در ذهن نقش می بندد.

➤ پژوهش ها نشان داده است 90٪ از ما ظرف چند دقیقه پس از دیدن یک فرد یا یک محیط خاص، درباره آنها قضاوت می کنیم.

➤ تک تک ثانیه های برخورد اولیه خود را کنترل کنید. گول این را نخورید که یک اثر بد، فردای آن روز براحتی اصلاح پذیر خواهد بود، اصلاح امری به مراتب مشکل تر از این است که آن را از ابتدا به صورت صحیح انجام دهید.

➤ اولین اثر گذاری ارتباط در همان مرحله آغازین است. مدت زمان آن تقریباً 4 دقیقه است، بنابراین در اولین مرحله برخورد بسیار باید دقت نمود.

### 1. ارتباط غیرکلامی:

✱ زبان بدن

✱ بدون توجه و هشیاری افراد واقع می شود.

✱ بسیاری از افراد از آن غفلت می کنند.

✱ در بسیاری از مواقع تاثیری بیشتر و ماندگار تر از ارتباط کلامی دارد.

عناصر غیر کلامی:

### 1. ظاهر فیزیکی

✍ ویژگی های مربوط به صورت، قد، وزن، لباس و اشیایی که ما استفاده می کنیم.

✍ رعایت نظم



✍ شیک‌پوشی و آراستگی ظاهری (حسن ظاهر)

✍ تمیزی و پاکیزگی (بهداشت فردی و محیطی)

✍ رنگ مناسب لباس

### نکات قابل توجه:

✍ نوع پوشش یک مبلّغ، تبلیغ عملی است و پیام‌هایی درباره فکر، ارزش‌ها، نگرش‌ها، سلايق، اهداف و آرمان‌های وی منتقل می‌کند.

✍ مصنوعات و زیورآلات مانند نوع انگشتر، تسبیح، ساعت، عینک، کیف، خودکار، آهنگ موبایل و ... نیز پیام‌هایی درباره ما برای گفتن دارند.

✍ یک مبلّغ، باید از افراط و تفریط و تقلید نامناسب در پوشش پرهیز نماید.

✍ نوع پوشش مبلّغ در خلوت و جلوت

✍ نوع پوشش همسر و فرزندان مبلّغ در خلوت و جلوت

✍ زمان‌شناسی و مکان‌شناسی در پوشش

✍ تفاوت فرهنگ پوشش مردم

### 2. چهره

حرکات چهره یکی از بهترین کانال‌های ارتباطی بین اشخاص به حساب می‌آید.

به حرکات چهره مخاطب خود توجه نمایید.

قبل از هر چیز ذهن خود را از رویدادهای از پیش تعیین شده خالی کنید و هیچگاه در مورد مخاطبتان سریع ارزیابی و قضاوت نکنید.

شش حالت اصلی چهره عبارت‌اند از: غم، شادی، خشم، تعجب، تنفر، ترس.

### 3. تماس چشمی

در مرحله آغازین و حالت عادی برخورد، هرگز سعی نکنید بیش از سه ثانیه به طرف مقابل خیره شوید. پس از هر سه ثانیه ارتباط چشمی خود را موقتاً قطع کنید. در اولین برخورد با مخاطب برای افزایش دلگرمی و اثر حضور خود با وی تماس چشمی برقرار کنید، از اعماق قلب تبسم بزنید.

✍ نگاه به پائین و خم کردن سر، از مدت‌ها پیش به عنوان علامت تعظیم و فروتنی در فرهنگ

بشری مورد استفاده قرار گرفته است.

نگاه خیره به پایین ، توأم با سایر حرکات بدن ، به عنوان علامت تواضع ، برای نشان دادن قبول قطعی حق تسلط یک فرد بالاتر مورد استفاده قرار می گیرد.

هرگونه قطع ارتباط چشمی باعث ایجاد اختلال می شود، مگر اینکه در جهت پایین باشد.

#### 4- دست دادن

✓ بساویی و ارتباطات.

✓ لمس کردن (دست دادن و مصافحه)

✓ زبان دست دادن در واقع بسیار پیچیده ، قوی و دقیق است. به طوری که با استفاده دقیق از آن در اولین لحظه از تماس بدنی اثر خوبی را که قبلاً داشته اید، می توانید قوی تر یا در صورت نامناسب بودن، آن را اصلاح کنید.

#### اثرات دست دادن:

1. مادی: افزایش هموگلوبین خون = اکسیژن رسانی بیشتر = تقویت بدن و مقاوم شدن در برابر بیماری (دکتر هلن کولتون)
2. معنوی: پیامبر گرامی اسلام 6: هرگاه دو مسلمان با یکدیگر روبرو شوند و به یکدیگر دست بدهند بر خداوند است دعای هر دو آنها را مستجاب گرداند. میزان الاعتدال، ج 4، ص 234.

#### راه های نشان دادن عواطف مثبت:

1. گشاده رویی و تبسم: امام صادق(علیه السلام): تبسم الرجل فی وجه أخیه حسنه. بحار الانوار، ج 74، ص 288
2. سلام کردن  
از پیامبر اکرم 6 سوال شد: عملی را به ما یاد بدهید که موجب شود به بهشت وارد شویم. آن حضرت تأکید به سلام کردن نمودند. المعجم الکبیر، ج 2، ص 383
3. پرسیدن از نام:  
پیامبر اکرم 6 : هرگاه یکی از شما با دیگری دوست شد، نام، نام پدر و قبیله او را پرسد و از منزلش خبر گیرد، زیرا این کار از حقوق واجب دوستی است و موجب صفای برادری می شود. بحار الانوار، ج 74، ص 288

#### 4. اعلام دوستی و محبت

امام صادق (علیه السلام): هرگاه کسی را دوست داشتی، او را به این دوستی آگاه ساز که همین کار، باعث می‌شود دوستی میان شما پایدارتر شود. وسائل الشیعه، ج 12، ص 54

#### 5. هدیه دادن

پیامبر اکرم 6: به یکدیگر هدیه بدهید، زیرا هدیه دادن باعث می‌شود محبت و دوستی افزایش پیدا کند. (معجم الکبیر، ج 25، ص 163)

#### 6. احترام گذاشتن

امام کاظم (علیه السلام): احترام میان خود و برادرت را از میان مبر و از آن چیزی باقی بگذار، زیرا از میان رفتن آن باعث از بین رفتن حیا می‌شود. وسائل الشیعه، ج 12، ص 146

#### انواع دست دادن:

- نوع سلطه گر
- نوع سلطه پذیر
- نوع مساوی و مبتنی بر همکاری

بهترین شیوه دست دادن با مخاطبین، نوع مبتنی بر همکاری است.

دست دادن ماهی مرده: حس نرمی و بی روحی دست دادن ماهی مرده، آن را به عنوان یک روش غیردوستانه در سراسر جهان شناسانده است و اغلب مردم آن را به افرادی که از نظر شخصیت ضعیف هستند نسبت می‌دهند.

دست دادن خردکننده انگشتان: این روش، علامت انحصاری افراد پرخاشگر است. فشار بیش از اندازه بر دست های مخاطبین "انزجار و نگرش منفی را ایجاد خواهد نمود.

دست دادن سفت و کشیده: این روش هم تقریباً روش افراد پرخاشگر و اجتنابی است که هدف اصلی آنها حفظ فاصله و جلوگیری از ورود شما به حریم خصوصی آغاز کننده دست دادن است.

روش گرفتن نوک انگشتان: در این روش با اینکه آغاز کننده عمل دست دادن به ظاهر رفتاری علاقه مند نسبت به طرف مقابل دارد، اما در واقع فاقد اعتماد به نفس است. بنابراین توصیه می‌شود در دست دادن به مخاطبان از این روش استفاده نکنید.

تماس با دو دست: برای شدت بخشیدن به ارتباط گرم و همدلی بیشتر با مخاطب می‌توانید دست چپ خود را به سمت آرنج بالا ببرید. جانب احتیاط را رعایت کنید، چرا که هر چه دست شما بالاتر رود، ارتباط غیر کلامی شما صمیمی تر خواهد شد.

## 5- فن‌دیدن

در هنگام استفاده از خنده، با توجه به نوع آن، موقعیت خنده را در نظر بگیرید.

1- **خنده ساده:** در این نوع از خنده گوشه‌های دهان عقب کشیده شده، بالا می‌روند که دندان‌های فرد نمایان نمی‌شود. خنده ساده همان تبسم است که خود به دو دسته تقسیم می‌شود. خنده ساده با شدت کم و خنده ساده با شدت بالا. خنده ساده با شدت کم، عدم اطمینان و شک و تردید در پی دارد، بدان معنا که شخص می‌خواهد دوستانه برخورد کند ولی دلهره دارد. اما خنده ساده با شدت بالا، بهترین نوع خنده است و زمانی مورد استفاده قرار می‌گیرد که شخص، طرف مقابل را نمی‌شناسد ولی با او دوستانه برخورد می‌کند.

2- **خنده بالا:** در این نوع از خنده، دندان‌های زیرین دیده نمی‌شود. شخص با خنده فوقانی به طرف مقابل اطمینان می‌دهد که هدفی جز رعایت صلح و آرامش ندارد. خنده بالا می‌تواند با شدت بالا و شدت کم همراه باشد.

3- **خنده گسترده:** این نوع خنده، نهایت شادی، رغبت و لذت را می‌رساند. خنده‌ای که با صدای بلند همراه است فقط برای محافل شخصی و خصوصی شایسته می‌باشد. یک خنده گسترده و بلند در هنگام سلام و احوالپرسی عاقلانه مناسب نمی‌باشد.

4- **خنده کاذب یا پوزخند:** این نوع از خنده در راستای اهداف اصلی خنده نمی‌باشد. توصیه می‌شود به شدت از آن پرهیز شود.

## 6. حرکات سر

1. سر به طرف بالا که نمایانگر بی‌طرفی شخص راجع به آنچه که می‌شنود است، معمولاً سر ثابت است و شاید گاهی اوقات جهت تصدیق کمی تکان بخورد.

2. زمانی که سر به یک طرف خم می‌شود نشان می‌دهد که علاقه به وجود آمده است. چنانچه با مخاطب خود در حال صحبت هستید به علامت‌های سر توجه کنید؛ متوجه خواهید شد که مخاطبین علاقه مند از چنین حرکاتی استفاده می‌کنند.

3. هنگامی که سر رو به پائین است، نشانه رفتار منفی و حتی داوری کردن است. اگر نتوانید سر مخاطب خود را به بالا سوق دهید یا به یک طرف خم کنید به احتمال زیاد دچار مشکل ارتباطی می‌شوید.

## حرکات سر و پهره:

گره کردن ابروها = خشم - ناراحتی و درد  
بالا بردن ابروها = تعجب - دریافت  
تکان دادن سر رو به پایین = تأیید - تسلیم  
تکان دادن سر رو به اطراف = مخالفت - تأسف  
تکان دادن سر رو به بالا = انکار و عدم پذیرش

## 7. جهش ابروها

در برخورد اولیه قبل از هر چیز حتی الامکان از جهش ابرو استفاده کنید. همواره به جهش ابروی مخاطبان خود پاسخ مثبت دهید.

\* جهش ابرو برای موفقیت ، تأیید ، تشکر ، تقاضا ، تصدیق ، حتی برای مخالفت ، اظهارنظر یا برای پند دادن شخص مقابل استفاده می شود.

## 8. ژست ها

بالا انداختن شانه ها = نفهمیدن موضوع - رفع مسئولیت

مالیدن چانه = ارزیابی

انگشت روی شقیقه = تفکر و تأمل

دست به کمر = مقابله

دست به چانه = اشتیاق

بازوان گشوده: وقتی با بازوان گشوده مواجه می شوید، احساس می کنید که دیگران مایل به صحبت باشما هستند و از دیدنتان خوشحال می شوند، قرار دادن دستها بر روی هم شما را فردی عصبی ، منتقد یا عیب جو معرفی می کند که اینها از موانع ارتباط مؤثر می باشد.

## 9. رفتار آوایی(پیرا زبان):

- گویشی که به کار می بریم. (تفاوت در گرامر)

- لهجه ای که با آن صحبت می کنیم. (تفاوت تلفظ)

- به انواع هر گویش، لهجه می گویند، برای مثال

گوش فارسی دارای لهجه‌های تهرانی، اصفهانی، مشهدی، شیرازی، کرمانی و ... است و گوش گیلکی دارای لهجه‌های رشتی، لاهیجانی، رودسری، آستانه ای و ... و گوش کردی دارای لهجه‌های مهابادی، سنندجی، کرمانشاهی، ایلامی و غیره است.

- زبان ایرانی = گوش فارسی = لهجه تهرانی = گونه لاتنی.

## تأثیرات (فتار آوایی):

### 1. رفتار آوایی و احساسات



مثال: شنیدن جر و بحث همسایه بدون فهمیدن کلمات

### 2. رفتار آوایی و شخصیت

مردم از لحن صدای دیگران، به سادگی برداشت هایی از شخصیت آنها در ذهن خود مجسم می کنند. (کسی که تند صحبت می کند / کسی که صدایش مدام می لرزد / کسی که صدای نگران کننده دارد / کسی که صدای بسیار خشن دارد)

### 3. رفتار آوایی و یادگیری

رفتار آوایی بر یادگیری، درک و به خاطر سپردن مطالب، تأثیر دارد. تنوع آوایی، وضوح آوایی و صدایی که لحن طبیعی دارد به فهم مطالب کمک می کند.

### ویژگی های آوایی بیان خوب:



2. سرعت گفتار (سرعت کافی گفتار، توجه مخاطبان را به خود جلب کند و آهستگی آن هم برای مخاطبان، به گونه ای باشد که یک مطلب را قبل از دریافت مطالب بعدی، درک کنند.)



4. تلفظ خوب (در مقابل تلفظ ضعیف یا تلفظ غلط)

5. گفتار روان (بیان غیر روان، شامل فعالیت های آوایی مانند درنگ ها، حائل های آوایی، تکرارها، لکنت ها و مکث های مشخص است).

6. مکث های مؤثر (مکث مناسب، اهمیت گفتار را تشدید می کند و مکث نامناسب، عدم آمادگی شما را می رساند).

2. ارتباط کلامی: مربوط به کلمات بیان شده و دیگر اصواتی هستند که اطلاعات و معنی را می رسانند.

عناصر ارتباط کلامی (گفتاری):

1) محتوای کلام (موضوع تبلیغ)

2) رفتار آوایی (پیرا زبان)

3) ملاحظات موقعیتی: زمان مناسب - مکان مناسب - مخاطب مناسب

سبک های گفتار:

امری: در را ببند.

مودبانه: لطفاً در را ببندید.

درخواستی - سئوالی: میشه در را ببندی؟

سئوالی: می خواهی در باز باشه؟

غیر مستقیم: نمی دانم چه کسی در را باز گذاشته - اینجا سرده.

توصیه هایی برای کارآمدتر کردن ارتباط کلامی: هنگام صحبت کردن:

✓ مطمئن شوید که مخاطب فرصت سوال یا اظهار نظر کردن را دارد.

✓ سعی کنید خود را جای مخاطب قرار دهید و احساساتش را درک کنید.

✓ آنچه را می خواهید بگویید، واضح بیان کنید و با بیان جزئیات زیاد موضوع را پیچیده نکنید.

✓ به مخاطب نگاه کنید.

✓ مطمئن شوید که آنچه که می گوید با تن صدا و زبان بدنی شما هماهنگی دارد.

✓ تن و آهنگ صدای خود را تغییر دهید.

✓ از دیدن علائم آشفتگی در مخاطب غفلت نکنید.

آنجایی که بین پیامهای کلامی و غیر کلامی تناقض وجود دارد افراد عموماً به جنبه های غیر کلامی بیشتر اعتبار می دهند.

## مهارتهای دریافت پیام:

### همدلی و همیاری:

امیرالمومنین (علیه السلام): أَحْسَنُ الْإِحْسَانِ مُوَسَاةُ الْإِخْوَانِ. غرر الحکم 3023

امام صادق (علیه السلام): تَقَرَّبُوا إِلَى اللَّهِ تَعَالَى بِمُوَسَاةِ إِخْوَانِكُمْ. بحار الانوار، ج ۷۴، ص ۳۹۱

امام صادق (علیه السلام): خَصَلْتَانِ مَنْ كَانَتْ فِيهِ وَإِلَّا فَأَعَزُّبُ ثُمَّ أَعَزُّبُ ثُمَّ أَعَزُّبُ! قِيلَ: وَ مَا هُمَا؟ قَالَ:

الصَّلَاةُ فِي مَوَاقِيتِهَا وَ الْمُحَافَظَةُ عَلَيْهَا وَ الْمُوَسَاةُ. الخصال، ج 1، ص 25

\* مهارتی است که به ما این امکان را می دهد که بتوانیم از سطح خویش فراتر رفته و احساس ها و حالت های دیگران را عمیق تر درک کنیم.

\* همدلی یعنی این که با تو پیمان می بندم - خواه با آنچه می گویی موافق باشم یا نباشم - به حق تو در مورد ابراز نظرت احترام بگذارم و بکوشم تا حقایق را از دیدگاه تو ببینم و درک کنم تا بتوانم نکته نظرهای خود را نیز به طور مؤثر به تو انتقال دهم.

### گوش دادن فعال:

امام علی (علیه السلام): «تَعَلَّمَ حَسَنُ الْإِسْتِمَاعِ كَمَا تَعَلَّمَ حَسَنُ الْقَوْلِ ، وَ لَا تَقْطَعُ عَلَى أَحَدٍ

حَدِيثَهُ» بحار الانوار، ج 1، ص 222.

### فرق شنیدن و گوش کردن:

شنیدن: دریافت محرک های شنیداری بطور غیرارادی است.

گوش دادن: دریافت و تفسیر محرکهای شنیداری بطور انتخابی است.

### شنونده فوب بودن دو بعد دارد:

1. شناختی: دریافت کامل اطلاعات (سؤال کردن و جهت دهی سخن)

2. عاطفی: فرصت دادن جهت ابراز عواطف (خشم، ترس، تنفر، عشق و...)

### تکنیک انعکاس محتوا:

در تبلیغ چهره به چهره، مخاطب باید مطمئن شود که حرفهایش شنیده و درک می شود. بدین منظور از شیوه انعکاس محتوا استفاده می شود.

مثال تکنیک انعکاس محتوا:

مخاطب: حالا که پدرم فوت شده نمی توانم به او فکر نکنم، به دوران جوانی ام که با او بودم، به علاقه ای که نخستین روزهای ازدواجم به ما نشان می داد، به بازی هایی که با بچه های من یعنی نوه های خودش داشت و ...



انعکاس محتوا: فکر کنم شما خاطرات بسیار خوبی از پدرتان دارید.

### تکنیک انعکاس هیجانات:

مبلغ باید به گونه ای زمینه را فراهم سازد که مخاطب هیجان های خود را تجربه کند. غمگین باشد، گریه کند، عصبانی باشد، فریاد بکشد، از شادی بال درآورد و ... .  
به رهاسازی هیجان ها، تخلیه هیجانی (پالایش) می گویند.

### اهداف گوش دادن:

- ✓ فهمیدن احساسات دیگران و درک آنها
- ✓ راهنمایی دادن و گرفتن
- ✓ حمایت عاطفی دیگران
- ✓ حل مشکلات
- ✓ کسب اطلاعات

### توصیه های گوش دادن فعال:

- ✍ اختصاص زمان بیشتر به گوش دادن بجای صحبت کردن
- ✍ عدم تکمیل جملات دیگران
- ✍ عدم پاسخ به سوال با یک سوال دیگر
- ✍ آگاه بودن از سوگیری های شخصی
- ✍ نپرداختن به تخیل یا عدم اشتغال ذهنی با مسائل دیگر
- ✍ عدم سلطه جویی در مکالمه
- ✍ قطع نکردن سخن و پاسخ دادن پس از پایان صحبت های وی

### مشاهده کردن:

- \* مشاهده دقیق وضعیت ظاهری مخاطب (ترس، اضطراب، شادی، غم، تردید، عشق و ...)
- \* مشاهده دقیق در و دیوار، کوچه و خیابان، نوع لباس پوشیدن مردم، نوع مغازه ها و مشتریان و ... که می تواند اطلاعات خوبی در خصوص موارد ذیل ارائه دهد:

- بافت جمعیتی، فرهنگ شهری و روستایی، سطح سواد، سطح دینداری، نیازهای فرهنگی و دینی، آداب معاشرت آنان.

### پاسخ دادن:

توصیه هایی برای افزایش کیفیت پاسخ دادن:

- \* آنچه را که می خواهید بیان کنید به وضوح ابراز کنید.
- \* به جنبه های مثبت موضوع و فرد اشاره کنید.
- \* مشخص و متمرکز اظهار نظر کنید.
- \* از واژه های کلی و مبهم نظیر این و آن کمتر استفاده کنید.
- \* بر رفتار فرد متمرکز باشید، نه بر خود فرد.
- \* توصیفی بازخورد بدهید، نه قضاوتی و ارزشیابانه.
- \* با اول شخص مفرد و ضمیر من بازخورد بدهید.
- \* کمتر از واژه هایی نظیر همیشه و هرگز استفاده کنید.
- \* به رفتارهایی پردازید که قابل تغییر دادن هستند.
- \* حتی الامکان نصیحت نکنید. به جای آن، به فرد کمک کنید تا به درک بهتری از موضوع و جایگاه خودش در آن برسد.

### تکنیک قاب گیری مجدد:

گاهی مخاطب نسبت به یک موضوع دید منفی دارد، مبلغ باید کاملاً گوش کند و تلاش نماید تا آن مطلب را در چارچوب جدید به او نشان دهد.

مخاطب: صدقات مستحبی که به عنوان دین مطرح می شود نوعی گداپروری است! این امر باعث می شود همیشه فقیران چشم به دست ثروتمندان داشته باشند.

قاب گیری مجدد: شما برای انسان کرامت قائل هستید و از اینکه می بینید دادن و گرفتن صدقات به گونه ای اجرا می شود که کرامت انسانی محفوظ نمی ماند، آزرده می شوید.

### کدهای مواجهات پایانی:

به پایان ارتباط خود با مراجع بسیار توجه داشته باشید، چرا که 4 دقیقه آخر هر ارتباطی به مانند آغاز آن، بسیار تأثیرگذار است.

ارتباط خود را با مخاطب، با سخنی مثبت به اتمام برسانید.

از مخاطب برای حضور و ارتباطش با شما تشکر کنید.

« از اینکه در خدمت شما بودم خوشحالم و از شما، بسیار سپاسگزارم ، روز خوبی داشته باشید.»

## ویژگی های مبلغ موفق:

### الف: بعد شناختی

1. خودشناسی، 2. هدف شناسی، 3. محتواشناسی، 4. مخاطب شناسی، 5. ابزارشناسی، 6. روش شناسی، 7. زمان شناسی، 8. مکان شناسی.

### ب: بعد انگیزشی عاطفی

1. اخلاص مداری، 2. باورمندی به هدف، 3. امیدواری به اثر، 4. توکل محوری، 5. جرأت ورزی و خداترسی.

### ج: بعد رفتاری

- رفتار فردی: شکرگذاری، عمل به علم، تلاش گری، استقامت ورزی.
- رفتار اجتماعی: ادب ورزی، دعوت نزدیکان قبل از دعوت دیگران، اعتدال ورزی، علم آموزی، صداقت، عدالت، فصاحت و بلاغت، ساده زیستی، مهربانی، تکریم، عدم اجبار مخاطب، خیرخواهی، امانت داری، تواضع و فروتنی، مشورت خواهی، مدارا و سهل گیری، مردمی و درد آشنا.

## مهم‌های بعد شناختی:

1. خودشناسی؛
2. مخاطب شناسی؛
3. روش شناسی.

## خودشناسی:

حضرت علی 7 می فرماید: «معرفة النفس أنفع المعارف»؛ خودشناسی سودمندترین شناسایی هاست. عبدالواحد بن محمد تمیمی آمدی، غررالحکم و دررالکلم، ص 712.

## مؤلفه های خودشناسی:

الف: عزت نفس و اعتماد به نفس

(شناخت ویژگی ها و صفات خویش، ارزیابی مثبت و منفی راجع به خود)

ب: شناخت عواطف و هیجانات خود و تسلط بر آن

ج: تصویر واقع بینانه از خود

شناخت توانایی ها، استعدادها و پیشرفت های خود و بهره مندی از آنها

## انواع اعتماد به خود و دیگران:

1. من خوب نیستم، تو خوبی = احساس حقارت
2. من خوب نیستم، تو هم خوب نیستی = احساس فرد بیمار روحی
3. من خوبم، تو خوب نیستی = احساس بزرگ منشی
4. من خوبم، تو خوبی = احساس فرد سالم

## علائم عزت نفس پایین:

1. آرزو دارد فرد دیگری باشد.
2. احساس بی ارزش بودن می کند.
3. اغلب هنگام برخورد با مشکلات، فرار می کند.
4. از خودش به صورت منفی یاد می کند.
5. از نظر ظاهر، سر و وضع مرتبی ندارد.
6. تصمیم گیری برایش مشکل است.
7. به افراد کوچکتر از خود، زور می گوید. (جبران نقص خود)
8. درک دیدگاه های دیگران برایش مشکل است.
9. بیش از حد به عقائد افراد مقتدر، تکیه می کند.
10. به ندرت داوطلب می شود.
11. با پز دادن، توجه را به سمت خود جلب می کند. (طبل تو خالی)
12. اغلب از اجتماع دوری می کند.
13. در محیط های جدید، دچار اضطراب شدیدی می شود.
14. موفقیت را در نتیجه تأثیر چیزی خارج از وجود خود می داند.

## راه های افزایش اعتماد به نفس:

1. تأکید بر نقاط قوت و موفقیت های خود.
2. مواجهه با موقعیت های جدید (ریسک کردن)
3. استفاده از گفتگوی درونی (self - talk)
4. تمرین و مواجهه ذهنی با موقعیت های جدید
5. شوخ طبعی
6. نفس عمیق کشیدن و خوردن جرعه ای آب
7. حرکات آرام داشتن
8. طرح سوال از مخاطب (از وقفه پیش آمده برای تسلط بر خود استفاده کنید).

## مفادب شناسی

**مشترکات (روانی انسان ها):** بعضی از ویژگی های نفسانی انسان ها، مشترک است. از جمله:

- 1 - همه محبت پذیر و قهر ستیزند؛
- 2 - همه تشویق پذیر و تنبیه گریزند؛
- 3 - همه تأیید طلب و انتقاد گریزند؛
- 4 - همه تکریم پذیر و تحقیر گریزند؛
- 5 - همه انسان ها دوست دار وحدت شخصیت و گریزان از تعارض ها و تضادها هستند؛
- 6 - همه آرامش خواه و امنیت طلبند؛
- 7 - همه صمیمیت و صفا می خواهند؛
- 8 - همه دوست دار موفقیت و گریزان از شکست و ناکامی اند؛
- 9 - همه دوست دارند اعتماد به نفس قوی داشته باشند؛
- 10 - همه می خواهند به استقلال آنها ارزش داده شود، به هویت فردی شان توجه شود؛
- 11 - همه (به ویژه بچه ها) دوست دارند با الگوی رفتاری محبوب خود همانند سازی کنند؛
- 12 - همه دوست دارند سرمشق و الگوی مهربان داشته باشند؛
- 13 - همه دوست دارند مورد حمایت بزرگسالان محبوب خود باشند؛
- 14 - همه بچه ها دوست دارند والدینشان مهربان باشند؛
- 15 - همه والدین دوست دارند فرزندانشان سالم و صالح و مهربان باشند؛
- 16 - همه از رفتار مغرضانه و متکبرانه ناخرسندند.

## شناخت ویژگی های مفادب:

- ❖ ویژگی های سنی
- ❖ ویژگی های جنسیتی
- ❖ ویژگی های علمی
- ❖ ویژگی های فرهنگی
- ❖ ویژگی های زبانی
- ❖ ویژگی های فکری
- ❖ ویژگی های ایمانی (جایگاه برون دینی یا درون دینی؟)

## سن مخاطب و نیازهای وی:

کودک: بازی، قصه، فیلم، تئاتر، داستان و الگودهی و استفاده از مکانیزم یادگیری مشاهده‌ای.  
نوجوان: علم، تخیل، هیجان، تکریم و احترام، انرژی، انجام خواسته‌ها (ارضای نیازها) توجه به مسائل بلوغ، بحران هویت، استقلال طلبی و مخالفت و تعارض با والدین ...  
جوان: منطق، استدلال، احترام، عاطفه، آراستگی، استفاده از توان و انرژی وی.  
بزرگسال: پختگی، جا افتادگی، منطق، استدلال، احترام ...  
پیر: احترام، مدارا، استفاده از تجارب وی، نرنجاندن، برطرف کردن نیازها (پیران از نظر جسمانی و روانی رو به ضعف می‌روند و از نظر عاطفی حالت کودکانه پیدا می‌کنند لجوج، بهانه‌گیر، سوء ظن، ناشکری و نارضایتی نسبت به خدمات اطرافیان ...)

## ویژگی های دوران کودکی:

1. دوران کودکی و شکل گیری شخصیت و خمیرمایه های روانی - اجتماعی فرد.  
(بازی و نقش آن در شکل گیری شخصیت کودک)
2. دوران کودکی و حافظه.
3. دوران کودکی و توجه به ظرفیت های اخلاقی و اجتماعی.

## نکات ویژگی های دوران کودکی:

1. فرصت ابراز واکنش های هیجانی و عاطفی به کودک داده شود.
2. باید کودکان را به شادی و سرور تشویق کنیم تا به زندگی به چشم خندان نگاه کنند.
3. باید همواره فعالیت هایی را از کودک خواست که از عهده اش برآید و تجربه مثبتی داشته باشد.
4. نباید عجز و حقارت کودک را به رخ او کشید.
5. اگرچه کودکان به تکالیف دین مکلف نیستند لیکن باید عواطف وی را به گونه ای شکل داد که نسبت به دین، مراسم دینی، افراد متدین، اهداف دینی و ... عاطفه ای مثبت پیدا کنند.

## دوران نوجوانی و جوانی (دوران طلایی) (بمیان هویت):

1. انقلاب هورمونی و تحول زیست شناختی  
(بحران بلوغ و ضرورت شناخت صحیح)
2. انقلاب عقلانی (پرسش ها و تردیدها/اهداف)
3. انقلاب عاطفی (دوست مناسب/رفتار و تمایل جنسی)
4. انقلاب ارزشی اخلاقی (تشخیص مذهبی)

## تغییر همگانی دوران بلوغ:

1. انزوا طلبی: نزاع و ادعای عدم درک
2. خستگی و ملالت، خصوصاً ذهنی (ذهنم نمی کشد درس بخوانم)
3. تعارض و ستیزه جویی اجتماعی (با پیشرفت بلوغ، کمتر می شود)
4. احساسات تند و بدخلقی (قهر و خشم و میل به فریاد)
5. فقدان اعتماد به نفس (ترس از شکست)
6. حجب و حیای افراطی (ترس از مواجه شدن دیگران با تغییرات بدنی و نظر نامساعد آنان)

## روش شناسی (تکنیک ها و روش های روانشناختی تبلیغ)

### برخی از روش های تبلیغی:

- ✓ روش تدریج
- ✓ روش تکرار و تمرین
- ✓ روش غرقه سازی
- ✓ روش حساسیت زدایی منظم
- ✓ روش انعکاس محتوا
- ✓ روش انعکاس هیجانات و احساسات
- ✓ روش قاب گیری مجدد

### روش تدریج:

- ❖ یکی از مهمترین اصول در تربیت دینی اصل تدریج است.
- ❖ تحول و شکل گیری توانایی های ذهنی و روانی و ... تدریجی است.
- ❖ (رشد بدنی، ذهنی و عقلی بر اساس یک سیر منظم صورت می گیرد)
- ❖ عادات، نگرش ها و رفتارها، به صورت تدریجی شکل می گیرند (اصل قورباغه ای)
- ❖ آموزش تدریجی مسائل دینی (نماز و ...)؛ (مطالب و مفاهیم آموزشی و دینی باید متناسب با سطح درک و قوای ذهنی و روانی مخاطبین باشد) (داستان تازه مسلمان)
- ❖ توجه به پذیرش مخاطب: (اقبال و ادبار قلوب)

### روش تکرار و تمرین:

در تمام ابعاد رفتاری و جسمانی، عاطفی و شناختی (نماز، روزه، دعا و ذکر، حجاب و ...)



## روش غرقه سازی:

- ❖ فرد یا جامعه، حضور محرک ترس آور یا نامطلوب را به مدت لازم تحمل می کند تا اثر ترس آوری آن از بین برود.
- ❖ غرقه سازی واقعی (ترس از ترکیدن بادکنک) و خیالی (ترس از هواپیما)

## روش مساسیت زدایی منظم:

- ❖ همراه کردن محرک اضطراب زا با محرک ضد اضطراب، حساسیت زدایی است و اگر در چند مرحله اجرا شود آن را حساسیت زدایی منظم می گویند. (مثال ترس از گربه)
- ❖ مثال:
  - بی حرمتی به مقدسات دینی، یک عامل اضطراب زا است.
  - علاقه مردم به یکپارچگی و متحد بودن یک عامل آرام ساز است.

## شیوه های تربیت الگویی:

1. الگودهی: (ارائه الگوی مثبت و حقیقی)  
الف: مبلغ الگو باشد: کونوا دعاه للناس بغير السنتکم...  
ب: فرد دیگری را که جنبه الگویی دارد معرفی کند: لقد کان لکم فی رسول الله اسوه حسنه. (احزاب/21)
2. الگوپردازی: از قوه خیال و الگوی فرضی بهره می گیرد. مؤمنان رستگارانند، آنان که در نمازشان خشوع دارند، از لغو و بیهوده روی گردانند، زکات می پردازند، دامن خود را از بی عفتی حفظ می کنند... (مؤمنون/1-5)
3. الگو زدایی: شخصیت های منفی را به گونه ای ترسیم کنیم که نوعی دل زدگی و نگرش منفی در مخاطب نسبت به آن شخصیت ایجاد شود. ظالم چهار نشانه دارد: ....

موفق باشید.