

## شاخصه های محتوای مطلوب در تبلیغ کودک و نوجوان با تاکید بر منابع دینی

مجتبی حیدری<sup>۱</sup>

سطح چهار حوزه علمیه قم، دکترای روانشناسی

ناصر عسکرپور

سطح چهار حوزه علمیه قم، کارشناسی ارشد روانشناسی بالینی

### چکیده

بهترین زمان برای تربیت و شکل‌گیری شخصیت و هویت انسان‌ها، سنین کودکی و نوجوانی است. آشنایی با معارف دینی بهترین راه برای رشد و تعالی آنهاست. پس اهمیت تبلیغ دین برای کودکان و نوجوانان به ویژه در محیط مدارس بر کسی پوشیده نیست. از طرفی به دلیل شرایط ادراکی و رشدی آن‌ها، رعایت بایسته های تبلیغی ضرورت ویژه ای دارد. شاخصه های محتوای مطلوب در تبلیغ کودک و نوجوان رکن تمام بایسته هاست. هدف از تقریر این پژوهش، آشنایی مبلغان، مربیان و معلمان با اهمیت و شاخصه های کلی و کلیدی محتوای مطلوب تبلیغی کودک و نوجوان است. روش تحقیق به لحاظ منبع نقلی و حیانی است و به لحاظ جمع آوری مطالب اسنادی و... و به لحاظ پردازش، وصفی تحلیلی است. در مجموع به بیان اهمیت معارف مناسب کودک و نوجوان، اصول آموزش، از جمله: اصل تسهیل، تدریج تداوم و تکرار، تناسب و جامعیت محتوای تبلیغی از قبیل: بعد اعتقادی، بعد سیره ای و تاریخی، بعد مناسکی و احکام عملی، بعد اخلاقی و اجتماعی، سپس به ویژگی های محتوای مطلوب تبلیغ کودک و نوجوان، همچون: روشن و گویا بودن، حق بودن، عقلانی بودن، هماهنگی با فطرت و... از منظر آیات و روایات پرداختیم. واژگان کلیدی: تبلیغ، محتوا، کودک، نوجوان، دانش آموز

<sup>۱</sup> نویسنده مسئول: askarpooornaser@gmail.com

#### مقدمه

مقصود حقیقی از این معارف و موضوعات دینی و درعین حال مناسب متناسب با این سنین تامین خواهد شد در مباحث مربوط به شیوه‌های آموزش دینی جزئیات روش‌ها در این زمینه طرح خواهند گردید. (باهر، ۱۳۹۳). مبلغان دینی در مدارس نیز باید با در نظر گرفتن میزان درک و آگاهی دانش آموزان، پیوسته از راه تشویق و تحریک، آن‌ها را به راه خیر و اطاعت از خدا دعوت نموده، و در مورد ارتکاب به جرائم و معاصی در آینده هشدار دهند.

ابتدا به بیان مفاهیمی لغوی و اصطلاحی کلمات مورد نیاز می پردازیم و سپس به اهمیت معارف مناسب کودک و نوجوان و پس از آن به اصول آموزش از قبیل: اصل تسهیل، اصل تدریج، اصل تداوم و تکرار، اصل تناسب می پردازیم. بعد از آن به جامعیت محتوای تبلیغی در ابعاد اعتقادی، تاریخی و سیره ای، اخلاقی، مناسکی و احکام عملی، اجتماعی می پردازیم و در نهایت به ویژگی های محتوای تبلیغی از قبیل: روشن و گویا بودن، حق و عقلانی بودن، هماهنگی با فطرت، هدایتگر و محرک عواطف بودن خواهیم پرداخت. روشن شدن مطالب مطرح شده برای مبلغان دین در مدارس، به اثرگذاری و تعمیق بخشی برنامه های تبلیغی آنان کمک وافری خواهد کرد.

#### تبیین و ضرورت تحقیق

به نظر شما محتوای دینی که در بین بزرگسالان بیان می شود، چقدر برای کودکان و نوجوان قابل ادراک است؟ آن مطالب چقدر مورد نیاز آنها بوده و از آن تاثیر می پذیرند؟ اینها از جمله پرسش هایی است که ما را به پژوهش درباره شاخصه های محتوا در تبلیغ کودک و نوجوان وا می دارد که چه معارفی مناسب کودکان و نوجوانان است، ویژگی ها، ابعاد و اصول آموزش دین به کودکان و نوجوانان چگونه می باشد.

#### تبیین واژگان

##### تبلیغ در لغت و اصطلاح

در لغت معانی متعددی برای تبلیغ ذکر شده است که به اهم آن اشاره می کنیم؛ و الإِبْلَغُ: الإِیْصَالُ، و کَذَلِکَ التَّبْلِیْغُ» (ابن منظور، ۱۴۱۴ق، ج ۸، ص ۴۱۹) ابلاغ و همچنین تبلیغ به معنای رساندن است. رسانیدن و واصل کردن، رسانیدن پیغام و جزء آن، رسانیدن عقاید دینی یا غیر آنها با وسایل ممکنه (دهخدا، ۱۳۷۳ش، ذیل واژه تبلیغ) آگاه کردن دیگران از فایده های چیزی، کسی یا عقیده ای. (عمید، ۱۳۷۵ش، ذیل واژه تبلیغ).

واژه تبلیغ گویای رساندن پیام به صورت صحیح می باشد و واژه های هم معنی آن نیز در قرآن استعمال گردیده است. به عنوان مثال:

\* «وَمَا عَلَى الرَّسُولِ إِلَّا الْبَلَاغُ الْمُبِينُ» (عنکبوت، ۱۸) «و بر عهده پیامبر جز رساندن آشکار [پیام وحی] نیست»

مراد از تبلیغ در اصطلاح دینی، رسانیدن شرع و دین خدا به مردم است، که در آیات متعدد از وظایف اصلی پیامبران شمرده شده است. (مانده، ۹۲)

امام خمینی (ره) در خصوص تبلیغات می فرماید: تبلیغات که همان شناساندن خوبی ها و تشویق به انجام آن و ترسیم بدی ها و نشان دادن راه گریز از آن است از اصول بسیار مهم اسلام عزیز است. (خمینی، ج ۲۱، ص ۸۰)

##### کودک در لغت و اصطلاح

طفل و بچه خواه پسر باشد و یا دختر، فرزندی که به حد بلوغ نرسیده (پسر یا دختر)، جمع آن می شود کودکان (دهخدا، ۱۳۷۳ش، ذیل واژه کودک)

کودک در اصطلاح نگارنده، در این مرقومه، بچه های ۷ تا ۱۲ سال مراد است.

### نوجوان در لغت و اصلاح

نوجوان در لغت یعنی؛ تازه جوان، کسی که تازه به سن جوانی رسیده (عمید، ۱۳۷۵ش، ذیل واژه نوجوان) در خصوص طول دوره نوجوانی اتفاق نظر کاملی بین روان شناسان وجود ندارد. در تعریفی دیگر نوجوانی، دوره بی‌سروسامانی روحی قلمداد شده است. زیرا در این دوره فرد دیگر نه جزء کودکان است و نه به درستی بالغ شده است.<sup>۲</sup> واقعیت این است که آغاز و پایان و طول این دوره در دختران و پسران، جوامع مختلف و طبقات گوناگون اجتماعی متفاوت است (لطف آبادی، ۱۳۹۸) اما مقصود ما از نوجوانی در این مقاله، پایان دوران ابتدایی تا پایان دوران دبیرستان و مدرسه است که حدوداً سنین ۱۲ تا ۱۸ سال را شامل می‌شود.<sup>۳</sup>

### محتوا در اصطلاح

محتوا روح تبلیغ است و اگر این روح نباشد تبلیغ مفهوم ندارد و بار تبلیغ است که هر جا به گونه‌ای به نمایش گذاشته می‌شود. برخی دیگر در تعریف آن، چنین گفته‌اند که:

«محتوا عبارت است از مجموع الفاظ و لغات، کلمات، حرکات، اصوات و اشکال که مبلغ قصد دارد ضمن ارائه آن، آنچه را که در نظر دارد بیان نماید، و هر کدام از افراد مبلغ پیامی دارند و برآند که پیامشان، آن‌چنان که هست به وسیله مخاطب یا مخاطبان اخذ گردد.» (زورق، ۱۳۹۷).

بنابراین بهتر است از ابزار فراتر رفته و به آنچه به وسیله این‌ها منتقل می‌گردد و منظور مبلغ است به عنوان محتوا عنایت شود. حاصل آن که: «محتوا چیزی است که به وسیله مبلغ یا نهاد تبلیغی القا می‌شود» و این ممکن است بار سیاسی، اعتقادی، اخلاقی و قضائی، اقتصادی، علمی، مکتبی و غیر این‌ها را داشته باشد ارزش و تفاوت مطالب در همین عناوین و اهداف، انگیزه و آثار نهفته است. (رهبر، ۱۳۹۳).

### اصول آموزش کودک و نوجوان

در تهیه و آماده سازی محتوای تبلیغ دین، باید شاخصه های ضروری محتوای مطلوب نیز رعایت شود، که یکی از مهم ترین شاخصه های محتوای مطلوب، شناخت و رعایت اصول آموزش به کودکان و نوجوانان است. اصول آموزش خود نیز اقسامی دارد که به اختصار به هر یک از آنها می‌پردازیم:

#### ۱) اصل تسهیل

در محتوای آموزش مفاهیم دینی به کودکان و نوجوانان باید توان شناختی عاطفی و انگیزشی آن‌ها را در نظر گرفت و از زیاده‌روی خشونت و سخت‌گیری در روند آموزش پرهیز نمود. از این‌رو پیامبر اکرم (ص) همواره این سخن را تکرار نمودند که:

«يَسِّرُوا وَلَا تُعَسِّرُوا وَخَفُّوا وَلَا تَثْقُلُوا» (آمدی، ۱۴۱۰ق، ج ۱، ص ۸۱۰) «آسان بگیرید و سخت گیر نباشید، کوتاه بیاوید و سنگین حساب نکنید.»

مفاهیم دینی اموری هستند که با فطرت کودک و نوجوان سازگار و نیازی به تحمیل و سخت‌گیری ندارد خشونت و سخت‌گیری در امر آموزش مفاهیم دینی دانش آموز را نسبت به اصل دین و تعالیم حیات‌بخش آن به دین بدبین نموده و آثار و پیامدهای ناگواری در روحیه لطیف او باقی خواهد گذاشت. برای ارائه مفاهیم دینی به زبان ساده و آسان و جلوگیری از پیامدهای ناگواری آن بهتر است از مطالب و محتویات ساده استفاده شود. (خسروی، ۱۳۹۸).

۲. بلر و جونز، روان‌شناسی نوجوانی، مترجم: رضا شاپوریان، نشر تهران، ۱۳۷۵ ه ش - ص ۱۴.

۳. عسکری، ناصر، تبلیغ و تربیت تخصص کودک و نوجوان، ص ۵۱ - قم، انتشارات بهاردها، سال ۱۴۰۱.

از دیگر شیوه‌های تبلیغ در اسلام آسان جلوه دادن احکام دین و پیام‌های آن می باشد. و از آنجایی که مبلغان دینی با روح دانش آموزان سروکار دارند و چون روح آن‌ها بسیار لطیف است و زود عکس‌العمل نشان می‌دهد، اگر انسان به محتوای سنگین بر روح خودش و یا دیگران فشار بیاورد عکس‌العملی که روح ایجاد می‌کند گریز و فرار است. از این‌رو نباید در تبلیغ دین کاری کنید که افراد از دین فراری شوند. باید از مطالب سنگین، سخت‌گیری، خشونت، سرزنش، زیاد طولانی کردن برنامه‌های فرهنگی و خسته کردن دانش آموزان دوری جوید.

دین اسلام دین آسانی است پس سعی کنید که احکام اسلام را برای مخاطب ساده و آسان جلوه دهید و از طرح مسائل پیچیده برای عموم آن‌ها خودداری کنید و حکمت دستوراتی مثل روزه که بر حسب ظاهر از وظایف دیگر سخت‌تر است را بیان کنید تا دین را برای آن‌ها شیرین و آسان جلوه کند. به آن‌ها بگویید که خداوند می‌فرماید:

«يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ» (بقره، ۱۸۵) «خدا آسانی و راحت شما را می‌خواهد نه دشواری و مشقت شما را»

زیرا آن‌ها از همان کودکی و نوجوانی باید بدانند که اگر خدا برای آن‌ها تکلیف‌های معین کرده، هدف قرار دادن آن‌ها در سختی نیست بلکه برای رساندن آن‌ها به کمال است و می‌خواهد جامعه‌شان را از آلودگی‌ها پاک کند. به دانش آموزان باید یاد داد که خداوند متعال نسبت به بندگان که قدم در راه او نهاده‌اند، عذرپذیر و آسان‌گیر است و دستورات او مطابق با طاقت و توان آن‌ها است.

پس هرگز نسبت به دانش آموزان خود بویژه کودکان که تازه به در حال آموزش معرف دینی هستند، سخت‌گیری نکنید بلکه آنان را با آغوش گرم بپذیرید. (نگارش و همکاران، ۱۳۸۳).

## ۲) اصل تدریج

یکی دیگر از اصول اساسی محتوای آموزش مفاهیم دینی اصل تدریج است که به معنای رعایت توان استعداد و ظرفیت فرد در امر تعلیم و تربیت می باشد. علمای تعلیم و تربیت گفته‌اند اگر محتوای تربیتی با سرعت و تعجیل و بدون در نظر گرفتن فرصت درون‌سازی به دانش آموزان ارائه گردد، اثرش پایدار و ماندگار نخواهد بود. بلکه بهتر است کودک و نوجوان هر چیزی را هرچند اندک خوب یاد بگیرد، هضم و جذب نماید، وگرنه خود و دیگران را با دانش سطحی و قشری خویش گول خواهد زد.

قرآن کریم در طول ۲۳ سال به تدریج و با در نظر گرفتن سطوح درک و فهم مردم بر پیامبر نازل گردید. خداوند در آیه ۱۰۶

سوره اسرا به این نکته اشاره می‌فرماید:

«وَقُرْآنًا فَرَقْنَاهُ لِتَقْرَأَهُ عَلَى النَّاسِ عَلَى مُكْثٍ وَنَزَلْنَاهُ تَنْزِيلًا» (اسرا، ۱۰۶) «و قرآنی که آیاتش را از هم جدا کردیم، تا آن را با درنگ بر مردم بخوانی؛ و آن را بتدریج نازل کردیم»

پس تربیت امری تدریجی است و نمی‌توان انتظار داشت که همه دانش آموزان به یک باره به انجام نیکی‌ها و ترک بدیها مبادرت ورزند. از این رو تبلیغ دین که در راستای تربیت دینی است، باید تدریجی باشد، تا همه کودکان و نوجوانان تاب تحمل آن را داشته باشند و هم مسائل در دلها، ریشه دار و عمیق شود.

مبلغان دینی همچون طبیب‌هایی هستید که می‌خواهند بیماری‌های اخلاقی و فکری جامعه را مداوا کنند؛ پس باید با حوصله، دقت و تانی، کار خود را انجام دهند و هرگز در صدد این نباشند که یک شبه، راه صد ساله را طی کنند.

مبلغ با تدبیر و تدریج می‌تواند بسیاری از مشکلات را حل کند. نباید انتظار نداشته‌باشد که آحاد مردم با شنیدن سخنان آن‌ها، دفعتاً به صلاح و رستگاری روی آورند. پس نباید دلسرد باشند زیرا که موفقیت پیامبر اکرم (ص) در سایه تبلیغ تدریجی اش به دست آمده است.

در راه رساندن پیام دین، از عجله بپرهیزید و بی درنگ کسی را به بی دینی و عدم شایستگی برای هدایت، متهم نکنید و بدانید رعایت نکردن تدریج، ضررهای در پی دارد و ممکن است رفته رفته کودکان و نوجوانانی که استعداد تربیتی کمتری دارند، از دین بیزار شوند. (نگارش و همکاران، ۱۳۸۳).

۳) اصل تداوم و تکرار

در دین اسلام آموزش امری مستمر و مداوم است و مسلمانان همیشه باید در وادی آموزش و فراگیر فراگیری باشند همانگونه که در حدیثی از نبی مکرم آمده است کسب علم و فراگیری آن امری دائمی تلقی شده است و آموزش مفاهیم و حقایق دینی باید تا پایان عمر استمرار یابد تا انسان تحت تأثیر آن باشد.

لکن دوران کودکی و نوجوانی را می توان دوران ملازمت و مداومت آموزه‌های دینی دانست که باید والدین و مربیان بر این امر نظارت داشته و آن را هدایت کنند صاحب‌نظران تعلیم و تربیت می گویند برای تقویت و ایجاد رفتار ساده ثابت و عادت‌ی استوار در کودک و نوجوان باید از مجرای تکرار وارد شد. (خسروی، ۱۳۹۸).

«كَانَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَ آلِهِ إِذَا حَدَّثَ الْحَدِيثَ أَوْ سَأَلَ عَنِ الْأَمْرِ كَرَّرَهُ ثَلَاثًا لِيَفْهَمَ عَنْهُ» (مجلسی، بی تا، ج ۱۶، ص ۲۴۳) «سیره پیامبر(ص) بر این بود که هرگاه حدیث می فرمود یا سوالی می کرد، سه مرتبه آن را تکرار می نمود تا مقصودش را بفهماند و دیگران هم سخن او را بفهمند»

یکی دیگر از شیوه‌های تبلیغ، شیوه تکرار منطقی است که در آن، پیام‌گذار محتوای تبلیغ را تکرار می کند تا در ذهن مخاطب تثبیت شود. ضرورت این شیوه از آن جهت است که استعداد مخاطبان، در دریافت پیام متفاوت است، از این رو بر مبلغان لازم است با تکرار پیام آن را به همه ذهن‌ها تفهیم کنند.

نکته دیگر اینکه پیام‌گذار از این راه، اهمیت پیام را می رساند و به کسانی که فراموش کرده اند، یادآوری می کند و به آنان که تا کنون نشنیده اند، می آموزد. علاوه بر آنکه زمینه را برای آموزش‌های بعدی فراهم می سازد.

شیوه تکرار در قرآن و سیره: خداوند متعال در قرآن کریم برخی از مطالب را چند بار تکرار کرده است، برای مثال در سوره مبارکه «الرحمن» آیه شریفه «فَبِأَيِّ آلَاءِ رَبِّكُمَا تُكَذِّبَانِ» (سوره مبارکه الرحمن) سی و یک بار تکرار شده است.

استفاده از این شیوه در قرآن کریم به منظور تأکید بر محورهای مهم ایمان و عقیده، مورد استفاده قرار گرفته است و مسائل اصولی همچون توحید، نبوت، امامت و معاد، بارها تکرار شده است.

همچنین به طور مکرر نسبت به امور عبادی همچون نماز، روزه، قرائت قرآن، حج و ... فرمان داده شده تا ضمن القاء و تفهیم اهمیت این امور، از فراموش شدن خداوند متعال و ارزش‌های الهی جلوگیری کند. رسول خدا(ص) و معصومان پس از آن حضرت نیز گاهی برخی مطالب مهم را در اشکال گوناگون تکرار می کردند. به عنوان مثال در تاریخ می خوانیم که رسول گرامی اسلام(ص) مسئله امامت علی(ع) را به شکل‌های مختلف برای تکرار کرد که حدیث «یوم النذار»، حدیث «منزلت» و حدیث «غدیر» نمونه‌ای از آن می باشد.

چند توصیه مهم:

۱- برخی مطالب مهم و اساسی را آنقدر تکرار کنید تا در دل‌ها تثبیت شود.

۲- از بیان جملات کلیشه‌ای دوری کنید و سعی نمایید محتوای پیام را در قالب‌های نو، زیبا و جذاب تکرار کنید.

۳- شما می توانید علاوه بر تکرار گفتاری، از تکرارهای غیرمستقیم و دیداری نیز استفاده کنید، مثلاً از راه معرفی فیلم، داستان، تابلو و کاردستی و... مقصود خود را بیان نمایید.

۴- توجه داشته باشید که زیاده روی در تکرار و تکرارهای بیجا و غیرعقلانه موجب خستگی و تنفر مخاطب می گردد، از آن دوری کنید. (نگارش و همکاران، ۱۳۸۳).

۴) اصل تناسب

محتوا باید متناسب با قدرت فراگیری، طرز تفکر، شایستگی، فرهنگ و درک کودک و نوجوان باشد. توجه به این شرایط است که زمینه‌ی تناسب پیام با نیاز دانش‌آموزان را فراهم می‌کند. سنجیدن فهم پیام‌گیرندگان، به قدری مهم است که تمام پیامبران الهی (ع) در راه تبلیغ خدا ماموریت یافته‌اند که به این مهم توجه نشان دهند. پیامبر اکرم (ص) می‌فرماید:

«إِنَّا مَعَاشِرَ الْأَنْبِيَاءِ أُمِرْنَا أَنْ نُكَلِّمَ النَّاسَ عَلَى قَدْرِ عُقُولِهِمْ» (مجلسی، بی تا، ج ۱، ص ۸۵) «ما پیامبران ماموریم که در سطح درک مردم سخن بگوییم.»

اگر پیام الهی در دلها نفوذ می‌کند و همگان را تحت تاثیر قرار می‌دهد به جهت انطباق با نیازهای بشری است. شهید مرتضی مطهری می‌فرماید:

«برای اینکه محتوای یک پیام غنی باشد باید با احساسات بشر انطباق داشته باشد. توافق با احساسات و تا حدی اشباع احساسات عالی بشر و هماهنگی با نیازهای زندگی و نیازهای عملی و

عینی بشر از دیگر شرایط غنی بودن محتوای یک پیام است. اگر پیام با نیازهای طبیعی بشر ضدیت داشته باشد نمی‌تواند موفق باشد.» (مطهری، بی تا، ج ۱، ص ۲۶۷)

حضرت علی (ع) می‌فرماید:

«لَا تَقُلْ مَا لَا تَعْلَمُ بَلْ لَا تَقُلْ كُلَّ مَا تَعْلَمُ» (مجلسی، بی تا، ج ۶۶، ص ۵۰) «در مقام سخن نه فقط آن را که نمی‌دانی مگویی بلکه همه دانسته‌های خود را به زبان نیاور.»

به راستی اگر این نیاز سنجی‌ها صورت می‌گرفت آیا در جذب شنوندگان موفق‌تر نبودیم؟ بیایم همانند معصومین (ع) پیام را متناسب با نیاز، علم و درک پیام‌گیرندگان ارائه دهیم تا پیام ما نیز همانند داروی پزشک معالج اثر بخش باشد.

چند نکته برای شناخت نیاز کودکان و نوجوانان:

۱- توجه به سن کودکان و نوجوانان (مثلاً دانش‌آموز اول ابتدایی با ششم ابتدایی و ششمی با دهمی تفاوت‌های فردی زیادی دارند)

۲- توجه به جنس و نوع (مثلاً دانش‌آموزان دخترند یا پسر؟ شهرنشین‌اند یا روستایی؟ و...)

۳- دقت در سطح تحصیلات (مثلاً دانش‌آموز مدارس تیزهوشان‌اند یا مدارس عادی؟ و...)

۴- در نظر گرفتن شرایط و ویژگی‌های روحی و روانی.

۵- توجه به زمان و مکان ارائه مفاهیم دینی (مثلاً محیط کلاسی است یا اردویی؟ جشن است یا عزاداری؟ و...) (نگارش و همکاران، ۱۳۸۳).

#### ابعاد محتوای تبلیغی کودک و نوجوان

از جمله وظایف مبلغان، ابلاغ احکام و ارزش‌های الهی است و آن اساس برنامه‌های انبیاء الهی و سفیران آسمانی را تشکیل می‌دهد است چنانچه قرآن کریم نیز علت ارسال انبیاء (ع) را بیان احکام و معارف الهی می‌داند و می‌فرماید: «أُرْسِلْنَا مِنْ رَسُولٍ إِلَّا بِلِسَانِ قَوْمِهِ لِيُبَيِّنَ لَهُمْ» (ابراهیم، ۴) «و ما هیچ رسولی در میان قومی نفرستادیم مگر به زبان آن قوم تا بر آنها معارف و احکام الهی را بیان کند.»

بررسی آیات قرآن و سیره‌ی اهل بیت (ع) نشان می‌دهد که همواره پیامبران خدا و ائمه اطهار (ع)، در تبلیغات خود با دو رکن اساسی «تبشیر و انذار» حرکت کرده‌اند، و خداوند متعال نیز در آیاتی خطاب به بندگانش همین شیوه را اجرا ساخته و در برابر اعمال نیک وعده‌ی بهشت و نعمت‌های جاویدان می‌دهد، و در مقابل تخلف و گناه، سخن از آتش و دوزخ و «غلاظ و شداد» به میان آورده است. (بابازاده، ۱۳۸۲).

مبلغان مدارس باید به تقسیمات معارف دینی و آن دسته از معارفی که می‌توانند برای کودکان و نوجوانان ابلاغ کنند آگاه باشند.

با توجه به شرایط سنی و روحی و فکری و نیاز کودکان و نوجوانان، دین را می توان شامل پنج بُعد دانست (باهنر، ۱۳۹۳).  
(۱) بعد اعتقادی

یکی از ابعاد دین، بعد اعتقادی آن است یعنی تفسیری که از هستی و مبدأ و غایت آن ارائه می دهد، زیرا دین درحقیقت راهنمای انسان در زندگی است و یکی از ابعاد وجودی انسان بعد اندیشه و عقیده اوست. (هیئت تحریریه فصلنامه کلام اسلامی، بهار ۱۳۷۷، شماره ۲۵، از ص ۹۴ تا ۹۷) هر دینی دارای یک رشته آراء و عقاید است که حکم پایه و اساس و ریشه آن را دارد که در اسلام دانشمندان اسلامی اصطلاح اصول دین را برای آن به کار برده‌اند این اصول عبارت اند از: توحید، معاد و نبوت که در اعتقاد مذهب تشیع، دو اصل دیگر نیز به این سه ضمیمه می شود که عدل به عنوان یکی از صفات خداوند و امامت می باشد. این اعتقادات که درباره یک بینش مذهبی نسبت به حقیقت کلی عالم است، اغلب در قالب واژه‌های فلسفی و انتزاعی و نیز استدلال‌های گوناگون که گاه پیچیده و مشکل هم هستند مطرح می شوند، به عنوان نمونه در بحث توحید و خداشناسی اصطلاحاتی چون کمال مطلق، تجرد و حدانیت و براهینی چون برهان نظم، علیت، حرکت و... مطرح می‌شوند. بحث از نبوت شامل براهینی مانند هدایت عام و اتمام حجت و بعث و معاد مسئله عدل و حکمت های الهی را که همه انتزاعی می باشند شامل است (عسکرپور، ۱۳۹۹).

(۲) بعد تاریخی و سیره ای

این بعد شامل داستان‌ها و وقایع تاریخی دین است که در خلال آن‌ها سیره و سرگذشت پیامبر اسلام (ص)، ائمه اطهار (ع)، اصحاب آن‌ها و شخصیت‌های بزرگ دینی در طول تاریخ اسلام و نیز پیامبران پیشین مطرح می شود. اهمیت این بعد در این است که داستان وسیله دیگری برای بیان و آموزش معارف دینی شمرده می‌شود و می‌توان بسیاری از ارزش‌های دینی را در قالب آن برای دانش‌آموزان مطرح کرد که خود درسی عملی در جهت بیان اعتقادات و ارزش‌های اخلاقی خواهد بود. مسلمانان در ذهن خود از خلال فرازهایی چون تولد حضرت محمد (ص)، دوران طفولیت او، بعثت، هجرت، غزوات و حجة‌الوداع مجموعه‌ای از این معارف دینی را مرور می‌کنند. (باهنر، ۱۳۹۳).

(۳) بعد اخلاقی

اخلاق که ریشه در خرد و فطرت آدمی دارد، از مسائل لاینفک زندگی اوست و دین که آیین‌نامه و راهنمای زندگی انسان است نمی‌تواند نسبت به مسائل اخلاقی بی‌تفاوت باشد بنابراین هر دین متناسب با جهان‌بینی خود دستورات اخلاقی ویژه‌ای دارد. مقصود از اخلاق اعم از فردی و اجتماعی است.

در این بخش ارزش‌های اخلاقی در مورد ادعای دین و مصادیق آن‌ها بیان می شود. این بعد طیف گسترده‌ای از مسایل مورد نیاز در زندگی یک دین‌دار را مطرح می‌سازد که حقوق متقابل اخلاقی و اجتماعی افراد و اقشار مختلف جامعه نسبت به یکدیگر از آن جمله می باشد. یکی از مهم‌ترین وظایف چنین مباحثی این است که با تغییر شرایط اجتماعی و پدیدار شدن مسایل نوین در جامعه، ارزش‌ها و وظایف اخلاقی دینی را در قبال آن‌ها روشن می‌سازد (عسکرپور، ۱۳۹۹).

(۴) بعد مناسکی و احکام عملی

این بعد شامل کارها و فعالیت‌هایی است که دین‌داران برای دین خود انجام می‌دهند که شامل احکام عملی و عبادات، اعیاد دینی و مراسم مربوط به آن‌ها آداب و رسوم دینی، زیارات و از این قبیل و حتی جزئی‌ترین مسایل مانند آداب لباس پوشیدن، غذا خوردن، ورود به مکان‌های مقدس و... را دربر می‌گیرد. این بعد را به تعبیری می‌توان ویتترین یک دین دانست. این بخش از معارف دینی به‌صورت تنگاتنگ با داستان‌ها و تاریخ دین مرتبط است. به‌عنوان مثال عید غدیر و عید قربان و نیز مراسم حج هر کدام ریشه در وقایع تاریخی دارد که یک مسلمان باید از آن‌ها اطلاع داشته باشد.

این مراسم در عین حال که منعکس کننده عقاید دینی است بازتابی عمیق از احساس‌ها و هیجان‌های دین‌داران نیز می‌باشد بدون توجه به این ویژگی و نیز ریشه‌های تاریخی آن‌ها خطر عدم شناخت جدی از مراسم به عنوان ظاهری بی‌محتوا و عاری از هرگونه معنای حقیقی وجود دارد (عسکری‌پور، ۱۳۹۹).

(۵) بعد اجتماعی

مقصود از این بعد تبیین دین در اجتماع می‌باشد این دسته از معارف ارتباط نزدیکی با بعد اخلاقی دارد که به چگونگی زندگی و وظایف اجتماعی یک دین‌دار در جامعه می‌پردازد در این بعد بیشتر مطالبی مربوط به تشکیلات و مؤسسات مذهبی در جامعه و وظایف و فعالیت‌های آن‌ها مطرح می‌شود از آن جمله می‌توان به مساجد حسینی‌ها روحانیون و وظایف و نقش آن‌ها اشاره کرد مظاهر سیاسی دین در جامعه و وظایفی که در این ارتباط برعهده یک مسلمان است نیز یکی دیگر از این دست مسایل است (باهنر، ۱۳۹۳).

### ویژگی‌های محتوای مطلوب برای کودکان و نوجوانان

پیام الهی به دلیل آنکه حاوی برترین محتوا بوده و از مهم‌ترین مبدا سرچشمه گرفته است، دارای ویژگی‌های بسیاری است که به برخی از آنها اشاره می‌گردد:

(۱) روشن و گویا بودن

از ویژگی‌های محتوای روشن و گویا بودن می‌باشد. پیام اگر صریح، روان و عاری از الفاظ و واژه‌های پیچیده ارائه شود روشن و گویا خواهد بود.

قرآن این برترین کتاب الهی، در ارائه پیام آسمانی، در اوج بلاغت، روشنی و گویایی است و ویژگی خود را اینگونه بیان می‌کند؛

تِلْكَ آيَاتُ الْكِتَابِ وَقُرْآنٍ مُّبِينٍ (حجر، ۱) این است آیات کتاب خدا و قرآنی که راه حق و باطل را روشن و آشکار می‌گرداند.

قَدْ جَاءَكُمْ مِنَ اللَّهِ نُورٌ وَكِتَابٌ مُبِينٌ (مائده، ۱۵) قطعاً برای شما از جانب خدا روشنائی و کتابی روشنگر آمده است.

اگر در اولین روزهای نزول قرآن، مردم مجذوب قرآن شدند، و حتی سران مشرکان، در دل شب، به نغمه‌های قرآن گوش فرا می‌دادند، بدان سبب بود که مفاهیم بلند قرآن را به سادگی و روشنی می‌فهمیدند. از طرفی دیگر پیامبران الهی هم مامور بودن که پیام خدا را صریح و روشن به گوش مردم برسانند.

وَمَا عَلَى الرَّسُولِ إِلَّا الْبَلَاغُ الْمُبِينُ (عنکبوت، ۱۸) و بر عهده پیامبر جز تبلیغی روشنگر هیچ نیست.

موسی(ع) این پیامبر آسمانی در جهت تبلیغ الهی تقاضای گویایی بیان می‌کند:

وَأَحْلَلْ عَقْدَةً مِنْ لِسَانِي يَفْقَهُوا قَوْلِي (طه، ۲۷-۲۸) و گویی را که مانع روان سخن گفتن من است از زبانم بگشای تا سختم را بفهمند.

از امیر مومنان علی(ع) نقل شده که اگر پیامی مزین به اسلوب و بینش خاصی شود به گونه‌ای که همگان آن را بفهمند جزء برترین پیام‌ها و گفتارها خواهد بود ایشان می‌فرماید:

أَحْسَنُ الْكَلَامِ مَا زَانَهُ حُسْنُ النَّظَامِ وَفَهْمُهُ الْخَاصُّ وَالْعَامُّ (آمدی، ۱۴۱۰ق، ج ۱، ص ۲۱۰) بهترین گفتار آن است که ترتیب نیک، بدان آراستگی ببخشد و خاص و عام آن را بفهمند. (نگارش و همکاران، ۱۳۸۳).

حال که وقتی مخاطب ما از قشر کودک یا نوجوان باشد اهمیت روشنی و گویای کلام صدچندان می‌شود، پس مبلغان می‌بایست در استفاده از لغات سنگین و استفاده بدون ترجمه از جملات عربی خودداری کنند.



(۲) حق بودن

حق در لغت به معنای ثابت، ثابت شدن، و ثابتی که انکار آن روا نباشد و می باشد. (دهخدا، ۱۳۷۳ش، ذیل واژه حق) بر این اساس مقصود از حق بودن پیام در عرصه ی تبلیغ دین، ارائه درست باورها و شعائر دینی است. (مصباح یزدی، ۱۳۹۱) از آنجا که در پیام های الهی مبدا کلام، خود حق مطلق است، پیام او نیز حق می باشد.

تِلْكَ آيَاتُ الْكِتَابِ وَالَّذِي أُنزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ الْحَقُّ (رعد، ۱) این آیات با عظمت کتاب الهی است، و آنچه از سوی پروردگارت بر تو نازل شده، سراسر حق و راستی است.

آیت الله جوادی عاملی در این باره می فرماید:

در اصل دین و کتاب هیچ تردیدی نمی باشد، زیرا حق است. سخن وقتی به خدا استناد داشته باشد هیچ گونه تردیدی در محتوا و مدلول آن راه پیدا نمی کند یعنی کلام خدا آنقدر محکم است که شک بر نمی دارد. هم سند هم متن، هم استناد این کلام به خدا و هم محتوای این کلام و هم داعیه اش و هم دعوتش همه مصون از شک اند.

(۳) عقلانی بودن

ویژگی دیگر محتوای تبلیغی عقلانی بودن آن است. عقلانی در لغت یعنی عقلی و منسوب به عقل (دهخدا، ۱۳۷۳ش، ذیل واژه عقلانی) و اگر پیامی با عقل و منطق سازگاری داشته باشد یعنی به گونه ای باشد که عقلانسان، بسان یک مغناطیس آن را به سوی خودش جذب کند، قطعاً این پیام، عقلانی بوده و از امتیاز بالایی برخوردار خواهد بود. استاد شهید مطهری می فرماید: اولین شرط موفقیت یک پیام، عقلی بودن، قدرت و نیرومندی محتوای آن است. یعنی این که خود پیام برای بشر چه آورده است و با نیاز های بشر چگونه انطباق دارد. مطالب دینی هم باید عقلانی باشد تا بتواند دوام بیاورد و بر دلها نفوذ کند. (موگهی، ۱۳۹۷).

امروزه دشمنان با تبلیغات گسترده و حاکم بر فضای مجازی، چنان موضوعات و مطالب را وارونه جلوه می دهند که در دل متدینین نیز شبهه می افتد چه رسد به نوجوانان. پس باید محتوای تبلیغی چنان متقن و عقلانی باشد که قابل ارائه و تفاخر برای معاندین و ادیان و مذاهب دیگر هم باشد.

(۴) هماهنگی با فطرت داشتن

واژه فطرت در لغت به معنی آفرینش، جبلت، سرشت و ابداع می باشد و منظور از آن، صفاتی است که انسان در آغاز خلقتش دارا می باشد. (دهخدا، ۱۳۷۳ش، ذیل واژه فطرت) این اثر می نویسد: فطرت نوعی خاص از سرشت است که برای پذیرش دین آمادگی دارد (شیخ طوسی، ۱۴۰۰).

از آنجا که کودکان و نوجوانان، دارای فطرت هستند، قطعاً محتواهای دینی را که در جهت رشد و هدایت آن ها هست، باید با فطرتشان هماهنگ باشد، چرا که از اهداف مهم یک پیام دینی، هدایت و رشد دادن استعداد ها و ویژگی های انسانی است و این در صورتی میسر است که با آن استعدادها همخوانی داشته باشد. (نگارش و همکاران، ۱۳۸۳).

بنابراین، مبلغان و مربیان باید ابتدا، آشنایی کامل با نحوه ی رشد و تعالی کودکان و نوجوانان داشته باشند تا بتوانند در جهت رشد و هدایت، مطابق فطرت آن ها، محتوای مناسبی تهیه و ارائه بدهند.

(۵) هدایتگر بودن

ویژگی دیگر برای محتوا، هدایت گری است. هدایت یعنی راهنمایی قافله بشری که در مسیر خاصی حرکت می کند. مانند یک خلبان هواپیمایی را هدایت می کند. جایی را که لازم باشد بر سرعت می افزاید، و جایی دیگر از سرعت می کاهد و مانند آن تا هواپیما سقوط نکند و به سلامت به مقصد برسد. در هدایت جامعه و کاروان بشری یا جامعه انسانی باشد که بداند جامعه چه مسیری دارد و به کجا می رود و بداند سعادت او در چه می باشد.

از آنجا که خداوند از سمت و سوی حرکت قافله بشری کاملاً آگاه است قانون و برنامه ی سعادت بخش او برترین مضامین را در جهت هدایتگری انسان در دنیا و آخرت دارد (نگارش و همکاران، ۱۳۸۳). پس مبلغان باید مطالب هدفمند و هدایتگر را

را برای دانش آموزان انتخاب کنند، نه آن که صرفاً آن مطلب، مسابقه، بازی، کاردستی و... جنبه سرگرمی داشته باشد (عسکرپور، ۱۴۰۱).

۶) محرک عواطف بودن

محتوا در عین عقلانی بودن باید محرک عواطف و احساسات باشد. کانون احساسات آدمی بخشی دیگر از ساختار کودکان و نوجوانان است که در آن‌ها به ودیعت نهاده شده است. عقل به منزله ی چراغی است که گذرگاه زندگی را روشن و انسان را از گمراهی مصون می‌دارد، ولی نیروی محرک در این گذرگاه، احساسات است و باید اذعان نمود که تاثیر احساسات و عواطف آدمی در گرداندن چرخ زندگی کمتر از عقل نیست و حتی در مواردی عواطف انسانی گوی سبقت را می‌رباید. پیامبران الهی برای اجرای برنامه‌های آسمانی از این احساسات بشری غافل نبوده‌اند و کوشش کرده‌اند که با جلب آنها پیام خود را بهتر منتقل کنند.

قرآن کریم می‌فرماید:

وَأَذْكُرُ فِي الْكِتَابِ إِبْرَاهِيمَ إِنَّهُ كَانَ صِدِّيقًا نَبِيًّا إِذْ قَالَ لِأَبِيهِ يَا أَبَتِ لِمَ تَعْبُدُ مَا لَا يَسْمَعُ وَلَا يُبْصِرُ وَلَا يُغْنِي عَنْكَ شَيْئًا يَا أَبَتِ إِنِّي قَدْ جَاءَنِي مِنَ الْعِلْمِ مَا لَمْ يَأْتِكَ فَاتَّبِعْنِي أَهْدِكَ صِرَاطًا سَوِيًّا (مریم، ۴۱-۴۲-۴۳) و در این کتاب، سرگذشت ابراهیم را یاد کن، یقیناً او بسیار راستگو و پیامبر بود. آن‌گاه که به پدر خوانده‌اش گفت: پدرم! چرا چیزی را که نمی‌شنود و نمی‌بیند و نمی‌تواند هیچ آسیب و گزند را از تو برطرف کند، می‌پرستی؟! پدرم! همانا برای من از طریق وحی دانشی آمده که تو را نیامده؛ بنابراین از من پیروی کن تا تو را به راهی راست راهنمایی کنم.

کیفیت گفتگوی ابراهیم با آزر که طبق روایات مردی بت پرست بوده. به ما نشان می‌دهد، که برای نفوذ در افراد، می‌باید از منطقی آمیخته با احترام، محبت و دلسوزی استفاده کرد، همچنان که ابراهیم (ع) چهار بار با لحنی عطوفانه و در نهایت ادب صدا می‌زند یا بت تا احساسات او را تحریک نماید و وقتی هم تهدید می‌شود باز با صفا و صمیمیت با او رو به رو می‌شود و به او وعده ی طلب مغفرت می‌دهد (عسکرپور، ۱۴۰۱).

### نتیجه‌گیری

در جامعه‌ی کنونی بشری، به علت گسترش ارتباطات و سهولت دست‌یابی به اندیشه‌های به ظاهر منطقی غرب و پیشرفت سریع تکنولوژی در جوامع گوناگون و در نتیجه مورد تهاجم فرهنگی قرار گرفتن کشورهای جهان سوم و در حال توسعه؛ تبلیغ‌های دینی بخصوص برای قشر امروزی نیز باید تحوّل ی‌زرف یافته و در شیوه‌ها و ابزارهای تبلیغی تجدید نظر گردد. تهاجم فرهنگی و جنگ نرم خطر بزرگی هستند که به عنوان نابود کننده، فرهنگ و مبانی دینی ما و کودکان و نوجوانان و نسل ما را مورد حمله قرار داده‌اند. وجود این خطرات، توجه ما را بیشتر به این قشر آسیب پذیر که آینده سازان جامعه هستند جلب می‌کند. به همین سبب مبلغان باید کودکان و نوجوانان را با بهترین محتوا تغذیه کنند. در مسائلی چون اصول آموزش باید به اصل تسهیل که در سیره رسول الله (ص) نیز به وفور مشهود است دقت کرده و اصولی چون تدریج، تداوم و تکرار و تناسب را سرلوحه قرار دهند تا بتواند محتوا به عمق جان مخاطبانشان بنشیند.

از طرفی مبلغان بایستی جامعیت محتوا را در تمام ابعاد مد نظر قرار داده و محتوا را با تمام زوایا بسنجند و سپس ارائه دهند. این مسئله مبلغ را فردی بروز، فهمیده و اثرگذار جلوه می‌دهد. ویژگی‌های محتوا نیز مهمی است که مبلغ نباید از آن غافل شود، اینکه محتوا باید حق باشد، عقلانی باشد، روشن و گویا باشد و... از جمله اموری است که مخاطب به آن توجه می‌کند و طبق آن اثر می‌پذیرد و در بین مخاطبان، کودکان و نوجوانان مستثنی نیستند!

منابع

قرآن کریم

- نهج البلاغه، گردآورنده؛ سید رضی، مترجم؛ محمد دشتی، چاپ هفتم، نشر علویون، سال ۱۳۸۹ ه. ش.
- صحیفه سجادیه، ترجمه الهی قمشه ای، چاپ اول، انتشارات حضرت عباس (ع)، قم، سال ۱۳۸۸ ه. ش.
- آمدی عبدالواحد بن محمد، غررالحکم و درالکلم، مصحح؛ مهدی رجایی، ناشر دارالکتب الاسلامی، قم، ۱۴۱۰ ه. ق.
- ابن منظور، محمد بن مکرّم، لسان العرب، نشر دارالفکر، چاپ سوم، بیروت، سال ۱۴۱۴ ه. ق.
- بابازاده، علی اکبر شیوه های تعلیم و تبلیغ، چاپ اول، انتشارات دانش و ادب، ۱۳۸۲ ه. ش.
- باهنر، ناصر، آموزش مفاهیم دینی همگام با روانشناسی رشد، چاپ هفدهم، نشر بین الملل، ۱۳۹۴ ه. ش.
- جمعی از نویسندگان، تفسیر موضوعی قرآن کریم، نشر معارف، سال ۱۳۹۹ ه. ش.
- خسروی، علی، جذاب سازی آموزه های قرآنی برای کودکان، چاپ اول، نشر جمال، سال ۱۳۹۸ ه. ش.
- شیخ طوسی، النهایه فی مجرد الفقه و الفتاوی، چاپ دوم، بیروت، ناشر دارالکتب العربی، سال ۱۴۰۰ ه. ق.
- فیروز آبادی، محمد بن یعقوب، قاموس المحيط، نشر دارالکتب العلمیه، بیروت، ۱۴۱۵ ه. ق.
- دهخدا، علی اکبر، لغت نامه دهخدا، چاپ اول، انتشارات دانشگاه تهران، تهران، ۱۳۷۳ ه. ش.
- رهبر، محمد تقی، پژوهشی درباره تبلیغ، چاپ سوم، ناشر موسسه بوستان کتاب، سال ۱۳۹۳ ه. ش.
- زرین پوش، فتانه، تربیت اخلاقی کودک در دوره دبستان، وزارت علوم تحقیقات و فناوری، دانشگاه تربیت مدرس، سال ۱۳۶۶ ه. ق.
- زورق، محمد حسن، مبانی تبلیغ، چاپ چهارم، انتشارات صدا و سیما، سال ۱۳۹۷ ه. ش.
- موسوی خمینی، سید روح الله، صحیفه نور، مرکز تنظیم و نشر آثار امام خمینی (ره)، سال ۱۳۷۸ ه. ش.
- مجلسی، محمد باقر بن محمد تقی، بحار الانوار، ناشر دار احیاء التراث العربی، بیروت، بی تا.
- مطهری، مرتضی، حماسه حسینی، نشر صدرا، بی تا.
- مطهری، مرتضی، مجموعه آثار شهید مطهری، صدرا، تهران، ۱۳۷۲ ه. ش.
- مصباح یزدی، محمد تقی، معارف قرآن، انتشارات مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی (ره)، ۱۳۹۱ ه. ش.
- معین، محمد، فرهنگ فارسی معین، تک جلدی، چاپ هشتم، نشر سرایش، تهران، ۱۳۸۴ ه. ش.
- موگهی، عبدالرحیم، تبلیغ و مبلغ در آثار شهید مطهری، انتشارات بوستان کتاب، سال ۱۳۹۷ ه. ش.
- عسکریپور، ناصر، تبلیغ و تربیت تخصصی کودک و نوجوان، قم: نشر بهار دلها، سال ۱۴۰۱ ه. ش.
- عسکریپور، ناصر، بایسته های تبلیغ دین در مدارس ابتدایی (۷-۱۲ سال)، قم: دفاع ۱۳۹۸ ه. ش.
- عمید، حسن، فرهنگ فارسی عمید، ناشر موسسه انتشارات امیرکبیر، سال ۱۳۷۵ ه. ش.
- لطف آبادی، حسین، کتاب روانشناسی رشد (۲): نوجوانی، جوانی و بزرگسالی، انتشارات سمت، سال ۱۳۹۸ ه. ش.
- نبوی، محمد حسن موفقیت در تبلیغ، چاپ سوم، ذکری، قم ۱۳۹۵ ه. ش.
- نگارش، حمید و همکاران، تبلیغ دین از منظر دین، چاپ اول، زمزم هدایت، ۱۳۸۳ ه. ش.