

با «عمه‌تراپی» میلیاردر شوید!

«اعتماد به نفس ۳۶۰ درجه»، «تعیین حد و حریم در رابطه عاشقانه»، «چطور ویس حرفه‌ای بفرستیم؟»، «چطور یک رابطه را به ازدواج ختم کنیم؟»، «افراد با اعتماد به نفس چطور رفتار می‌کنند؟»، «چطور رئیس باشیم؟» و ... از جمله عنوان‌های جذابی هستند که بسیاری را ترغیب می‌کنند تا برای یادگرفتن این مهارت‌ها هزینه‌های گزافی بپردازند.

به گزارش سایت خبری پرسون، تبلیغات کلاس‌هایی با عنوان‌های جذاب برای یادگیری مهارت‌هایی که این روزها بسیاری از افراد تشنه آموختن آن هستند، شبکه‌های اجتماعی را پر کرده است؛ کلاس‌هایی که معمولاً با یک لایو رایگان یا دوره سه‌جلسه‌ای در فضای مجازی شروع می‌شود تا مخاطبان را به شرکت در دوره‌های بلندمدت با هزینه‌هایی گران ترغیب کند.

معمولاً کارشان را با ساخت یک صفحه در اینستاگرام شروع می‌کنند و بعد از برگزاری هر دوره از شاگردانشان درخواست می‌کنند نکته‌هایی را که در کلاس یاد گرفته‌اند استوری کنند و به این ترتیب تبلیغات برای جذب مخاطبان دوره بعد را شروع می‌کنند. قیمت کلاس‌هایی هم که برگزار می‌کنند بنا بر دوره‌مقدماتی یا پیشرفته متفاوت است و معمولاً زیر یک میلیون تومان نیست. البته هر چند وقت یک بار برنامه‌هایی با عنوان جشنواره تخفیف شرکت در یک دوره را تبلیغ می‌کنند و در نهایت قیمت هر دوره را با تخفیف تا ۹۰۰ هزار تومان می‌رسانند.

افرادی که خودشان را مربی خطاب می‌کنند، معمولاً رشته یا میزان تحصیلات خود را در بیوی صفحه‌هایشان نمی‌نویسند و هنگام شروع دوره داستان سختی‌هایی که برای رسیدن به موفقیتشان پشت سر گذاشته‌اند تا به جایی که رسیده‌اند، به زبان می‌آورند. تقریباً همه آنها از صفر شروع کرده‌اند و حالا هر کدامشان تعداد زیادی مخاطب دارند از ۵۸۲۴ گرفته تا ۲۲۱ دنبال‌کننده!

اغلب، زمان ثبت نام، این دوره‌ها «کوتاه» و ظرفیت‌هایشان هم «محدود» معرفی می‌شود. از طرفی استقبال از کلاس‌ها هم بی‌نظیر است. برخی از برگزارکننده‌ها هزینه کلاس را در دو قسط هم دریافت می‌کنند تا شرکت‌کننده بیشتری جذب کنند.

برای مثال ۶۰۰۰ نفر در یک دوره ۱۰ جلسه با عنوان اینکه «خانم پرجراتی باشیم» شرکت می‌کنند. قیمت دوره در حالت عادی دو میلیون تومان بوده که در تخفیف با مبلغ ۹۶۰ هزار تومان عرضه می‌شود که با توجه به تعداد شرکت‌کنندگان مبلغی حدود پنج میلیارد و ۷۶۰ میلیون تومان می‌شود.

هر روز به تعداد مربیانی که این عنوان‌های جذاب را تدریس می‌کنند یا با هزینه‌های گزاف مشاوره می‌دهند، اضافه و مبالغ میلیاردی روانه حساب‌های بانکی‌شان می‌شود در حالیکه هیچ نظارتی روی این صفحه‌ها و محتوایی که تدریس می‌شود، وجود ندارد.

حمید شکری‌خانقاه - جامعه‌شناس ارتباطات - برگزاری چنین کلاس‌هایی را که با عناوین جذاب در شبکه‌های اجتماعی به دنبال مخاطب هستند، در راستای پاسخگویی به یک سری از نیازهای جامعه می‌داند می‌گوید: «جامعه به مهارت‌های مدیریت ارتباطات و مدیریت مهارت‌های عاطفی مثل مدیریت عاطفی و مدیریت خشم و سوگ‌درمانی و امثال اینها نیاز دارد و زمانی که در یک پلتفرم عمومی قرار می‌گیرد، عناوینشان جزئی‌تر می‌شود. برگزارکنندگان هم به دنبال این هستند که عناوین جذاب‌تری ایجاد کنند تا مخاطبان بیشتری را برای کلاس‌هایشان جذب کنند. در نگاه اول بسیاری از این کلاس‌ها خوب هستند زیرا نیازهای بخشی از ناکامی‌های جامعه را پاسخ می‌دهند. اما در نگاه دیگر بسیاری از برگزارکنندگان این کلاس‌ها وارد مبحث روانشناسی و جامعه‌شناسی ارتباطی زرد می‌شوند.»

او حتی شیوه شیوع مشاوره آنلاین را هم نوعی «عمه‌تراپی» می‌داند و می‌گوید: «مثل این می‌ماند که فرد از عمه خودش مشورت بگیرد. مگر می‌شود در فضای مجازی با پاسخ‌دادن به چند سوال، حال خوبی پیدا کرد؟ روانشناس حرفه‌ای حداقل به چند جلسه ۴۵ دقیقه‌ای نیاز دارد تا مراجعه‌کننده خود را درک کند و متوجه شود دغدغه او چیست. اینکه افراد در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی به فکر درمان و یادگیری باشند به روانشناسی زرد مربوط می‌شود.»

نویسنده کتاب «برنامه‌ریزی راهبردی ارتباطی» توضیح می‌دهد: «من اصل ماجرا را که پاسخ به نیازهای جامعه است، می‌پذیرم اما آیا همه برگزارکننده‌های این کلاس‌ها تحصیلات آکادمیک دارند؟ باید تردید داشت که بسیاری از آنان بنا بر تحصیلات تخصصی‌شان شروع به برگزاری چنین دوره‌هایی می‌کنند. باید توجه داشت آموزش‌دهنده، خودش در چه دانشگاهی درس خوانده یا اصلاً مدرک دانشگاهی دارد یا خیر. آموزش‌هایی که می‌دهد بر مبنای چه منبعی است؟ آموزش‌های تخصصی باید بر مبنای شاخص‌های آکادمیک انجام شود.

سخنران‌های ناشناخته که کمتر محفل علمی، صلاحیتشان را تایید می‌کند با مطرح‌کردن مباحث تکراری، پیش پا افتاده و شعاری که واقعا دردی از آلام مردم دوا نمی‌کنند، مشغول فعالیتتند.

در این‌گونه همایش‌ها و کارگاه‌ها سخنران یا مدرس تلاش می‌کند با گفتن چند جمله جذاب و تحریک‌آمیز انگیزشی و بالابردن حرارت صدا، نبض جمعیت را دستش بگیرد و آنان را شارژ کند و صرفاً سطح هیجان شرکت‌کنندگان بالا می‌رود و دیگر هیچ؛ البته این وسط، برگزارکننده‌های این‌گونه

همایش‌ها هستند که برای خودشان کسب و کاری راه می‌اندازند و با هر روش و در هر کجا که فکر کنید تبلیغ و نفوذ می‌کنند؛ حتی در مراکز معتبر علمی، اجرایی و سیاسی! در عین حال بسیاری از روانشناسان، دوره‌هایی را بر اساس پلتفرم و اپلیکیشن‌های نوین امروزی برگزار می‌کنند که از نظر من هیچ اشکالی ندارد و فقط روششان فرق کرده است.»

شکری خانقاه می‌گوید: «برخی از عناوین جذاب، عوام‌پسندانه است چرا که در حال حاضر فضای عمومی هم گرایشی عوام‌پسندانه پیدا کرده است. بنابراین انتظاری هم جز آموزش مباحث عوام‌گرایانه نیست. من چند بار در دوره‌های جذب مخاطب این کلاس‌ها شرکت کردم تا فضایشان را از نزدیک رصد کنم و متوجه شدم فضایی کاملاً غیرعلمی و غیرآکادمیک دارند و واقعا تابع اصول، شاخص‌ها و معیارهای علمی و دانشگاهی نیستند.»

ممکن است فردی یک عکس با براین تریسی انداخته باشد و ادعا کند شاگرد او بوده. ممکن است در یک جلسه دو ساعته او شرکت کرده باشد و از همین موضوع با برگزاری کلاس‌های متفاوت در حال پول‌درآوردن است. همه این مسائل بیانگر این است که جامعه بشدت به مهارت‌های مدیریتی و سواد ارتباطی، عاطفی و مالی نیاز دارد به همین دلیل بازار این کلاس‌ها گرم است. هر زمان که دیدید بازار یک موضوعی گرم است بیانگر این است که جامعه به آن نیاز دارد چون دانشگاه‌های کشور ما توانایی برطرف کردن چنین نیازهایی را نداشته‌اند. افراد متفرقه این خلاء را پر می‌کنند.»

این جامعه‌شناس ارتباطات معتقد است: «اگر برگزارکننده‌های این کلاس‌ها از پشتوانه علمی، آکادمیک و تخصصی برخوردار باشند و از مراکز علمی مجوز داشته باشند، شاید بتوان به آنها لقب معتبر داد. به همین دلیل پیشنهاد می‌کنم مردم برای شرکت در این کلاس‌ها به موسساتی که فاقد مجوزند و افرادی که مدرک معتبری ندارند، تن ندهند چرا که ممکن است ذهن آنان نه تنها به هدف واقعی سوق داده نشود بلکه به انحراف کشیده شود زیرا مجوزی که به برگزاری این کلاس‌ها داده می‌شود مبتنی بر دریافت مدارک و مستندات از دستگاه‌های صلاحیت‌دار است و عملاً یعنی مورد تایید یک نهاد عالی است.»

منبع: میگنا