

الگوی ارتباطی روحانیت با نسل جوان از منظر آیت‌الله جوادی آملی

کریم خان محمدی* - سیدعباس حسینی**

چکیده

بر اساس اندیشه‌های آیت‌الله جوادی آملی، با استفاده از روش تحلیلی، یعنی تحلیل به مؤلفه‌های معنایی در ارتباطات انسانی، سه الگوی ارتباطی: «متدانی»، «معارف» و «متعالی» قابل تصویر است. بنابراین، در این مقاله، الگوی مطلوب روحانیت با نسل جوان در قالب «ارتباط متعالی»، مورد واکاوی قرار گرفته است. ایشان در این الگو، با توجه به ساختار شخصیت روحانی و ویژگی‌های دوران جوانی، بر این باورند که روحانیت با مراعات دو عنصر محوری «عقلانیت» و «صداقت» می‌تواند با نسل جوان ارتباط مطلوب برقرار کند. در این الگو، عقلانیت اقتضا می‌کند روحانی در ارتباط با نسل جوان، به مؤلفه‌هایی همچون: شناساندن هویت جوان، آموزه‌های دینی، ترغیب به عقل‌مداری، علم‌آموزی، مراقبت از نفس، توجه به شبهه‌های ذهنی و ارائه الگوهای سازنده توجه کند. همچنین با توجه به مفهوم «صداقت»، شباهت است روحانی، در تعامل با نسل جوان، فصاحت بیان، ادب در گفتار، عطف و مهربانی در ارائه دین، بلاغت در کلام و برخورد محبت‌آمیز را رعایت کند.

واژه‌های کلیدی:

الگوی ارتباطی، روحانیت، نسل جوان، جوادی آملی، عقلانیت، صداقت

تاریخ دریافت: ۹۳/۰۷/۱۶

تاریخ پذیرش: ۹۳/۰۹/۰۴

*. عضو هیئت علمی دانشگاه باقرالعلوم^(ع) و پژوهشگر پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
khanmohammadi49@yahoo.com

** . دانش‌آموخته حوزه علمیه و کارشناس ارشد تبلیغ و ارتباطات از دانشگاه باقرالعلوم^(ع)

❖ مقدمه

ارتباط روحانیت با نسل جوان همیشه در تحولات سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و حتی دینی کشور سرنوشت‌ساز بوده و انقلاب اسلامی ایران نیز نتیجه چنین ارتباطی محسوب می‌شود. اما پس از گذشت بیش از سه دهه از تشکیل حکومت دینی و در رأس قرار گرفتن روحانیت، به نظر می‌رسد نگرش امروزه مردم، به‌ویژه نسل جوان به روحانیت با نگرش آنها در اوایل انقلاب متفاوت شده است. از سویی دشمنان با تخریب جایگاه روحانیت تلاش می‌کنند بین این دو قشر، گسست ایجاد کنند. از سوی دیگر، جریان‌های مختلف فرهنگی و سیاسی فراوانی با جاذبه‌های گوناگون درصدد فریب جوانان هستند. برای جلوگیری از تلاش‌های دشمنان و مقابله با چنین حجمه‌هایی، به نظر می‌رسد روحانیت باید با نسل جوان ارتباط مطلوبی برقرار کند، زیرا با چنین ارتباطی، روحانیت می‌تواند نسل جوان را از جهت معرفتی، رفتاری و اخلاقی از آسیب‌های فردی و اجتماعی حفظ کند. حال این ارتباط باید دارای چه مؤلفه‌هایی باشد تا روحانیت بر اساس آن بتواند تعاملی سازنده و مطلوب با جوان داشته باشد؟ به نظر می‌رسد شناخت رسالت و ویژگی‌های هر یک از طرفین ارتباط، می‌تواند ما را در دستیابی به الگوی ارتباطی کمک کند. با شناسایی مؤلفه‌های معنایی هر کدام، محورهای اصلی ارتباط مشخص و الگوی ارتباطی مطلوب نیز به دست می‌آید. متأسفانه تاکنون الگویی برای ارتباط مطلوب دو قشر، به‌ویژه از منظر اسلامی، ارائه نشده است. برای تحقق این امر، بررسی دیدگاه‌ها و تفکرهای شخصیت برجسته دینی، آیت‌الله جوادی آملی، با بهره‌گیری از تحلیل مؤلفه‌های معنایی و هنجارهای حاکم بر هر یک از طرفین ارتباط، در قالب ارائه یک الگوی ارتباطی اسلامی، علاوه بر بداعت، از ضرورت برخوردار است.

❖ مفاهیم

با توجه به عنوان، تبیین و تحلیل گستره معنایی سه مفهوم کلیدی «روحانیت»، «نسل جوان» و «الگوی ارتباطی» ضروری به نظر می‌رسد.

۱. روحانیت

تربیت انسان‌هایی برای معرفی دین و ابلاغ پیام آن، از ویژگی‌های تاریخ صدر اسلام بعد از وفات پیامبر خدا^(ص) است. در مکتب امامت، پدیده تربیت شاگردان شایسته، برای معرفی اسلام و ابلاغ پیام حیات‌بخش آن، همواره از اصول فعالیت‌های امامان شیعه^(ع) محسوب شده است. این جریان در عصر حضور امامان معصوم^(ع)، به‌عنوان وکلا یا سفرای ایشان ظهور یافت (جباری، ۱۳۸۲: ۳۵) و در عصر غیبت، به‌عنوان راویان احادیث، فقهاء، مجتهدین، عالمان اسلام، مراجع تقلید و امروزه به‌عنوان روحانیت از اهمیت فوق‌العاده‌ای برخوردار و به نهادی ضروری برای حفظ، تبیین و تبلیغ پیام دین اسلام تبدیل شده است. بنابراین، هر چند در متون و آموزه‌های دین اسلام اصطلاحی به نام «روحانی» که معرف جریان یا گروه خاصی به‌عنوان رهبران دینی باشد، وجود ندارد ولی این بدان معنا نیست که اصل روحانیت در اسلام سابقه ندارد (معصومی، ۱۳۹۰: ۲۵).

وجود روحانیت به‌عنوان حاملان دین، بیش از هر چیز مبتنی بر یک «ضرورت کارکردی» است. از این رو در تمامی ادیان حتی در ادیان بسیط ابتدایی نیز به شکلی موضوعیت داشته است. عمومیت و موضوعیت داشتن روحانیت برای ادیان، بیش از هر چیز ناشی از ماهیت دین است که وجود کسانی را به‌عنوان حافظ، حامل، ناقل و مروج و به یک معنا، کارگزار دین ضروری می‌سازد (شجاعی‌زند، ۱۳۸۸: ۲۵۲).

از منظر آیت‌الله جوادی آملی، روحانیت وارثان معنوی انبیاء محسوب می‌شوند و در راستای رسالت آنها، نهاد روحانیت شکل گرفته است: «خداشناسی، نبوت و معاد، سه مسئله اساسی در جهان‌بینی است البته در امتداد نبوت، مسئله امامت و در پی آن، روحانیت (عالمان دین‌شناس و دین‌باور) نیز مطرح است» (۱۳۸۹ ج: ۲۷۰).

با توجه به این پیشینه تاریخی، تعریف ما از واژه روحانیت عبارت است از آن دسته از انسان‌های عالم و مؤمن به اصول، احکام و ارزش‌های دین اسلام که با طی مراحل نظام تعلیم و تربیت حوزوی، در خدمت تبیین و ترویج اسلام قرار گرفته باشد که معمولاً با

لباس خاص و به‌عنوان روحانیت نیز شناخته می‌شوند.

۲. نسل جوان

این واژه ترکیبی از دو کلمه «نسل» و «جوان» است. ابتدا به‌صورت جدا به تعریف آنها می‌پردازیم و سپس منظور از ترکیب این واژه را بیان می‌کنیم.

نسل

نسل^۱ در جمعیت‌شناسی، به گروهی از افراد اطلاق می‌شود که مرحله‌ای از حیات را با یکدیگر آغاز کرده یا پایان داده باشند (ساروخانی، ۱۳۷۰: ۴۵۸). نسل به کلیه افرادی که در یک مجموعه اجتماعی، زندگی می‌کنند، دارای ارزش یکسان هستند، تصویری نزدیک از زندگی دارند و از نظر سنی در محدوده‌ای مشخص از گروه سنی جوان‌تر و مسن‌تر از خود متمایز هستند، اطلاق می‌شود (شفرز، ۱۳۸۴: ۲۷).

جوان

واژه «جوان» ترجمه واژگان عربی «شباب» و «فتی» است و در زبان فارسی به معانی چون: برنا، نوحاسته، به سن بلوغ رسیده، رشد یافته و هر چیزی که اندک زمانی از عمر آن گذشته باشد، به‌کار رفته است (دهخدا، ۱۳۷۳: ۳۵۸). جوان و جوانی بر اساس دیدگاه‌ها و فرهنگ‌های مختلف، معنای متفاوت پیدا می‌کند. روان‌شناسان، دوره سنی ۱۷ تا ۳۰ سالگی را دوره جوانی می‌نامند و آن را با ورود به دانشگاه و آشنایی بیشتر فرد با تفکر منطقی، هم‌زمان می‌دانند (شرفی، ۱۳۸۰: ۱۴).

بنابراین، جوان به کسی اطلاق می‌شود که دوره کودکی و نوجوانی را سپری کرده و وارد مرحله تازه‌ای به نام «جوانی» شده است، یعنی از نظر جسمی، فکری، روحی و روانی در حدی است که می‌تواند تصمیم بگیرد و اجرا کند. در این نوشتار، منظور از نسل جوان همان دوره جوانی است که معمولاً در همه افراد بشر اغلب خصوصیات مشترک زیستی،

شناختی، عاطفی و اخلاقی وجود دارد؛ اما به نسبت فرهنگ‌ها و محیط‌های مختلف تفاوت‌هایی نیز وجود دارد.

۳. الگوی ارتباطی

این کلمه نیز ترکیبی از دو واژه «الگو» و «ارتباط» است که ابتدا به صورت جدا تعریف می‌شوند سپس به صورت ترکیبی هدف از این واژه در این نوشتار بیان می‌شود.

الگو

این واژه در معانی متعددی به کار رفته است. در تعریفی ساده از الگو می‌توان گفت: الگو یا مدل، نمایش نظری و ساده‌شده از جهان واقعی است (تانکارد، ۱۳۸۶: ۶۵). الگو تبیینی کوتاه، آگاهانه و نمودارگون از یک چیز یا واقعیت است که درصدد بازنمایی عناصر اصلی هر ساختار یا فرایند و بررسی روابط بین این عناصر است (مک‌کوایل، ۱۳۸۸: ۳). منظور از الگو، نمونه عینی و مشهود یک اندیشه و عمل در جنبه‌های گوناگون است که دیگران برای رسیدن به کمال، از آن پیروی می‌کنند (مهدی‌زاده، ۱۳۸۵: ۱۰).

از آنجا که واقعیت اجتماعی، امری غامض، چندگانه و فرار است، به حدی که ذهن انسان، توانایی درک کامل این واقعیت، در کلیت و پویایی آنرا ندارد، برای آنکه بتوان از این واقعیت پیچیده، سخن گفت و آنرا به اجزا و عناصر متشکله‌اش تجزیه کرد، قیاس صورت می‌گیرد. این قیاس، میان جامعه پیچیده با اشیا و موجودات ساده و شناخته شده‌تر انجام می‌گیرد که اصطلاحاً به آنها الگو اطلاق می‌شود (توسلی، ۱۳۶۹: ۱۴۳).

ارتباط

واژه ارتباط که مصدر عربی به معنای «ربط دادن» و بستن چیزی به چیز دیگر و به عنوان اسم مصدر به معنای «پیوند و پیوستگی» است (معین، ۱۳۶۲: ۱۸۹)، در زبان فارسی برابر واژه انگلیسی «Communication» به کار می‌رود (آریان‌پور، ۱۳۶۶: ۹۸۵) و به معنای مصدری

سهیم بودن و استفاده مشترک از یک چیز است. اما در این خصوص که ارتباطات جمع ارتباط بوده، تعیین بیشتری نسبت به این معنا دارد به گونه ای که، در واژه‌نامه فرهنگ لغات برابر کلمه «Communication» ارتباطات نوشته شده است.

بر خلاف تعاریف انتقالی که ارتباط را «فراگرد تراکنشی» میان دو منبع معنی (محسنیان‌راد، ۱۳۹۱: ۱۲) یا فن انتقال اطلاعات، افکار و رفتارهای انسانی از یک شخص به شخص دیگر (ساروخانی، ۱۳۶۸: ۵) تعریف می‌کند، در این مقاله بر اساس مکتب «مبادله معنا»، ارتباط، تولید و تبادل معانی است. این مکتب دل‌بسته آن است که چگونه پیام‌ها یا متن‌ها در کنش-مقابل با مردم قرار می‌گیرند تا معنا تولید کنند، یعنی به نقش متن‌ها در فرهنگ وابسته است. برای این مکتب، مطالعه ارتباط، مطالعه متن و فرهنگ است و روش اصلی آن نشانه‌شناسی است (فیسک، ۱۳۸۸: ۱۱). این مکتب مراحل را فرض نمی‌کند که پیام از آنها بگذرد، بلکه بر تحلیل یک رشته روابط ساختاری تکیه می‌کند که پیام به چیزی دلالت می‌کند (همان: ۶۴). با توجه به توضیح‌های فوق، منظور از الگوی ارتباطی در این نوشتار، شناسایی مؤلفه‌های معنایی روحانیت و نسل جوان با مراجعه به متن و فرهنگ ارتباط آنها در اندیشه آیت‌الله جوادی‌آملی است، به این صورت که ابتدا مؤلفه‌های معنایی این دو قشر استخراج و سپس به صورت یک الگوی ارتباطی ارائه می‌شود.

مبانی نظری

آیت‌الله جوادی‌آملی برخلاف تعاریف منطقی، انسان را به «حی متألّه» تعریف می‌کند. قرآن کریم مشرک و کافر را انسان واقعی نمی‌داند، غیر از حیات گیاهی و حیوانی، که در تحدید انسان به «حیوان ناطق» آمده است، فصل‌الفصول دیگری هم لازم است، تا کسی در فرهنگ قرآن «انسان» به‌شمار آید. بنابراین، حد نهایی انسان، «حی متألّه» است (جوادی‌آملی، ۱۳۸۹: ج ۱۵۱).

جنس انسان بر اساس این تعریف «حی» است که جامع حیات گیاهی، حیوانی و انسانی

مصطلح و دارای نطق بوده و می‌توان گفت معادل «حیوان ناطق» بوده و فصل این تعریف که فصل اخیر حد انسان است، «تأله»، یعنی خداخواهی مسبوق به خداشناسی و ذوب شدن در الوهیت اوست. پس قرآن کریم، نطق را فصل اخیر انسان نمی‌داند. نطق لازم است؛ ولی کافی نیست، چون اگر کسی اهل ابتکار، صنعت و سیاست باشد، ولی همه اینها را در خدمت هوای نفس بگذارد، از نظر قرآن «انعام»، «بهیمه» و «شیطان» است، آنچه در اصطلاح توده مردم، انسان است (حیوان ناطق)، در ردیف جنس اوست و «تأله» او در حقیقت، فصل الفصول وی است.

ایشان قوای وجودی انسان را به دو قوه ادراکی و تحریکی تقسیم می‌کند؛ قوه ادراکی یا علمی شامل قوه وهم، خیال، حس و عقل بوده و قوه تحریکی شامل شهوت، غضب و اراده است. به لحاظ آفرینش، غیر از عقل، سه نیروی دیگر هم در وجود انسان هست: یکی نیروی شهوت؛ دوم نیروی غضب و سوم نیروی وهم و شیطنت. بنابراین، انسان در کنار عقل از سه نفس دیگر هم برخوردار است: نفس بهیمی و حیوانی، سبعی و شیطانی. از این رو با توجه به نوع تربیت، انسان‌های مختلفی شکل می‌گیرند (لک‌زایی، ۱۳۹۰: ۴۲).

دسته اول، انسانی است که ریاست وجودش را قوه شهوی و حیوانی برعهده گرفته و دیگر قوا در خدمت این قوه قرار می‌گیرند. دسته دوم، انسان‌هایی است که پیوسته به دنبال خشونت و صدمه زدن به دیگران‌اند، قوه سبعی، ریاست وجود را برعهده می‌گیرد و قوای دیگر هم به خدمت این قوه درمی‌آیند. این دسته از انسان‌ها اگر از عقل هم استفاده می‌کنند برای این است که بتوانند به طرف مقابل آسیب بیشتری برسانند. اینها انسان‌های درنده‌خو مانند گرگ می‌شوند. دسته سوم، انسان‌هایی هستند که قوه شیطنت بر آنها حاکم می‌شود و قوای دیگر در خدمت این قوه قرار می‌گیرند که می‌شود انسان شیطانی، دسته چهارم، انسان‌هایی که قوه عاقله در آنها حاکم بر قوای دیگر است و آنها عاقل فرشته‌صفت هستند، که مدل مطلوب این نوشتار است.

وجوه و ابعاد ارتباطی انسان شناسی آیت‌الله جوادی آملی

رابطه انسان‌ها با یکدیگر	جهت‌گیری‌ها و رسالت‌ها	قوه رئیس	انواع انسان	ردیف
برادری: <i>إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ</i> (حجرات/ ۱۰).	الهی، انسانی، خیرخواه، غیرخواه، عدالت‌گرا	عقله	عاقل	۱
درنده‌گی: هر انسان گرگ انسان دیگر است. اگر ندی، تو را می‌درند.	غیرالهی، غیرانسانی، خودخواه، ظالمانه و سلطه‌گرا	غضبیه / سبعیه	درنده‌خو	۲
فریبکاری: هر انسان، شیطان انسان دیگر است. اگر دیگران را فریب ندهی، تو را فریب می‌دهند.	ضدالهی، ضد انسانی، خودخواه و مکار	وهمیه	شیطان‌صفت	۳
کام‌جویی: همه چیز ابزار و منبع تأمین لذت انسان است.	لذت‌گرا، خودخواه،	شهوویه/بهیمیّه	حیوان‌صفت	۴

در نوشتار حاضر با تمرکز بر انسان‌شناسی آیت‌الله جوادی آملی، بر اساس مبانی حکمت متعالیه، تمام موجودات بر طبع خاصی آفریده شده‌اند و بیش از یک نوع ندارند، اما انسان دارای انواع مختلفی است و طبعی جز مختاریت ندارد. بر اساس این الگو، انسان یا جهت‌گیری الهی دارد که در این صورت الگوی ارتباطی بر اساس خوی و خصلت انسانی و با مراعات کرامت انسانی صورت می‌گیرد و در نتیجه «متعالیه» خواهد بود یا جهت‌گیری غیرالهی دارد و در نتیجه باورها، گرایش‌ها و ارتباط با دیگران، عرفی یا «متدانیه» می‌شود. بنابراین، در حوزه ارتباطات انسانی، سه الگو قابل استنباط است:

۱. الگوی ارتباطی متدانی

در این الگو قوه حاکم بر انسان، قوه غضبیه و شهویه است. از این رو جهت گیری ارتباط، غیرالهی، خودخواهانه، سلطه‌گرایانه و لذت‌جویانه خواهد بود، زیرا کسی که انقطاع از خدا و اتصال به هوا و هوس پیدا کرده هیچ نشانه‌ای از اسمای الهی در او ظهور نمی‌کند و چنین انسانی صلاحیت مقام خلیفه الهی را ندارد (جوادی آملی، ۱۳۸۹: ۸۰). اگر نوع نگاه به انسان، سودگرایانه باشد تعامل نیز سودگرایانه و منفعت‌طلبانه خواهد بود. در این نوع از ارتباط، ارتباطگر، دیگران را به‌عنوان شیء و نه انسان، مورد بهره‌کشی قرار می‌دهد و سعی می‌کند آنها را در جهت منافع خود فریب داده و مهار کند. در عین حال، این میل به بهره‌کشی معمولاً در پشت یک احترام افراطی و تصنعی پنهان می‌شود و این شیوه سلطه‌گران برای کنترل دیگران است.

زمانی که انسان مثل حیوان، متحرک بالاراده باشد و قوای حیوانی بر قوه عاقله حاکم باشد، الگوی ارتباطی متدانی خواهد شد.

چگونگی تطبیق به این صورت است که منشأ گرایش برخی فقط حس، خیال و وهم است. اینها چون متوهم بالفعل و عاقل بالقوه‌اند، کارهای آنان را فقط وهم و خیال تنظیم می‌کند و چون کاری را که وهم و خیال تنظیم می‌کند در حد اراده است و نه در حد اختیار، این‌گونه از انسان‌ها فقط متحرک بالاراده بوده و در حقیقت، حیوان بالفعل و انسان بالقوه هستند، یعنی کارهایی که در حد تغذیه، پوشش، تهیه مسکن و... دارند، خیلی ساده است و کارهایی هم که در حد روابط اجتماعی دارند از محور قومی، قبیله‌ای و باندا بازی نمی‌گذرد و طبیعی است که پایان عمر آنان جز «هباء منشور» چیز دیگری نخواهد بود (همان، ۱۳۸۷: الف: ۱۳۳).

۲. الگوی ارتباط متعارف

الگوی ارتباطی متعارف، این الگو در اندیشه آیت‌الله جوادی زمانی قابل تصور است که انسان بین مرحله درندگی، حیوان‌صفتی، شیطان‌صفتی و مرحله فرشته‌خویی در حال حرکت

به صورت رفت و برگشتی باشد. یعنی گاهی قوه حاکمه بر انسان شهویه، غضبیه و وهمیه است که نتیجه اش ارتباط سلطه گرایانه و خودخواهانه خواهد بود و گاهی قوه حاکمه عقل است که نتیجه اش ارتباطی الهی، فطری و توحیدمحورانه خواهد بود.

این حرکت به گونه تحول درونی و صیوررت نهانی است؛ نه سیر اقلیمی و جغرافیایی، یعنی انسان، گاه به سوی فضیلت می رود و فرشته منش می شود و گاه به سمت رذیلت می شتابد و درنده خو؛ اما در هر حال، به مقتضای اسمای الهی در تحول و صیوررت است. خواه اسمای جمالی و خواه اسمای جلالی، خواه در صعود مهر و خواه در سقوط قهر، خواه در اوج کمال و خواه در حضيض وبال. در این مرحله چون در نوعیت انسان ثابت نیست، ارتباط با دیگران نیز ثباتی ندارد؛ گاهی ارتباط با انسان های دیگر جهت گیری غیرالهی و غیرانسانی پیدا می کند و گاهی جهت گیری الهی و انسانی رشد می کند و آن ارتباط سلطه گرایانه را تبدیل به ارتباط مبتنی بر فطرت و کرامت انسانی می کند. انسان در این الگو تحت تأثیر محیط های مختلف قرار می گیرد و عقل نظری او با عقل عملی اش هماهنگ نیست. از این رو، ارتباطش گاهی متدانی و گاهی متعالی است (همان، ۱۳۸۹: ۷۸).

۳. الگوی ارتباط متعالی

الگوی ارتباطی متعالی در صورت حاکمیت عقل بر سایر قوای ادراکی و تحریکی محقق می شود. در این الگو چون قوه حاکمه بر انسان، عقل است نگرش به انسان هم، عاقلانه و الهی خواهد بود. انسان در این الگو به تعبیر آیت الله جوادی فرشته خو است و به عنوان خلیفه الهی در نظر گرفته شده است. از این رو، ارتباط آن با انسان های دیگر هم، متعالی خواهد بود.

در این مرحله، حرکت انسان به سمت اسمای الهی است. پس هر کس به سوی علم، حکمت، حیات، عزت و . . . حرکت کند، به سوی خدا می رود و به همان میزان از خلافت الهی بهره می برد. آن کس که همه این راه ها را ببیماید، به همه

الگوی ارتباطی روحانیت با ... ❖ ۱۲۱

اهداف نائل آید و مظهر تمام اسمای حسناى حق شود، انسان کامل و خلیفه خدا می‌شود (جوادی‌آملی، ۱۳۸۷ الف: ۷۹).

انسان بر اساس خلافت الهی دارای کرامت انسانی است و این کرامت در ارتباطات باید مراعات شود.

آنچه در دو الگوی متعارف و متدانی، مفقود است، در این الگو، تجلی بارز آنرا مشاهده می‌کنیم. الگوی ارتباطی متعالی شامل کسانی است که:

همه کارهایشان بر اساس عقل عملی تنظیم می‌شود. به آن معنا که با حس، کاری ندارند، با خیال حرکت نمی‌کنند و با اراده و وهم شکل نمی‌گیرند؛ ولی از آنجا که عقل، سلطان قوای نازله و حاکم بر آنهاست، دستور می‌دهد و به دستور او وهم، توهم، خیال، تخیل، حس، احساس، اعضا و جوارح شروع به کوشش و تلاش می‌کنند و چون در این صور، مبدأ نخست و فرمانروای کل، عقل است و فرمانروای نخست، معیار سنجش است، چنین کاری، کار اختیاری به حساب می‌آید و انسان در این شرایط، فاعل بالاختیار می‌شود؛ نه فاعل بالاراده (همان: ۱۳۴).

در ادامه برای تبیین الگوی مطلوب ارتباط روحانیت با نسل جوان و یافتن مؤلفه‌ها و مصادیق ارتباط متعالی، ضروری است ابتدا مؤلفه‌های روحانیت و نسل جوان را از منظر آیت‌الله جوادی مورد بررسی قرار داده سپس به الگوی ارتباط مطلوب و مصادیق آن بپردازیم.

ارتباط متعالی روحانیت با نسل جوان

آیت‌الله جوادی در این الگو به چهار مؤلفه اساسی توجه می‌کند: هویت گروهی؛ ساخت شخصیت؛ نگرش به مخاطب و پیام.

۱. هویت گروهی

بر اساس اندیشه آیت‌الله جوادی، روحانیت ورثه انبیاء هستند. از این رو باید خودشان را، به لحاظ هویتی، عضو گروه انبیاء بدانند و در نتیجه باید، هم رسالت‌های انبیاء را داشته باشند

و هم ارتباطشان با نسل جوان پیامبرگونه باشد. انبیاء از منظر ایشان، دارای سه نقش تحقیقی، تعلیمی و تبلیغی بودند که روحانیت نیز به تبع آنها باید در این نقش‌ها رسالت خود را انجام دهند.

نقش تحقیقی: به این معنا که برخی از روحانیونی که استعداد لازم را دارند باید بر اساس متون دینی، اهل تحقیق و استنباط باشند و بتوانند پاسخگوی مسائل جدید در تمام عرصه‌ها به‌ویژه در عرصه پاسخگویی به نسل جوان باشند؛

نقش تعلیمی: به این معنا که برخی از روحانیون با تکیه بر تحقیق عده‌ای که اهل تحقیق‌اند، علوم و معارف اسلامی را به دیگران آموزش و تعلیم دهند؛

نقش تبلیغی: به این معنا که برخی از روحانیون با پشتوانه تحقیق و تعلیم، درصدد رشد و شکوفایی جامعه بوده و علوم و معارف اسلامی را به اقصی نقاط کشور ابلاغ کنند. اگر کسی ادعای وراثت انبیاء را دارد که علما وارث انبیاء هستند باید این رسالت‌های سه‌گانه را داشته باشند. برای توده مردم، بهترین راه رهبری دین، تبلیغ است. برای علما علاوه بر تبلیغ، تعلیم است و برای اوحادی از علما تبلیغ لازم، تعلیم لازم، ولی محور اصلی برای آنها تحقیق است. بنابراین رسالت انبیاء و اولیاء این سه محور است.

- رسالت تبلیغی برای توده مردم؛

- رسالت تعلیمی برای خواص مردم؛

- رسالت تحقیقی برای اصحاب سر.

تعداد افرادی که بخواهند هر سه کار را انجام دهند، بسیار کم است، به طوری که بتوانند برای توده مردم حرف بزنند، به علما درس بدهند و برای اصحاب سر، اهل تحقیق باشند،

بزرگانی مثل امام خمینی^(ره) و علامه طباطبایی^(ره) برای جامعه لازم هستند، زیرا اینها برای هر سه گروه نافع بوده و هستند (جوادی آملی، ۱۳۸۷ الف: ۱۳۴).

رسالت‌هایی که ایشان برای روحانیت در نظر می‌گیرند خارج از این نقش‌ها نیست و

الگوی ارتباطی روحانیت با ... ❖ ۱۲۳

❖ سال پانزدهم، شماره بیست و هفتم، پاییز ۱۳۹۳

باید در قالب این نقش‌ها به منصفه ظهور برسد. از جمله رسالت‌های روحانیت در اندیشه ایشان عبارت‌اند از: تبیین بینات و هدایت‌ها، حفظ و دفاع از دین، عقلانی کردن جامعه، انذار مردم، ترغیب به تعلیم و تزکیه، رهبری جامعه، دعوت به سوی خدا، انقلاب فرهنگی، نوآوری و شکوفا کردن گنجینه‌های درونی بشر (همان، ۱۳۸۹: ۱۷۴؛ ج ۸: ۵۹؛ ۱۳۸۷: ۲۰ و ۹۴).

۲. ساخت شخصیت

نوع نگاه روحانیت به شخصیت خودشان در رفتار آنها تأثیر خواهد داشت. بنابراین ویژگی‌هایی که بایسته روحانیت است، در این بخش جای می‌گیرند زیرا اینها، بیانگر شخصیت روحانی است که می‌خواهد الگوی ارتباطی متعالی با نسل جوان داشته باشد. از منظر آیت‌الله جوادی، روحانی باید دارای ویژگی‌هایی همچون: دین‌شناسی، دین‌باوری، خشیت الهی، عطوفت و مهربانی در ارائه دین، قاطعیت و صراحت در ابلاغ پیام، مراقبت از نفس، سعه صدر، طهارت روح، عامل بودن، همراه و همدم بودن با مردم و آگاه به زمان باشد. همه این ویژگی‌ها بر اساس الگوی ارتباطی متعالی بیان شده است (همان، ۱۳۸۹، ج ۲۲: ۳۱۷؛ ج ۱۷: ۶۵؛ ج ۴: ۱۵۷؛ ج ۱۲: ۳۰۷؛ ج ۲۱: ۱۶۸).

۳. نگرش به مخاطب

ایشان دوران جوانی را همانند سایر مقاطع زندگی تلقی نمی‌کنند و معتقدند این دوره از زندگی، دوران ویژه‌ای است که از طرف خدا به‌عنوان سرمایه به انسان بخشیده شده است که روحانیت با درک این نسل می‌تواند موجبات ثبات، عظمت، سعادت و ترقی این نسل را فراهم کنند. در نظام معرفتی ایشان، این دوره از اهمیت والایی برخوردار است به‌طوری‌که از این دوره به‌عنوان اساسی‌ترین سرمایه هر اجتماعی تعبیر می‌کنند و عواقب عدم توجه به این سرمایه عظیم را نیز متذکر می‌شوند. در ادامه به مهم‌ترین ویژگی‌های زیستی، شناختی، عاطفی و اخلاقی آنان از منظر آیت‌الله جوادی اشاره می‌شود.

دوره پذیرندگی و انعطاف پذیری

جوان، دارای ضمیری بسیار پذیرا و مستعد است. ایشان با ابتناء به روایت‌های اسلامی، قلب جوان را به زمینی خالی تشبیه می‌کند که توان بذریذیری و بذریپروری بسیار بالایی دارد. ایشان همچنین بهترین دوره رشد و پرورش فکر و اندیشه انسان را دوره جوانی می‌داند و به احیای فکر و اندیشه جوان تأکید می‌کند. «جوانان «سليم الفطرة» و «حديث العهد بالاسلام» هستند و برای پذیرش سخن حق، آمادگی دارند» (جوادی آملی، ۱۳۸۸ ج: ۲۴۵).

قلب جوان، مانند زمین خالی است: «إِنَّمَا قَلْبُ الْخَالِيَةِ كَالْأَرْضِ الْخَالِيَةِ» زمین خالی، «موات» است که طبق فرموده رسول اکرم (ص) هر کس آن را احیا کند مالک آن می‌شود: «مَنْ أَحْيَا أَرْضًا مَيْتَةً فَهِيَ لَهُ»؛ قلب جوانان را نیز که زمینه‌های موات است هر کس با تعلیم و تبلیغ احیا کند مالک می‌شود و هر بذری را که در آن کشت کند، می‌روید. اگر در آنجا حق بذرافشانی نشود صاحبان مکاتب الحادی با کاشتن علف هرز بطلان آن را مالک می‌شوند (همان، ۱۳۸۱ ث: ۵۹).

«جوان، قابل صورت‌های گونه‌گون است که اگر اولیای منزل و مدرسه هنرمندی کنند و آن‌را به عقل و عدل بیارایند، زیبا می‌شود، وگرنه دیگری از آنها اهریمن می‌سازد» (همان، ۱۳۸۴ ب: ۲۱۷).

دوره هیجان

ایشان، دوره جوانی را دوره‌ای می‌دانند که شور و هیجان در انسان غالب است. در این دوره، آمادگی‌ها و توانایی‌های جسمی و بدنی انسان به بلوغ و رشد کافی می‌رسد، غریز او بیدار شده و از این رو، جنب و جوش و تحرک بالایی در وی به وجود می‌آید به گونه‌ای که گاه بی‌هیچ تدبیری به قدرت‌نمایی می‌پردازد (حسینی زاده، ۱۳۸۶: ۳۵). جوان در این دوره باید تلاش کند تا با استفاده از قوه عاقله، شهوت و غضب خود را کنترل کند.

جوان و نوجوان کم‌کم به سوی عاقل شدن می‌روند و در میان‌سال‌ها به کمال عقل می‌رسند، حال آنکه شهوت و غضب در جوانی کامل شده‌اند، پس این جنگ نابرابر

❖ ۱۲۵ الگوی ارتباطی روحانیت با ...

است، از این رو در هر فعل و سخنی راه صحیح را به آنان بیاموزید تا در سن بلوغ آمادگی دفاع در برابر نیروی شهوت و غضب را داشته باشند. (جوادی آملی، ۱۳۸۹ت: ۹۴).

دوره جاذبه‌ها

به تعبیر استاد: «جوانی فصل شور، عشق و تجمل‌پرستی است. در جوانی، شخص به زینت، آراستن ظاهری، در برکردن لباس‌های فاخر و جلوه‌های چشمگیر اهمیت فراوان می‌دهد» (همان، ۱۳۸۸ب: ۲۴۲).

در نتیجه:

دوران جوانی محفوف به جاذبه‌های گونه‌گون است. هم نیروهای متعدد جاذبی در کمین جذب جوانند و هم جوان در رصد جذب مظاهر دلپذیر آفرینش است. شناخت محور جذب و مدار جاذبه درست از نادرست و ستره از ناسره، سهم تعیین‌کننده‌ای در سرنوشت بشر دارد (همان، ۱۳۸۱ الف: ۷۹).

خامی و پختگی

جوانی، دورانی است که جوان هنوز به آگاهی‌های لازم دست نیافته و تجربه لازم را کسب نکرده است. به هر میزان که از سنین جوانی انسان بگذرد، به پختگی عقلی بیشتری دست می‌یابد و بیشتر اهل تأمل و اندیشه می‌شود (قائمی، ۱۳۸۱: ۵۹). «خامی دوران جوانی دستمایه غرور و نخوت است. ممکن است دشمن دانا یا دوست نادانی از آن وصف دل‌انگیز با استمداد از این دستمایه، نقد سرمایه شباب را که بهترین دوران زندگی است، به یغما ببرد؛ لیکن باید متذکر بود» (جوادی آملی، ۱۳۸۸ب: ۲۴۲).

تنش‌های روانی

مستی جوانی، قدرت تفکر و دوراندیشی را از جوان می‌ستاند و او را به کارهای نادرست می‌کشاند. مستی جوانی هم همچون مستی مال، قدرت و علم باعث زوال عقل و اراده و نیز نابودی آرامش و طمأنینه انسان می‌شود و این خود آشفته‌گی روانی را موجب می‌شود. «بهار

جوانی چون بحر آرام نیست، بلکه چونان نهر ناآرام است» (همان، ۱۳۸۱ الف: ۱۱۷).

۴. پیام

مهم‌ترین عنصری که آیت‌الله جوادی در ارتباطات کلامی به آن تأکید می‌کند عنصر پیام است. ایشان بر این باورند که روحانیت در ارتباط با نسل جوان باید به دو عنصر «عقلانیت» و «صداقت» توجه ویژه‌ای داشته باشند. عقلانیت، ناظر به محتوای پیام و صداقت، ناظر به نحوه ارائه و ظرف پیام است. «با دو عنصر می‌توانیم ارتباطات را سامان ببخشیم، آن دو عنصر عقلانیت است و صداقت و اگر خواستیم این دو عنصر را به دو واژه روان تعبیر کنیم یکی خوب حرف زدن است و یکی حرف خوب زدن»^۱ (همان، ۱۳۹۱) در ادامه به توضیح این دو مفهوم محوری در ارتباطات می‌پردازیم.

عقلانیت

ایشان در تبیین معنای عقلانیت در زمینه ارتباطات، از آن به حرف خوب زدن تعبیر می‌کنند و معتقدند پیامی که از اتقان لازم برخوردار باشد و به عبارتی پایه‌ای مستدل و قوی داشته باشد آن پیام عقلانی خواهد بود.

«حرف خوب زدن یعنی عالمانه، محققانه و دانشمندانه باشد، حرف خوب زدن را عقلانیت به‌عهد دارد، انسان تا مطلب برایش روشن نشود، برهانی نشود، این مطلب را نه بنویسد و نه بگوید. حرف خوب زدن نه بیراهه رفتن است نه راه کسی را بستن» (همان).
عقلانیتی که آیت‌الله جوادی مطرح می‌کند ناظر به محتوای ارتباط است، یعنی پیامی که روحانیت با نسل جوان در میان می‌گذارد باید عقلانیت لازم را داشته باشد. این عقلانیت، عقلانیت استدلالی و ادراکی است یعنی هر ادعایی باید پشتوانه استدلال و برهان داشته باشد.

صداقت

تعبیر ایشان درباره صداقت، خوب حرف زدن است، یعنی حرف خوب را به‌نحوی بیان

۱. جوادی آملی، سخنرانی در جمع اعضای دانشکده ارتباطات دانشگاه تهران، ۱۳۹۱/۱۲/۱۴.

کنید که شنونده تحت تأثیر پیام قرار بگیرد. چه بسا به واسطه خوب بیان نشدن حرف خوب ارتباط قطع می شود.

«خوب حرف زدن یعنی هنرمندانه و ادب در گفتار، این مسئله صداقت به این بخش برمی گردد، ادب به این بخش برمی گردد، هنر نویسندگی و رسانه‌ای به این بخش برمی گردد و همین جاذبه دارد»... «خوب حرف زدن به رعایت آداب فصاحت، بلاغت و رعایت نکات ادبی و ادب است» (همان).

آیت الله جوادی برای روشن شدن بحث، مثالی را عنوان می کند که در تبیین مفهوم عقلانیت و صداقت کمک شایانی می کند.

شما یک انسان تشنه را وقتی بخواهید سیراب کنید اگر آن آب لطیف را در یک ظرف نشسته بریزید او گذشته از اینکه آب نمی خورد آن رنج تشنگی را هم تحمل می کند اما وقتی در ظرف بلورین به او آب بدهید کاملاً می نوشد و سیراب می شود. قلم، بیان، گفتار، ارتباطات صحیح و صداقت، این ظرف بلورین است و آن مطروف عقلانیت را انسان در ظرف صداقت می ریزد و می گوید، ما خوب حرف زدن هم داریم، حرف خوب زدن هم داریم. پس آن عقلانیت می شود محتوا، این صداقت می شود ظرف، اگر یک مطلب معقولی را در ظرف هنرمندانه ارائه کنیم همه خواهان آن هستند (همان).

با توجه به تبیین این دو عنصر محوری در ارتباطات در ادامه به مؤلفه‌های هر یک از این عناصر در زمینه ارتباط روحانیت با نسل جوان می پردازیم.

مصادیق عقلانیت در ارتباط روحانی با نسل جوان

در الگوی ارتباطی روحانیت با نسل جوان، روحانیت باید با رعایت این مؤلفه‌ها در محتوا، به ارتباط با جوان پردازد، یعنی در پیامی که می خواهد به جوان ارسال کند دقت لازم را داشته باشد و با توجه به نیازها و ویژگی‌های او، پیام منطقی و مستدل باشد. امکان دارد با توجه به ویژگی‌های مخاطب، این استدلال در قالب برهان یا در قالب تمثیل، موعظه

و جدال احسن باشد. از این رو، در این بخش از نوشتار، به بیان محتوایی که روحانیت در ارتباط با جوان باید مدنظر قرار دهد اشاره می‌کنیم.

۱. شناساندن هویت جوانی

دوره جوانی زمانی است که انسان با انرژی، به دنبال کسب هویت است (شفرز، ۱۳۸۳: ۱۱۶). عقلانیت اقتضا می‌کند که روحانیت هویت جوان را به آنان بشناساند و آنها را از گنجینه‌های درونی خویش آگاه کند. زیرا در اثر این آگاهی بخشی، فرهنگ یک جامعه و هویت جوانان، شکل اسلامی و دینی به خود می‌گیرد و از بسیاری از ناهنجاری‌های اخلاقی جلوگیری می‌شود. بدیهی است که اگر جوانان به جایگاه و منزلت خود در عالم آفرینش و نظام هستی، پی ببرند و قدر خویش را بشناسند، گوهر وجود خود را به بهای ناچیز نمی‌فروشند. «قرآن کریم انسان‌ها را به هویت‌شناسی دعوت می‌کند که در این زمینه وظیفه سازمان ملی جوانان به‌عنوان یکی از متولیان اصلی امور جوانان فراهم کردن بستری شایسته و مناسب برای آنها در این زمینه است»^۱ (جوادی آملی، ۱۳۸۹). بدیهی است سازمان ملی جوانان بدون استفاده از کارشناسان اسلامی نمی‌تواند هویت اسلامی - ایرانی را برای جوانان تبیین کند. بنابراین شناساندن هویت جوانان، از رسالت‌های مهم روحانیت محسوب می‌شود.

۲. ترغیب به عقل‌مداری

هدایت جامعه به سمت عقلانی شدن به این معناست که روحانیت باید تلاش کند جامعه به‌ویژه نسل جوان را به سمت حاکم کردن قوه عاقله بر سایر قوای ادراکی و تحریکی سوق دهد. به‌جای اینکه قوه شهوت و غضب که از قوای تحریکی انسان است گریبان‌گیر جامعه و جوانان باشد و آنها را به ارتباطات شهوی و غضبی درگیر کند، تلاش بر این باشد تا در ارتباط با نسل جوان از محتوایی استفاده شود که قوه عاقله را تقویت کند و ارتباطات در حد فرشته‌خویی انسان‌ها برقرار شود.

۱. جوادی آملی، در دیدار رئیس سازمان ملی جوانان، ۱۳۸۹/۳/۲۳.

«شما خطبا، علما، استادان، مدرسان و مؤلفان بزرگوار، وظیفه اصلی شما این است که جامعه را عقلانی کنید، جامعه عقلانی به دنبال وهم و خیال و مُد و امثال ذلک نمی‌گردد هرگز جامعه عقلانی را نمی‌شود با ماهواره و امثال ماهواره منحرف کرد.»^۱ بنابراین روحانی باید به جامعه‌پذیر کردن دینی جوانان همت گماشته، او را به تعقل در مسائل اعتقادی و فکری و تعبد در امور عبادی ترغیب کند. «طبیعت پرانرژی جوان که بهترین ابزار صعود او به درجات والای مادی و معنوی است اگر به فرمان عقل درنیاید، خود سرچشمه فسادگری می‌شود که نیروی جوانی را به بیراهه می‌برد و ضایع می‌کند» (جوادی آملی، ۱۳۸۹: ۲۱۰). «جامعه، مخصوصاً نسل نو و جوان، قابل صورت‌های گونه‌گون است که اگر اولیای منزل و مدرسه، هنرمندی کنند و آن‌را به عقل و عدل بیارایند، زیبا می‌شود، وگرنه دیگری از آنها اهریمن می‌سازد» (همان، ۱۳۸۹: ج ۳۲۲).

۳. شناساندن آموزه‌های ناب دینی

آیت‌الله جوادی بر این باورند که جوان هنوز از فطرت خود فاصله‌ای نگرفته و قابلیت انعطاف دارد. باید آنها را با آموزه‌های ناب دینی آشنا کرد. این آشنایی جز با محتوای ناب دینی، میسر نمی‌شود. از این رو، تجهیز جوان به آموزه‌ها، آن هم با استدلال محکم و البته درخور فهم او، اهمیت ویژه‌ای دارد.

ناآشنایی جوانان با ارزش‌های اسلام و انقلاب، به تدریج زمینه‌ساز رخنه فرهنگ بیگانه در پیکره نظام اسلامی خواهد شد. از این رو، رسالت عالمان و فرهیختگان در شرایط کنونی جامعه، آگاه کردن نسل جوان است تا آنان از مسیر مستقیم اسلام و انقلاب منحرف نشوند و انقلاب از هجوم فرهنگی دشمنان آسیب نبیند (همان، ۱۳۸۸: ج ۲۴۵).

بنابراین توجه به عقلانیت در ارتباط با جوان، اقتضا می‌کند تا بر اساس ویژگی انعطاف‌پذیری جوان، روحانیت برای آگاهی‌بخشی به این قشر، از محتوای ناب دینی استفاده کند.

۱. جوادی آملی، در دیدار با خطبای نخبه کشور ۱۳۹۱/۸/۲۲.

۴. ترغیب به مطالعه و تولید دانش

ایشان یکی از ویژگی‌های دوران جوانی را خامی و نپختگی می‌دانند و معتقدند جوان هنوز به آگاهی‌های لازم دست نیافته و تجربه لازم را کسب نکرده است. از این رو بایسته است در ارتباط با نسل جوان به علم و آگاهی این قشر توجه ویژه شود.

«عمر جوان که سرمایه اوست، اگر صرف تحصیل علم، تحقیق و معرفت و پژوهش درباره نوآوری و شکوفایی علوم طبیعی و معارف فراطبیعی باشد، در راستای هندسه خلقت به کار گرفته می‌شود» (همان، ۱۳۸۱: ۱۴). «متأسفانه بسیاری از جوانان ما اهل مطالعه و محضر نیستند، گروه اندکی اهل مطالعه و تحقیق هستند. انسان باید یا مکتب ببیند یا محضر، یعنی یا کتاب مطالعه کند تا چیزی نصیبش شود یا از محضر عالمان دینی، محافل مذهبی و هیئت‌های مذهبی استفاده کند.»^۱

۵. صیانت از آسیب‌های اجتماعی و فرهنگی

توجه به نیازهای نسل جوان و ارائه راه‌حل مناسب می‌تواند در حفظ جوانان سهم بسزایی داشته باشد. در ارتباط با نسل جوان، روحانیت باید مواردی را مدنظر قرار دهد که احتمال آسیب دیدن جوان‌ها در آن زیاد است تا بتواند آنها را از گزند آسیب‌های اجتماعی و فرهنگی حفظ کند. «همگان باید تلاش و کوشش کنیم تا از طریق راه‌حل‌های مختلف، جوانان را از آفت‌ها و آسیب‌های اجتماعی و فرهنگی نجات دهیم» (همان).

نسل سوم انقلاب هیچ چاره‌ای جز برون‌رفت از حصار تهاجم فرهنگی ندارد، وگرنه در بند شیخون بیگانه گرفتار خواهد آمد، زیرا تبلیغ سوء، آموزش بد، رفتار ناهنجار و بی‌بند و باری چون نیش پشه آلوده و نفوذ میکروب، سمی است که سریع‌التأثیر و بطی‌الزوال است. مثلاً شکستن سر در یک لحظه است، ولی درمان آن به درازا می‌کشد. شبهه علمی یا شهوت عملی نسبت به جوان کم‌تجربه سریعاً اثر می‌گذارد، ولی برطرف نمودن آن سهل نیست (جوادی‌آملی، ۱۳۸۸: ج ۲۴۶).

۱. جوادی آملی، در دیدار فرمانده نیروی انتظامی استان قم.

۶. ارائه الگوهای سازنده به جوانان

انسان‌ها به‌نوعی در رفتارها، کنش‌ها و منش‌ها، فرد یا گروهی را معیار و میزان قرار می‌دهند و تلاش می‌کنند در همهٔ جهات زندگی به او تشابه پیدا کنند، چراکه او را در ذهن خود برتر و دارای فضائل و کمال می‌پندارند. روحانی موفق کسی است که به معرفی الگوها و گروه‌های مرجع جذاب و ارزشمند بپردازد یا خود به الگویی مناسب تبدیل شود. باید نسل جوان را با آثار بزرگان و شخصیت‌ها آشنا کرد. نسل امروز نیازمند شناخت و آگاهی هر چه بیشتر با ابعاد شخصیتی و وجودی بزرگانی است که عمر خود را در راه رشد، اعتلا و پیشرفت کشور و میهن صرف کرده و کتب ارزشمندی را از خود برای استفادهٔ نسل امروز به‌عنوان آثار ماندگار و فاخر به یادگار گذاشته‌اند^۱ (همان، ۱۳۹۰).

۷. ترغیب به تزکیه و مراقبت از نفس

چنانچه جامعه‌ای بدون تزکیه باشد مردمان آن جامعه آثار جهل و غفلت را خواهند دید. در آن جامعه دیگر انسانیت حاکم نخواهد بود و مردم، مثل حیوانات فقط دنبال سیر کردن شکم خود خواهند بود. بنابراین از جمله نقش‌های ورثهٔ انبیاء در اندیشهٔ آیت‌الله جوادی، مذهب ساختن انسان‌ها به‌ویژه جوان‌هاست.

«جوانان منتظر باید با تهذیب و تزکیهٔ نفس، ساحت اندیشه و انگیزه‌شان را از هرچه غیر خداست منزّه کنند و با اعراض از هر مقصد و مقصودی جز خدا، چهرهٔ جان خویش را به‌سوی خدای بزرگ معطوف دارند و برای او خالص شوند» (همان، ۱۳۸۴ الف: ۲۰۳). تا اینجا محتوای ارتباط روحانیت با نسل جوان با الهام از رسالت‌ها و ویژگی‌های طرفین ارتباط مورد بررسی قرار گرفت و یکی از عناصر اصلی ارتباط در پیام، عقلانیت بود که به اختصار تبیین شد. اکنون به عنصر دیگر آن، یعنی صداقت می‌پردازیم تا مصادیق آن در ارتباط این دو قشر روشن شود.

۱. جوادی‌آملی، در دیدار با وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۹۰/۵/۱۰.

مصادیق صداقت در ارتباط روحانی با نسل جوان

طبق تعریفی که آیت‌الله جوادی از صداقت دارند می‌توان تمام مواردی را که به‌نوعی به‌نحوه‌ارائه پیام و تأثیر آن در نسل جوان مربوط می‌شود زیرمجموعه مفهوم صداقت دانست، زیرا اینها موجب می‌شود پیامی که به نسل جوان ارائه می‌شود به‌نحو مطلوب بیان شود.

۱. فصاحت بیان

فصاحت آن است که متکلم، مقاصد خود را با تعابیر و واژه‌های روان و فصیح بیان کند و این خصوصیت در او به‌صورت ملکه درآمده باشد. لذا در تعریف آن چنین گفته‌اند: ملکه‌ای است که به کمک آن می‌توان مقصود را به لفظی فصیح بازگفت (هاشمی، ۱۳۸۸: ۲۲-۱۱).

فصاحت گفتار، در ابلاغ پیام‌های الهی سهم مؤثری دارد. انسان ممکن است حرف خوب بزند، اما نتواند خوب حرف بزند. اگر کسی بتواند خوب حرف بزند و حرف خوب بزند، گفتارش مؤثرتر است. مبلغ الهی هر چه شیواتر سخن بگوید، پیام او دلپذیرتر و دلنشین‌تر است (جوادی‌آملی، ۱۳۸۹: ۱۶۹).

«تبلیغ دینی، یک راه خاص خودش را دارد حتی اگر ما عصای موسی را هم داشته باشیم، ید بیضا را هم داشته باشیم، یک بیان فصیح لازم است» (همان، ۱۳۹۱).

۲. ادب در گفتار

رعایت ادب در گفتار برای روحانیت یک ضرورت است، روحانی هر قدر هم که زیبا و مستدل سخن بگوید، کافی است فقط واژه‌های قبیح و با بار منفی به‌کار ببرد، در این‌صورت تمام کلام و ارتباط او تحت‌الشعاع قرار می‌گیرد. اما اگر ارتباط (کلامی یا غیرکلامی) با نسل جوان، همراه با ادب و احترام باشد، نسل جوان، احساس شخصیت می‌کنند، به ادب متکلم پی می‌برند و این خود سبب ارتباط مطلوب می‌شود.

الگوی ارتباطی روحانیت با ... ❖ ۱۳۳

❖ سال پانزدهم، شماره بیست و هفتم، پاییز ۱۳۹۳

«ادب، ظرافت ویژه در گفتار، کردار و رفتار است. مواد خامی که ممکن است به گونه‌های متفاوت در قول، فعل و روش، ارائه شود، اگر با زیبایی خاص و هنر مخصوص تجلی یابد، همراه با ادب خواهد بود» (همان، ۱۳۸۸ الف: ۴۷). «ادب کلام، نمایانگر ادب و اخلاق متکلم است» (همان، ۱۳۸۸ ا: ۲۵). از این رو ادب در گفتار در ارتباط با نسل جوان اهمیت بیشتری پیدا می‌کند.

۳. عطوفت و مهربانی

آیت‌الله جوادی، عطوفت در ارائه دین را یکی از مصادیق صداقت و تنها دستاویز روحانیت در ارتباط با مردم به‌ویژه نسل جوان می‌داند.

فقها و مبلغان دین، موظفند مردم را با لحنی نرم به‌سوی دین فرابخوانند و با عطوفت و مهربانی آنان را با ابعاد مهرآمیز دین آشنا کنند، عطوفت و زبان محبت‌آمیز، ابزاری انتخابی و اختیاری برای تبلیغ و ارائه دین نیست، بلکه طبق آیات قرآن، تنها وسیله و دستاویز معرفی دین به حساب می‌آید (همان، ۱۳۸۷ ب: ۲۰۹).

۴. بلاغت در کلام

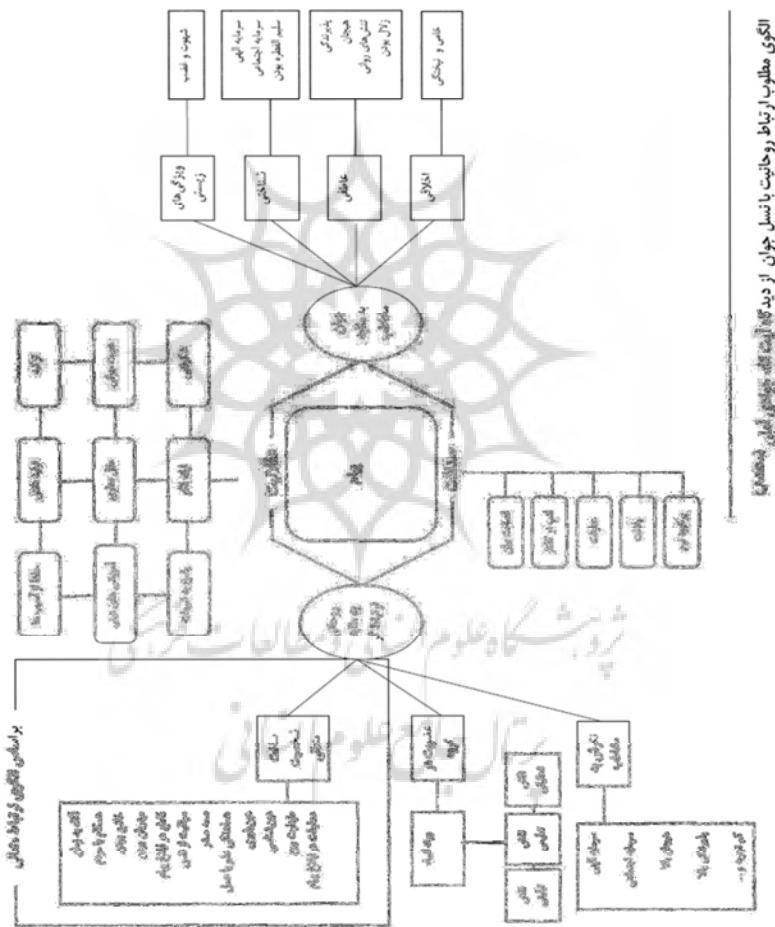
بلاغت در کلام عبارت است از مطابقت کلام با مقتضای حال همراه فصاحت آن. (هاشمی، ۱۳۸۸: ۲۲-۱۱) یعنی علاوه بر اینکه کلام باید فصیح باشد، باید با مقتضای حال نیز تطابق داشته باشد. «مقصود از (قُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا؛ بقره/ ۸۳)، سخنی نیست که خوشایند دیگران باشد، بلکه مراد آن است که محتوای آن سخن به مصلحت آنان و روش آن مقبول و دلپذیر باشد» (همان، ۱۳۸۹ ا: ۳۶۴).

روحانی باید با توجه به تغییرات و مقتضیات زمانی، با نسل جوان ارتباط برقرار کند و نیازها و انتظارات آنها را مورد توجه قرار دهد. «خوب حرف زدن با رعایت آداب فصاحت، بلاغت و رعایت نکات ادبی و ادب» (همان، ۱۳۹۱). گوینده‌ای که بدون رعایت بلاغت،

۱. جوادی آملی، در جمع اعضای دانشکده ارتباطات دانشگاه تهران، ۱۳۹۱/۱۲/۱۴.

بیش از ظرفیت و استعداد مخاطب سخن می‌گوید، تنها ثمره‌اش، ضایع کردن وقت خود و شنونده است، زیرا نه مخاطب بهره‌ای از آن می‌برد و نه خودش نسبت به آن اجر تعلیم دارد (همان، ۱۳۸۹ الف: ۱۸۴).

با توجه به تبیین‌های فوق از مؤلفه‌های معنایی روحانیت و نسل جوان در اندیشه آیت‌الله جوادی، الگوی ارتباطی روحانیت با نسل جوان به شکل زیر ارائه می‌شود.



تصویر الگوی ارتباطی روحانیت با نسل جوان

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

بر مبنای انسان‌شناسی آیت‌الله جوادی آملی، سه الگوی ارتباطی متدانی، متعارف و متعالی در ارتباطات انسانی قابل شناسایی است. در الگوی ارتباطات متعالی روحانیت و نسل جوان، چهار مؤلفه ذیل مورد تأکید قرار می‌گیرد.

۱. هویت گروهی: روحانی باید بداند که ورثه انبیاء است و عضویت در گروه انبیاء دارد. بنابراین، ارتباطش با جوان نیز باید پیامبرگونه باشد؛
۲. ساخت شخصیت: روحانی بر پایه الگوی ارتباطات متعالی که در مرحله امارت عقل بر قوای شهوت و غضب است، باید دارای ویژگی‌های متعالی باشد تا ارتباطش با نسل جوان به‌نحو مطلوب صورت بگیرد، از جمله آگاهی به زمان، خشیت الهی، قاطعیت، طهارت روح، سعه صدر و ...؛
۳. نگرش به مخاطب: روحانی در ارتباط با نسل جوان باید شناخت درستی از ویژگی‌های آنها داشته باشد تا بتواند ارتباط مطلوبی برقرار کند. توجه به ویژگی‌های شناختی، زیستی، عاطفی و اخلاقی، مهم به‌نظر می‌رسد؛
۴. عقلانیت و صداقت در پیام: روحانیت، در ارتباطات کلامی با نسل جوان باید به پیام توجه ویژه‌ای داشته باشند، زیرا محتوای ارتباط باید عقلانیت لازم را داشته و برخوردار از صداقت نیز باشد. به‌عبارت بهتر، پیام، هم باید مستدل باشد و هم خوب بیان شود.

منابع و مأخذ

- آریان‌پور، عباس و منوچهر، (۱۳۶۶). *فرهنگ فشرده انگلیسی به فارسی*. چاپ دهم، تهران.
- توسلی، غلام‌عباس، (۱۳۶۹). *نظریه‌های جامعه‌شناسی*. چاپ اول، تهران: سمت.
- جباری، محمدرضا، (۱۳۸۲). *سازمان و کالت در عصرنامه*. چاپ اول، مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی (ره).
- جوادی آملی، عبدالله، (۱۳۹۰/۵/۱۰). در دیدار با سید محمد حسینی وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی، قابل دسترسی <http://www.tebyan.net/newindex.aspx?pid=934&articleID=607619>
- جوادی آملی، عبدالله، (۱۳۸۱ الف). *سروش هدایت*. جلد ۱، چاپ پنجم، قم: اسراء.
- جوادی آملی، عبدالله، (۱۳۸۱ ب). *سروش هدایت*. جلد ۲، قم: اسراء.
- جوادی آملی، عبدالله، (۱۳۸۴ الف). *بنیان مرصوص امام خمینی (ره)*. چاپ هشتم، قم: اسراء.
- جوادی آملی، عبدالله، (۱۳۸۴ ب). *حماسه و عرفان*. چاپ هشتم، قم: اسراء.
- جوادی آملی، عبدالله، (۱۳۸۷ الف). *مبایده اخلاق در قرآن*. چاپ ششم، قم: اسراء.
- جوادی آملی، عبدالله، (۱۳۸۷ ب). *نسبت دین و دنیا*. چاپ پنجم، قم: اسراء.
- جوادی آملی، عبدالله، (۱۳۸۸ الف). *ادب فنای مقرران*. چاپ پنجم، قم: اسراء.

- جوادی آملی، عبدالله، (۱۳۸۸ ب). *اسلام و محیط زیست*. چاپ پنجم، قم: اسراء.
- جوادی آملی، عبدالله، (۱۳۸۸ پ). *وحی و نبوت*. چاپ اول، قم: اسراء.
- جوادی آملی، عبدالله، (۱۳۸۸ ت). *تسنیم*. جلد ۱، چاپ هشتم، قم: اسراء.
- جوادی آملی، عبدالله، (۱۳۸۸ ث). *تسنیم*. جلد ۸، چاپ سوم، قم: اسراء..
- جوادی آملی، عبدالله، (۱۳۸۸ ج). *شکوفایی عقل در پرتو نهضت حسینی*. چاپ پنجم، قم: اسراء.
- جوادی آملی، عبدالله، (۱۳۸۹ الف). *ادب فتای مقریان*. چاپ هفتم، قم: اسراء.
- جوادی آملی، عبدالله، (۱۳۸۹ ب). *امام مهدی موجود موعود*. چاپ ششم، قم: اسراء.
- جوادی آملی، عبدالله، (۱۳۸۹ پ). *انسان از آغاز تا انجام*. چاپ دوم، قم: اسراء.
- جوادی آملی، عبدالله، (۱۳۸۹ ت). *تسنیم*. جلد ۱۸، چاپ دوم، قم: اسراء.
- جوادی آملی، عبدالله، (۱۳۸۹ ث). *تسنیم*. جلد ۵، چاپ پنجم، قم: اسراء.
- جوادی آملی، عبدالله، (۱۳۸۹ ج). *تفسیر انسان به انسان*. چاپ پنجم، قم: اسراء.
- جوادی آملی، عبدالله، (۱۳۸۹ چ). *تسنیم*. جلد ۱۷، چاپ دوم، قم: اسراء.
- جوادی آملی، عبدالله، (۱۳۸۹ ح). *سیره پیامبران در قرآن*. چاپ پنجم، قم: اسراء.
- جوادی آملی، عبدالله، (۱۳۹۱/۱۲/۱۴). در جمع اعضای دانشکده ارتباطات دانشگاه تهران،
<http://portal.esra.ir>
- جوادی آملی، عبدالله، (۱۳۸۹/۸/۱۶). در دیدار فرمانده انتظامی استان قم و اعضای هیئت اجرایی همایش
بررسی نقش پیشگیری از وقوع جرم با استفاده از فرهنگ دینی،
<http://portal.esra.ir>
- جوادی آملی، عبدالله، (۱۳۹۱/۸/۲۲). در دیدار با خطبای نخبه و برتر کشور
<http://portal.esra.ir>
- جوادی آملی، عبدالله، (۱۳۸۹/۳/۲۳). در دیدار با رئیس سازمان ملی جوانان مهرداد بذرپاش
<http://www.farsnews.com/newstext.php?nn=8903241148>
- جوادی آملی، عبدالله، (۱۳۷۸/۹/۴). در دیدار با اعضای ستاد برگزاری اجلاس حوزه و تبلیغ،
<http://portal.esra.ir>
- حسینی زاده، سیدعلی و محمدعلی حاجی ده‌آبادی، (۱۳۸۶). *بررسی مسائل تربیتی جوانان در روایات*.
چاپ سوم، پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
- دهخدا، علی اکبر، (۱۳۷۳). *لغت‌نامه*. دانشگاه تهران.
- ساروخانی، باقر، (۱۳۳۸). *جامعه‌شناسی ارتباطات*. چاپ دوم، تهران.
- ساروخانی، باقر، (۱۳۷۰). *دایرةالمعارف علوم اجتماعی*، تهران: کیهان.

❖ ۱۳۸ مطالعات فرهنگ - ارتباطات

- شجاعی زند، علیرضا، (۱۳۸۸). «روحانیت و موقعیت جدید». *شیعه‌شناسی*، سال هفتم، شماره ۲۶.
- شرفی، محمدرضا، (۱۳۸۰). *جوان و بحران هویت*. تهران: سروش.
- شفرز، برنهارد، (۱۳۸۴). *مبانی جامعه‌شناسی جوانان*. مترجم کرامت‌الله راسخ، چاپ دوم، تهران: نی.
- فیسک، جان، (۱۳۸۸). *درآمدی بر مطالعات ارتباطی*. مترجم مهدی غیرایی، تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
- قائمی، علی، (۱۳۸۱). *دنیای جوان*. تهران: سازمان ملی جوانان.
- لکزایی، نجف، (۱۳۹۰). «دلالت‌های امنیتی انسان‌شناسی آیت‌الله جوادی آملی». *اسراء*، شماره ۹.
- محسنیان‌راد، مهدی، (۱۳۹۱). *ارتباطات انسانی*، چاپ اول، تهران: سمت.
- معصومی، علی، (۱۳۹۰). «نظریه‌ای در تبیین مناسبات روحانیت و دولت اسلامی با تأکید بر دیدگاه امام خمینی». پایان‌نامه دوره دکتری، قم: مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی (ره).
- معین، محمد، (۱۳۶۲). *فرهنگ فارسی*. جلد ۱، چاپ پنجم، تهران.
- مک‌کوایل، دنیس، (۱۳۸۸). *مدل‌های ارتباطات جمعی*. مترجم گودرز میرانی، تهران: دفتر پژوهش‌های رادیو.