



دانشگاه باقرالعلوم (ع)
(عبر دولتی - غیر انتفاعی)

دانشکده علوم سیاسی و علوم اجتماعی
دانشگاه باقرالعلوم (ع)

پایان نامه جهت اخذ درجه کارشناسی ارشد
رشته تبلیغ و ارتباطات فرهنگی

عنوان:

طراحی الگوی مطلوب ارتباط روحانیت با نسل جوان با تأکید بر دیدگاه آیت الله جوادی آملی (مدظله العالی)

استاد راهنما:

حجت الاسلام والمسلمین دکتر کریم خان محمدی

استاد مشاور:

حجت الاسلام والمسلمین دکتر شمس الله مریجی

نگارش:

سیدعباس حسینی

زمستان ۱۳۹۱

چکیده

از آنجا که ارتباط مطلوب روحانیت با نسل جوان می‌تواند در تحولات سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و حتی دینی کشور سرنوشت ساز باشد. این پژوهش تلاش دارد تا با کمک گرفتن از الگوهای ارتباطی موجود درباره نسل جوان و همچنین با الهام از اندیشه های ناب دینی حضرت آیت الله جوادی آملی به ارائه الگوی مطلوب ارتباط روحانیت با نسل جوان بپردازد. برای دستیابی به چنین الگویی از روش تحلیلی (تحلیل به مؤلفه های معنایی) استفاده شده است؛ به این معنا که ابتدا مؤلفه های معنایی روحانیت و نسل جوان در اندیشه آیت الله جوادی، استخراج و سپس با قرار دادن آنها در کنار یکدیگر الگوی ارتباطی آنها ارائه شد. برپایه انسان شناسی ایشان، در ارتباطات انسانی سه الگوی ارتباطی شناسایی شد: الگوی ارتباطی متدانی، متعارف و متعالی. در راستای الگوی ارتباط متعالی، ارتباط روحانیت و نسل جوان که هدف این پژوهش است، مورد واکاوی قرار گرفت. ایشان در این الگو، علاوه بر توجه به ساخت شخصیت روحانی بر پایه الگوی ارتباط متعالی و عضویت گروهی آنها، ویژگی های دوران جوانی را نیز مورد توجه قرار می دهند و بر این باورند که روحانیت با مراعات دو عنصر محوری یعنی عقلانیت (حرف خوب زدن) که ناظر به محتوای پیام است و صداقت (خوب حرف زدن) که ناظر بر نحوه ارائه پیام است، می تواند با نسل جوان ارتباط مطلوب برقرار کند. در این الگو، با توجه به رسالت های روحانیت و ویژگی های نسل جوان، عقلانیت اقتضا می کند روحانی در ارتباط با نسل جوان، به مؤلفه های زیر توجه کند: سعی کند محتوای ارتباطش شناساندن هویت جوان، ترغیب به عقل مداری، شناساندن آموزه های دینی، ترغیب به علم آموزی و مطالعه، توجه به آسیب های مدرن، توجه به شبهات ذهنی، ترغیب به مراقبت از نفس و ارائه الگوهای سازنده باشد. همچنین با توجه به معنای صداقت، شایسته است روحانی، مواردی که به ارائه پیام مربوط می شود؛ مراعات نماید که از جمله می توان به این موارد اشاره کرد: فصاحت بیان، ادب در گفتار، عطف و مهربانی در ارائه دین، بلاغت در کلام، برخورد محبت آمیز.

کلید واژه‌ها: آیت الله جوادی آملی، روحانیت، نسل جوان، الگوی ارتباطی، عقلانیت، صداقت.

فهرست مطالب

۱.....	فصل اول: کلیات و مفاهیم.....
۲.....	۱. بیان مسأله.....
۳.....	۲. سؤالات تحقیق.....
۳.....	۳. اهمیت و ضرورت تحقیق.....
۴.....	۴. پیشینه تحقیق.....
۵.....	۵. اهداف تحقیق.....
۵.....	۶. مفاهیم پژوهش.....
۵.....	۱.۷. روحانیت.....
۶.....	۲.۷. نسل جوان.....
۷.....	۱.۲.۷. نسل.....
۷.....	۲.۷.۲. جوان.....
۸.....	۳.۷. الگوی ارتباطی.....
۹.....	۱.۳.۷. الگو.....
۱۰.....	۲.۳.۷. ارتباط.....
۱۲.....	۷. روش تحقیق.....
۱۵.....	فصل دوم: ادبیات نظری تحقیق.....
۱۶.....	درآمد.....
۱۶.....	۱. روحانیت.....

۱۷	۱.۱. واژه های مرتبط با روحانیت
۱۹	۲.۱. ضرورت وجود نهاد روحانیت
۲۱	۱.۳. ضرورت وجود روحانیت در قرآن
۲۲	۱.۴. نقش های روحانیت در زمان حضور معصوم (ع)
۲۳	۱.۵. نقش روحانیت در زمان غیبت معصوم (ع)
۲۴	۱.۶. وظایف یا رسالت های روحانیت
۲۵	۱.۱.۶. رسالت های سنتی و اصیل روحانیت
۲۸	۱.۶.۲. رسالت های تاریخمند روحانیت
۳۰	۱.۷. رسالت های روحانیت بعد از انقلاب اسلامی
۳۳	۲. جوان
۳۳	۲.۱. تعریف جوانی
۳۴	۲.۲. اهمیت دوران جوانی
۳۵	۲.۳. اهمیت شناخت جوانان برای روحانیت
۳۶	۲.۴. ویژگی های دوران جوانی
۳۶	۲.۴.۱. ویژگی های زیستی و غریزی
۳۹	۲.۴.۲. ویژگی های فکری و شناختی
۴۰	۲.۴.۳. ویژگی های عاطفی
۴۱	۲.۴.۳. ویژگی های اخلاقی
۴۲	۳. الگوهای ارتباطی موجود درباره نسل جوان
۴۲	۳.۱. الگوهای ارتباطی
۴۳	۳.۱.۱. الگوهای خطی
۴۵	۳.۱.۲. الگوهای غیرخطی
۴۷	۲.۳. الگوهای ارتباط با جوانان
۴۷	۱.۲.۳. الگوی مبتنی بر اقتدار
۴۸	۲.۲.۳. الگوی مبتنی بر انتظار
۴۸	۳.۲.۳. الگوی مبتنی بر اعتماد

فصل سوم : الگوی مطلوب ارتباط روحانیت با نسل جوان در اندیشه آیت الله جوادی آملی

۵۱
۵۲ درآمد
۵۴ ۱. مبانی انسان شناختی.....
۵۴ ۱.۱. دیدگاه فلسفی.....
۵۷ ۱.۲. دیدگاه قرآنی.....
۶۰ ۲. الگوهای ارتباطات انسانی.....
۶۰ ۲.۱. الگوی ارتباط متدانی.....
۶۲ ۲.۲. الگوی ارتباط متعارف.....
۶۲ ۲.۳. الگوی ارتباط متعالی.....
۶۴ ۳. انواع رسالت های روحانیت.....
۶۵ ۳.۱. تبیین بینات و هدایتها.....
۶۶ ۳.۲. حفظ و دفاع از دین.....
۶۷ ۳.۳. عقلانی کردن جامعه.....
۶۷ ۳.۴. انذار.....
۶۸ ۳.۵. ترغیب به تعلیم و تزکیه.....
۶۹ ۳.۶. رهبری جامعه.....
۷۰ ۳.۷. دعوت مردم به سوی خدا.....
۷۰ ۳.۸. شکوفا کردن گنجینه های درونی جامعه بشری.....
۷۱ ۳.۹. انقلاب فرهنگی.....
۷۲ ۳.۱۰. نوآوری.....
۷۳ ۳.۱۱. نفوذ در درون دل های مردم.....
۷۴ ۴. نقش های سه گانه روحانیت.....
۷۶ ۵. ویژگی های روحانیت.....
۷۶ ۵.۱. دین شناسی و دین باوری.....
۷۷ ۵.۲. خشیت الهی.....

۷۸	۵.۳. عطوفت و مهربانی در ارائه دین.....
۷۸	۵.۴. قاطعیت و صراحت در ابلاغ پیام.....
۷۹	۵.۵. مراقبت از نفس.....
۷۹	۵.۶. سعه صدر.....
۸۱	۵.۷. طهارت روح.....
۸۳	۵.۸. هماهنگی علم و انگیزه.....
۸۴	۵.۹. همراه و همدم با مردم.....
۸۵	۵.۱۰. آگاه به زمان.....
۸۶	۶. ویژگی های دوران جوانی.....
۸۶	۶.۱. جوانی سرمایه ای الهی.....
۸۷	۶.۲. جوانی سرمایه اجتماعی.....
۸۷	۶.۳. دوره پذیرندگی و انعطاف پذیری.....
۸۸	۶.۴. دوره هیجان.....
۸۹	۶.۵. سلیم الفطره بودن.....
۸۹	۶.۶. دوره جاذبه ها.....
۹۰	۶.۷. خامی و نپختگی.....
۹۱	۶.۸. جوان همانند آب زلال است.....
۹۲	۶.۹. گرایش به امور حسی.....
۹۲	۶.۱۰. تنش های روانی.....
۹۲	۷. الگوی ارتباطی روحانیت با نسل جوان.....
۹۳	۷.۱. عقلانیت.....
۹۴	۷.۲. صداقت.....
۹۶	۸. مؤلفه های عقلانیت در ارتباط روحانی با نسل جوان.....
۹۷	۸.۱. حق محوری.....
۹۸	۸.۲. نیازسنجی (رعایت مصلحت).....
۹۹	۸.۳. یقین.....

۹۹	۹. مصادیق عقلانیت در ارتباط روحانی با نسل جوان
۱۰۰	۹.۱. هویت بخشی
۱۰۱	۹.۲. ترغیب به عقل مداری
۱۰۲	۹.۳. شناساندن آموزه های ناب دینی
۱۰۳	۹.۴. ترغیب جوانان به مطالعه و تولید دانش
۱۰۴	۹.۵. حفظ جوانان از آسیب های اجتماعی و فرهنگی
۱۰۵	۹.۶. دعوت جوانان به سوی خدا
۱۰۶	۹.۷. شکوفا کردن گنجینه های درونی
۱۰۷	۹.۸. پاسخ به شبهات ذهنی جوانان
۱۰۷	۹.۹. ارائه الگوهای سازنده به جوانان
۱۰۸	۹.۱۰. ترغیب به تزکیه و مراقبت از نفس
۱۰۹	۱۰. مصادیق صداقت در ارتباط روحانی با نسل جوان
۱۰۹	۱۰.۱. فصاحت بیان
۱۱۱	۱۰.۲. ادب در گفتار
۱۱۲	۱۰.۳. عطوفت و مهربانی
۱۱۳	۱۰.۴. بلاغت در کلام
۱۱۴	۱۰.۵. برخورد نرم و محبت آمیز
۱۱۶	۱۱. تصویر الگوی مطلوب ارتباط روحانیت با نسل جوان
۱۱۹	فصل چهارم: جمع بندی و رهاورد تحقیق
۱۲۴	۱. مشکلات تحقیق
۱۲۴	۲. پیشنهادها
۱۲۶	منابع
۱۲۶	الف) کتاب ها
۱۳۰	ب) مقالات

فصل اول: کلیات و مفاهیم

۱. بیان مسأله

ارتباط روحانیت با نسل جوان همیشه در تحولات سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و حتی دینی کشور سرنوشت ساز بوده است؛ انقلاب اسلامی ایران نیز نتیجه و نمونه بارز چنین ارتباطی محسوب می‌شود. اما پس از گذشت بیش از سه دهه از انقلاب اسلامی و تشکیل حکومت دینی و در رأس قرار گرفتن روحانیت به نظر می‌رسد نگرش امروزه مردم، بالاخص نسل جوان، به روحانیت با نگرش آنها در اوائل انقلاب متفاوت شده است. و از سوی دیگر امروزه دشمنان اسلام با تخریب جایگاه روحانیت تلاش می‌کنند تا بین این دو قشر مؤثر گسست ایجاد کنند تا به اهداف شوم خود که از بین بردن دین در عرصه های مختلف است برسند. همچنین جریان های مختلف فرهنگی و سیاسی فراوانی با جاذبه های گوناگون در صدد فریب جوانان هستند. برای جلوگیری از تلاش های دشمنان و مقابله با چنین هجمه هایی، به نظر می‌رسد باید روحانیت با نسل جوان ارتباط مطلوبی برقرار کند؛ زیرا که با ارتباط مطلوب است که روحانیت می‌تواند رسالت سنگین خود را انجام دهد و نسل جوان را از جهت معرفتی، رفتاری و اخلاقی تأمین و از گزند آسیب های فردی و اجتماعی حفظ کند. منظور از ارتباط فقط سخن گفتن با جوان و شنیدن سخن آنان نیست؛ زیرا سخن گفتن همیشه نشانه ایجاد ارتباط مطلوب نیست. به همین دلیل، مراد ما از ارتباط، ارتباط بین طرفین، مداوم، تأثیرگذار و نتیجه بخش است. حال این ارتباط مطلوب، باید دارای چه مؤلفه هایی باشد تا روحانیت با استفاده از این الگوی ارتباطی بتواند تعاملی سازنده و مطلوب با جوان داشته باشد؟ به نظر می‌رسد شناختن جایگاه و رسالت هر یک از طرفین ارتباط (روحانیت و جوان) و ویژگی های آنان می‌تواند ما را در دستیابی به هنجارهای حاکم بر عناصر اصلی ارتباط کمک کند تا با شناسایی این هنجارها به محورهای اصلی ارتباط رهنمون شده و نهایتاً به ارائه یک الگوی ارتباطی مطلوب دست یابیم؛ از آنجا که ارائه الگوهای هنجاری بدون

ابتداء به نظریه های تبیینی ناممکن بوده و هر یک از مکاتب فکری جدید به دنبال حاکمیت هنجارهای خویش هستند؛ از این رو لازم است الگوی ارتباطی مطلوب را در قالب یک مکتب فکری و فلسفی جامع و کامل که مبتنی بر قرآن و برهان است بیان کنیم. برای تحقق این امر، از بارزترین شخصیت های معنوی و علمی که با استفاده کامل از اساتید معرفت و اساطین معنویت، درخشش کم نظیری در مکتب فکری صدرایی (که جز با اندیشه ای راسخ و پایدار و انگیزه ای ماندگار بدست نمی آید) داشته استاد علامه حضرت آیت الله جوادی آملی است. در این تحقیق، دیدگاه ها و تفکرات این شخصیت برجسته دینی که به حق غواص ماهر دریای عمیق قرآن و حاذق ترین طایر آسمان حکمت که با تمام وجود قدح حکمت را نوشیده است مورد بررسی قرار می گیرد؛ تا بر اساس انسان شناسی ایشان مؤلفه های معنایی و هنجارهای حاکم بر هر یک از طرفین ارتباط (روحانیت، جوان) را شناسایی و در نتیجه یک الگوی ارتباطی - اسلامی جامعی ارائه دهیم.

۲. سوالات تحقیق

سؤال اصلی:

۱. الگوی مطلوب ارتباط روحانیت با نسل جوان از منظر آیت الله جوادی آملی چیست؟

سوالات فرعی:

۱. در مقوله ارتباط با نسل جوان چه الگوهایی وجود دارد؟

۲. رسالت و ویژگی های روحانیت به عنوان منبع پیام از منظر آیت الله جوادی کدام است؟

۳. ویژگی های نسل جوان و دوران جوانی به عنوان مخاطبین اصلی دریافت پیام از منظر آیت

الله جوادی کدام است؟

۳. اهمیت و ضرورت تحقیق

دین به عنوان فرا نهاد اجتماعی، تأثیر شگرفی بر سایر نهادهای اجتماعی داشته و هنجارها و ارزش های آنها را معین می سازد. در هر جامعه ای دین مفسران مورد اعتمادی دارد که در رفع ابهام ها و پاسخ به مسائل نوپیدای زندگی بشری مرجع انسانها بوده و اعضای جامعه برای ایشان نوعی تقدس و احترام قائل می باشند. دین مبین اسلام از آغاز پیدایش تاکنون تحولات شگرفی را در جامعه بشری پدید آورده و همه اقشار جامعه را به توحید، تهذیب نفس، معنویت، عدالت و

سایر ارزش های اجتماعی دعوت نموده است. پیشوایان دین در این میان به قشر جوان عنایت خاصی مبذول داشته اند؛ چرا که فرایند تغییر در نگرش و رفتار جوانان در مقایسه با بزرگسالان راحت تر انجام می پذیرد؛ در حالی که بزرگسالان پای بندی و مقاومت بیشتری نسبت به باورها، ارزشها و اعتقادات از خود نشان می دهند. با شکل گیری حوزه های علمیه و تربیت عالمان راستین، پیوسته یکی از مهمترین دغدغه های آنان نیز رهبری نسل جوان و هدایت ایشان در مسیر تکامل و سعادت بوده است. ارتباط با نسل جوان به ظرافتها و لطافت های خاصی نیازمند است. اگر دنیای عاطفی آنها را شناسیم اگر حساسیتها، تنوع طلبیها، شور و شرها و گرایشهای خاص این دوره را ندانیم در ارتباط با آنان دچار مشکل خواهیم شد. چرا که جوانان سرمایه های غنی و پراچ هر جامعه اند و بدون تردید آسیب پذیرترین و در عین حال پرنرژی ترین قشر از اقشار جامعه، هستند. آنان به مثابه آینده سازان و گردانندگان آینده جامعه، اصلی ترین سرمایه یک کشور محسوب می شوند.

تجلی عظیم تعامل روحانیت و جوانان در عرصه های مختلف، دشمنان را بر توان قدرت این دو واقف نموده و آنها را بر آن داشته تا همت مضاعف و نقطه ثقل تهاجم فرهنگی خویش را بر گسست میان آنان و تخریب هر دو پایگاه بکار گیرند.

از این رو، برای مصونیت بخشی جوانان از آسیب های فردی و اجتماعی و هدایت و راهنمایی آنان، لازم است با جوانان ارتباط مؤثر و مفید برقرار کنیم. بدون ارتباطات مؤثر اجتماعی جوانان نمی توانند به رشد و شکوفایی مطلوب شخصیت برسند. از این رو ضروری است تا تعامل این دو قشر مورد واکاوی قرار بگیرد و روحانیت و مبلغان دین با مؤلفه های یاری بخش، در ارتباط با جوانان آشنا شوند تا بتوانند با ارائه رفتار ارتباطی کارآمد، سازنده و مؤثر، مسائل جوانان را به نحو شایسته حل نمایند. بنابراین با ارائه این الگو، هریک از طرفین ارتباط از ویژگی ها و رسالت های خویش آگاه می شوند و می توانند ارتباطی سازنده و مؤثر با یکدیگر داشته باشند.

۴. پیشنهاد تحقیق

بر اساس تتبع، هیچ تحقیقی درباره دیدگاه های ارتباطی آیت الله جوادی آملی انجام نشده است هرچند در زمینه مناسبات روحانیت و نسل جوان، همایشی ملی در مهرماه سال ۱۳۸۸ در قم برگزار شده است و حاصل آن مجموعه مقالاتی است که در ۴ جلد به چاپ رسیده است؛ اما هیچ

یک از این مقالات به این موضوع و ارائه یک الگوی ارتباطی به ویژه از منظر آیت الله جوادی نپرداخته اند. نکته دیگر اینکه در هیچ یک از آثار ایشان فصل مستقلی به موضوع ارتباط روحانیت با نسل جوان و الگوی ارتباطی آنان اختصاص نیافته است؛ و این مسئله، انجام پژوهش را با مشکلاتی مواجه می‌کند. اما با این وجود می‌توان مباحث ارتباطی را با تکیه بر مبانی نظری ایشان از طریق استنباط و استناد و تحلیل متون در همه آثار ایشان ردیابی کرد. در زمینه ارتباط با نسل جوان کتاب‌ها و مقالات مختلفی نوشته شده که بیشتر به مهارت های ارتباطی و شیوه های ارتباط با جوانان پرداخته اند؛ اما هیچ یک از آنها به ارائه الگو نپرداخته‌اند.

۵. اهداف تحقیق

- ارائه الگوی ارتباطی مطلوب بین روحانیت و نسل جوان
- شناخت ویژگی‌ها و رسالت های روحانیت با تأکید بر دیدگاه های آیت الله جوادی آملی
- شناخت ویژگی های نسل جوان و نیازهای دوران جوانی با تأکید بر دیدگاه های آیت الله جوادی آملی.

۶. مفاهیم پژوهش

هدف این بخش بررسی اجمالی و شناخت مفاهیم کلیدی و محوری پژوهش است. در این راستا با توجه به عنوان تحقیق (طراحی الگوی مطلوب ارتباط روحانیت با نسل جوان با تأکید بر دیدگاه آیت الله جوادی آملی) تبیین و تحلیل سه مفهوم کلیدی «روحانیت، نسل جوان و الگوی ارتباطی» که نقش محوری دارند موجب می‌شود تا میان خوانندگان متن و نویسنده ذهنیت مشترکی از واژه‌ها به دست آید.

۱.۷. روحانیت

واژه روحانیت دارای معانی مختلفی است که به سه معنای متفاوت می‌توان اشاره کرد: ۱- معنویت در مقابل مادیت و جسمیت ۲- منسوب به روح، یا آنچه از مقوله و عالم روح و جان باشد. همچون عالم ملائکه و فرشتگان و عالم روح، عقل و نفس ۳- «روحانیان» به عنوان صنف یا گروهی از انسان‌ها. موضوع این تحقیق روحانیت به معنای سوم یعنی «روحانیان» است. تأسیس مذاهب کلامی و فقهی توسط رهبران مذاهب اسلامی و تربیت انسان‌هایی برای معرفی

دین و ابلاغ پیام آن از ویژگی های تاریخ صدر اسلام بعد از وفات پیامبر خدا (ص) است. در مکتب امامت پدیده تربیت شاگردان شایسته جهت معرفی اسلام و ابلاغ پیام حیات بخش آن همواره از اصول فعالیت های امامان شیعه علیهم السلام محسوب شده است. این جریان در عصر حضور امامان معصوم علیهم السلام به عنوان وکلا یا سفرای ائمه ظهور یافت^۱ و در عصر غیبت به عنوان راویان احادیث، فقها، مجتهدین، عالمان اسلام، مراجع تقلید و امروزه به عنوان روحانیت از اهمیت فوق العاده ای برخوردار و به نهادی ضروری جهت حفظ، تبیین و تبلیغ پیام دین اسلام و هدایت مردم بر اساس تعالیم آن تبدیل شده است.

شکل گیری حوزه های علمی دینی جهت تربیت انسان هایی است که بار رسالت عظیم شناخت و فهم عمیق و جامع دین و شناساندن آن به انسان ها را بر دوش بگیرند و جریانی به نام عالمان و رهبران دین را به وجود آورند ریشه در اصول و تعالیم اسلام و رسالت پیامبر خاتم و امامان معصوم علیهم السلام دارد. هرچند در متون و آموزه های دین اسلام عبارت و اصطلاحی به نام روحانی یا روحانیون که معرف جریان یا گروه خاصی به عنوان رهبران و عالمان دینی باشد، وجود ندارد ولی این بدان معنا نیست که اصل روحانیت در اسلام سابقه ندارد.^۲ با توجه به این پیشینه تاریخی، تعریف ما از واژه روحانیت عبارتست از «آن دسته از انسان های عالم و مؤمن به اصول، احکام و ارزش های دین اسلام که با طی مراحل نظام تعلیم و تربیت حوزه های علوم دینی، یکی از رتبه های اسلام شناسی از کارشناس دین اسلام گرفته تا عالیترین آن که مقام افتاء و مرجعیت تقلید است را احراز و از تقوا و پارسایی متناسب با آن رتبه و سطح مأموریت، برخوردار و در خدمت تبیین و ترویج اسلام قرار گرفته باشد که معمولاً با لباس خاص و به عنوان روحانیت نیز شناخته می شوند».

۲.۷. نسل جوان

چون این واژه ترکیبی از دو کلمه «نسل» و «جوان» است؛ ابتدا به صورت جدا به تعریف نسل و جوان می پردازیم و سپس منظور از ترکیب این واژه را بیان می کنیم.

۱- محمدرضا جباری، سازمان وکالت در عصر ائمه، مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی (ره)، ۱۳۸۲

۲. علی معصومی، نظریه ای در تبیین مناسبات روحانیت و دولت اسلامی با تأکید بر دیدگاه امام خمینی، پایان نامه دوره

دکتری قم: مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی (ره)، ۱۳۹۰، ص ۲۵

۱.۲.۷. نسل

دایره‌المعارف علوم اجتماعی، نسل^۱ را این چنین تعریف کرده است: «در جمعیت‌شناسی، به گروهی از افراد اطلاق می‌شود که مرحله‌ای از حیات را با یکدیگر آغاز کرده یا پایان داده باشند». از دیدگاه «بیگر» نیز منظور از نسل، گروهی از افراد است که در فاصله زمانی معینی به دنیا آمده‌اند. اصولاً این واژه در جامعه‌شناسی سیاسی که رفتار سیاسی را با نسل در ارتباط می‌داند، نقش دارد؛ زیرا نسل برای بیان اختلافات فردی و گروهی و نیز توضیح فرهنگ، منافع و رفتار، به اندازه طبقه اجتماعی، اهمیت دارد. منظور از واژه نسل، فاصله بین تولد والدین و تولد فرزندان است که معمولاً سی سال گرفته می‌شود؛ یعنی سه نسل در صد سال یا یک قرن.^۲

نسل به کلیه افرادی که در یک مجموعه اجتماعی برای نمونه در یک کشور زندگی می‌کنند و دارای ارزش یکسان هستند و تصویری نزدیک از زندگی دارند و از نظر سنی در محدوده‌ای مشخص از گروه سنی جوان تر و مسن تر از خود متمایز هستند می‌گویند.^۳

۲.۲.۷. جوان

واژه «جوان» ترجمه واژگان عربی «شاب» و «فتی» است و در زبان فارسی به معنایی چون: برنا، نوحاسته، به سن بلوغ رسیده، رشدیافته و هر چیزی که اندک زمانی از عمر آن گذشته باشد، بکار رفته است.^۴ جوان و جوانی بر اساس دیدگاه‌ها و فرهنگ‌های مختلف، مفهوم وسیع و گسترده‌ای به خود می‌گیرد و معنای متفاوت پیدا می‌کند. روانشناسان دوره سنی ۱۷ تا ۳۰ سالگی را دوره جوان می‌نامند و آن را با ورود به دانشگاه و آشنایی بیشتر فرد با تفکر منطقی، هم‌زمان می‌دانند.^۵ در فرهنگ‌های عمومی مردم، عوامل بسیاری چون: تأهل، مجرد، شغل، سن ازدواج، همبستگی گروهی با همسالان و تضاد نسل‌ها، در تعیین حد و مرز مفهوم جوان نقش دارند.^۶

۱. Generation

۲. باقر ساروخانی، دایره‌المعارف علوم اجتماعی، تهران: کیهان، ۱۳۷۰، ص ۴۵۸.

۳. برنهارد شفرز، مبانی جامعه‌شناسی جوانان، ترجمه کرامت‌الله راسخ، تهران: نشر نی، ۱۳۸۴، چاپ دوم، ص ۲۷.

۴. دهخدا، دانشگاه تهران، ۱۳۷۳.

۵. محمدرضا شرفی، جوان و بحران هویت، تهران: سروش، ۱۳۸۰، ص ۱۴.

۶. منوچهر پهلوان، جامعه‌شناسی جوانان، بابل، کمال‌الملک، ۱۳۸۴، ص ۴.

به هر صورت، تعیین دقیق دوره جوانی مشکل است و نمی‌توان مرز آن را با دوره های دیگر به طور دقیق معین کرد؛ چون در این مورد، میان اندیشمندان اتفاق نظر وجود ندارد اما می‌توان بر اساس خصوصیات جوانی و دیدگاه اندیشمندان و آموزه های دینی و مفاهیم لغوی به یک جمع بندی دست یافت. با مطالعه و تحقیق در آثار اندیشمندان و گفته های ارزشمند معصومین علیهم السلام درباره محدوده جوانی و سن آن، این نتیجه به دست می‌آید: محدوده جوانی بعد از دوره نوجوانی شروع می‌شود و تا ۴۰ سالگی ادامه دارد، البته هر اندازه سن افراد به ۴۰ سالگی نزدیک تر می‌شود، خصوصیات و ویژگی های میانسالی را پیدا می‌کنند و بین ۱۸ تا ۲۵ سالگی نقطه اوج صفات جوانی است و روانشناسان عمدتاً این دوره را جوانی دانسته اند.^۱

بنابراین، جوان به کسی اطلاق می‌شود که دوره کودکی و نوجوانی را سپری کرده و وارد مرحله تازه ای به نام «جوانی» شده است؛ یعنی از نظر جسمی، فکری، روحی و روانی در حدی است که می‌تواند بیاندهد، جوانب امر را بررسی و ارزیابی کند، تصمیم بگیرد و آن تصمیم را به اجرا بگذارد. از آنجا که درباره محدوده دوره سنی جوانان هم در بین روان شناسان و هم در بین دستگاه های مسئول کشورهای مختلف، دیدگاه های متفاوتی وجود دارد. در این نوشتار رویکردی تلفیقی در نظر می‌گیریم که متناسب با شاخص هایی به ویژگی های دوران جوانی پرداخته می‌شود و طبق این ویژگی ها جوان تعریف می‌شود، همچنان که آیت الله جوادی آملی نیز جوان را براساس این ویژگیهای خاص این قشر را تعریف می‌کند.

اما در این نوشتار منظور از نسل جوان همان دوره جوانی است که معمولاً در همه افراد بشر اغلب خصوصیات مشترک زیستی، فکری، عاطفی و اخلاقی وجود دارد؛ اما به نسبت فرهنگ‌ها و محیط های مختلف تفاوت هایی نیز وجود دارد.

۳.۷. الگوی ارتباطی

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

۱. علی احمد پناهی، جوانی فصل شکفتن، قم: مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی (ره)، ۱۳۸۸، ص ۲۷

۱.۳.۷. الگو

الگو این واژه در معانی متعددی به کار رفته است. در تعریفی ساده از الگو می‌توان گفت؛ الگو یا مدل، نمایش نظری و ساده شده از جهان واقعی می‌باشد.^۲

الگو تبیینی کوتاه، آگاهانه و نمودارگون از یک چیز یا واقعیت است که در صدد بازنمایی عناصر اصلی هر ساختار یا فرایند و بررسی روابط بین این عناصر است.^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. ناگفته نماند واژه‌های امام، اسوه، قدوه، هادی، دلیل، حجت، مدل، نمونه، مثال و سرمشق که در متون اسلامی یا رشته تعلیم و تربیت و روان‌شناسی به کار می‌روند، تقریباً به معنای الگو، شبیه اند.^۴

الگو در لغت به معنای طرح، سرمشق، نمونه، مثال، مدل و غیره آمده است، اما در اصطلاح و در علوم گوناگون به معانی متفاوت و البته نزدیک به هم آمده است. در حوزه تعلیم و تربیت، معنای اصطلاحی الگو کاملاً با معنای لغوی آن تطابق دارد و به طرح و نمونه یا مدلی از شکل یا اشیا یا موردی از رفتار اطلاق می‌شود. در مورد انسان نیز، الگو به شخصیتی گفته می‌شود که به دلیل دارا بودن برخی خصوصیات، شایسته تقلید و پیروی است. در روان‌شناسی اجتماعی، مدل به کسی گفته می‌شود که کودکان رفتارش را تقلید کنند. در علوم اجتماعی نیز، الگوها آن شیوه‌هایی از زندگی هستند که از فرهنگ نشأت می‌گیرند و افراد به هنگام عمل به طور طبیعی با این الگوها سروکار دارند و اعمال آن‌ها با این الگوها تطابق می‌یابد. همان‌گونه که مشاهده می‌شود، معنای اصطلاحی الگو در این سه علم بسیار به هم نزدیک است.

گی‌روشه معتقد است که توسل به الگو در همه علوم یک ضرورت اجتناب‌ناپذیر است؛ چراکه اکثر فلاسفه، اندیشمندان و محققان، که درباره زندگی اجتماعی انسان به بحث پرداخته‌اند، همواره

1. Pattern

۲. سورین ورنر و جیمز تانکارد، نظریه‌های ارتباطات، علیرضا دهقان، تهران: انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۸۶، ص ۶۵

۳. دنیس مک کوایل و سون ویندال، مدل‌های ارتباطات جمعی، گودرز میرانی، تهران: ناشر: دفتر پژوهش‌های رادیو،

۱۳۸۸، ص ۳.

۴. حسین مهدی زاده، الگوشناسی، چاپ اول، صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران، مرکز پژوهش‌های اسلامی، ۱۳۸۵.

به مشابهت‌ها یا بعضی تصاویر، توسل جسته‌اند؛ تا بتوانند جامعه را نزد خود معرفی کنند. به دلیل اینکه واقعیت اجتماعی، امری غامض، چندگانه و فرآر است؛ به‌حدی که ذهن انسان، توانایی درک کامل این واقعیت، در کلیت و پویایی آن را ندارد. پس 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 شناخته‌شده‌تر انجام می‌گیرد؛ که اصطلاحاً به آن‌ها الگو اطلاق می‌شود.^۱

۲.۳.۷. 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»^۲ است. در زبان فارسی برابر واژه انگلیسی «communication»^۳ بکار می‌رود. و به معنای مصدری سهیم بودن و استفاده مشترک از یک چیز و ... می‌باشد. اما در این خصوص ارتباطات که جمع ارتباط می‌باشد، تعیین بیشتری نسبت به این معنا دارد به گونه ای که، در واژه نامه فرهنگ لغات برابر کلمه «communication» ارتباطات نوشته شده است.^۴ بنابراین ارتباطات دارای جنبه ای اجتماعی است که در آن، سخن از مشارکت و سهیم بودن می‌رود.

اگر چه ارتباط در رشته های مختلف علوم انسانی از جمله روانشناسی، روانشناسی اجتماعی، جامعه شناسی، مدیریت، کامپیوتر و ... تعاریف مختلفی دارد؛ اما خوشبختانه در سالهای اخیر با رشد علم ارتباطات رویکردی ارتباطی گرفته است. هر چند باز دانشمندان این علم به تعریف واحد و متفقی نرسیده‌اند.

۱. غلام‌عباس توسلی، نظریه‌های جامعه شناسی، تهران: سمت، ۱۳۶۹، ص ۱۴۳

۲. محمد معین، فرهنگ فارسی، ج ۱، چ پنجم، تهران، ۱۳۶۲، ص ۱۸۹.

۳. عباس و منوچهر آریان پور، فرهنگ فشرده انگلیسی به فارسی، چاپ دهم، تهران، ۱۳۶۶، ص ۹۸۵.

۴. عباس و منوچهر، آریان پور، فرهنگ فشرده انگلیسی به فارسی، چاپ هفتم، تهران، ۱۳۷۳، ص ۵۶.