



آسیب شناسی تبلیغ دینی با تأکید بر مخاطبان جوان

سید محمد تقی حسینی آقایی
دکتر غلامرضا صدیق اورعی



پژوهشگاه حوزه و دانشگاه

زمستان ۱۳۹۴

حسینی آقایی، سیدمحمدتقی، ۱۳۵۴ -
آسیب‌شناسی تبلیغ دینی با تأکید بر مخاطبان جوان / سیدمحمدتقی حسینی آقایی، دکتر غلامرضا صدیق اورعی. - قم:
پژوهشگاه حوزه و دانشگاه، ۱۳۹۴.
ده، ۱۸۹ص: جدول، نمودار. - (پژوهشگاه حوزه و دانشگاه؛ ۳۳۶: علوم اجتماعی؛ ۳۰)
ISBN: 978-600-298-109-7
بها: ۷۴۰۰۰ ریال
فهرست‌نویسی براساس اطلاعات فیپا.
کتابنامه: ص. [۱۶۹-۱۷۴]؛ همچنین به صورت زیرنویس.
نمایه.
۱. اسلام - تبلیغات. ۲. اسلام - تبلیغات - مشارکت جوانان. ۳. جوانان مسلمان. الف. صدیق اورعی، غلامرضا،
۱۳۳۶- ، نویسنده همکار. ب. پژوهشگاه حوزه و دانشگاه. ج. عنوان.
۱۳۹۴ آ ۴۶ ح / ۱۱ / ۶۲ BP ۲۹۷ / ۰۴۵
شماره کتابشناسی ملی ۳۹۳۵۴۰۹



آسیب‌شناسی تبلیغ دینی با تأکید بر مخاطبان جوان

مؤلفان: سیدمحمدتقی حسینی آقایی و غلامرضا صدیق اورعی

ویراستار: سعیدرضا علی‌عسکری

ناشر: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه

صفحه‌آرایی: کاما

چاپ اول: زمستان ۱۳۹۴

تعداد: ۱۰۰۰ نسخه

لیتوگرافی: سعیدی

چاپ: قم - جعفری

قیمت: ۷۴۰۰ تومان

کلیه حقوق برای پژوهشگاه حوزه و دانشگاه محفوظ و نقل مطالب با ذکر مأخذ بلامانع است.

قم: ابتدای شهرک پردیسان، بلوار دانشگاه، پژوهشگاه حوزه و دانشگاه، تلفن: ۳۲۱۱۱۱۰۰ - ۰۲۵ (انتشارات: ۳۲۱۱۱۳۰۰) شماره: ۳۲۸۰۳۰۹۰

ص. پ. ۳۱۵۱ - ۳۷۱۸۵ ● تهران: خ انقلاب، بین وصال و قدس، نیش کوی اُسکو، تلفن: ۶۶۴۰۲۶۰۰ - ۰۲۱

www.rihu.ac.ir

info@rihu.ac.ir

www.ketab.ir/rihu: فروش اینترنتی

سخن پژوهشگاه

پژوهش در علوم انسانی [به منظور شناخت، برنامه‌ریزی و ضبط و مهار پدیده‌های انسانی] در راستای سعادت واقعی بشر ضرورتی انکارناپذیر و استفاده از عقل و آموزه‌های وحیانی در کنار داده‌های تجربی و در نظر گرفتن واقعیت‌های عینی و فرهنگ و ارزش‌های اصیل جوامع، شرط اساسی پویایی، واقع‌نمایی و کارایی این‌گونه پژوهش‌ها در هر جامعه است.

پژوهش کارآمد در جامعه ایران اسلامی در گرو شناخت واقعیت‌های جامعه از یک‌سو و اسلام به عنوان متقن‌ترین آموزه‌های وحیانی و اساسی‌ترین مؤلفه فرهنگ ایرانی از سوی دیگر است؛ از این‌رو، آگاهی دقیق و عمیق از معارف اسلامی و بهره‌گیری از آن در پژوهش، بازنگری و بومی‌سازی مبانی و مسائل علوم انسانی از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است.

توجه به این حقیقت راهبردی از سوی امام خمینی (ره) بنیانگذار جمهوری اسلامی، زمینه شکل‌گیری دفتر همکاری حوزه و دانشگاه را در سال ۱۳۶۱ فراهم ساخت و با راهنمایی و عنایت ایشان و همت اساتید حوزه و دانشگاه، این نهاد علمی شکل گرفت. تجربه موفق این نهاد، زمینه را برای گسترش فعالیت‌های آن فراهم آورد و با تصویب شورای گسترش آموزش عالی در سال ۱۳۷۷ «پژوهشکده حوزه و دانشگاه» تأسیس شد و در سال ۱۳۸۲ به «مؤسسه پژوهشی حوزه و دانشگاه» و در سال ۱۳۸۳ به «پژوهشگاه حوزه و دانشگاه» ارتقا یافت.

پژوهشگاه تاکنون در ایفای رسالت سنگین خود خدمات فراوانی به جوامع علمی ارائه نموده است که از آن جمله می‌توان به تهیه، تألیف، ترجمه و انتشار ده‌ها کتاب و نشریه علمی اشاره کرد.

کتاب حاضر به عنوان منبع مطالعاتی برای دانشجویان رشته «جامعه‌شناسی ارتباطات» در مقطع تحصیلات تکمیلی و نیز علاقه‌مندان به مطالعات تبلیغات دینی در حوزه‌های علمیه و همچنین مبلغان دینی تهیه شده است.

از استادان و صاحب‌نظران ارجمند تقاضا می‌شود با همکاری، راهنمایی و پیشنهادهای اصلاحی خود، این پژوهشگاه را در جهت اصلاح کتاب حاضر و تدوین دیگر آثار مورد نیاز جامعه دانشگاهی یاری دهند.

در پایان پژوهشگاه بر خود لازم می‌داند از مؤلفان محترم اثر جناب آقای سیدمحمدتقی حسینی آقایی و دکتر غلامرضا صدیق اورعی و نیز ارزیاب محترم اثر حجت‌الاسلام والمسلمین جناب آقای دکتر محمد داوری سپاسگزاری کند.

فهرست مطالب

پیشگفتار	۱
بخش اول: چهارچوب مفهومی تحقیق / ۳	
مقدمه	۵
فصل اول: شناخت جوان (مخاطب‌شناسی)	۸
۱. تعریف جوان	۸
۱-۱. مفهوم لغوی	۹
۲-۱. مفهوم اصطلاحی	۹
۳-۱. دلایل اختلاف در تعریف جوانی و تعیین گستره سنی آن	۱۲
۲. ضرورت شناخت جوان	۱۳
۳. مؤلفه‌های شناخت جوان	۱۵
۱-۳. ویژگی‌های جوانان	۱۵
۱-۱-۳. ویژگی‌های شناختی (ذهنی، عقلی و فکری)	۱۶
۲-۱-۳. ویژگی‌های عاطفی (قلبی)	۱۹
۳-۱-۳. ویژگی‌های رفتاری (روانی - حرکتی)	۲۱
۲-۲. ویژگی‌های کلی نسل جوان در گزارش مرکز ملی جوانان	۲۴
۴. موانع رشد جوانان (مشکلات جوانی)	۲۵
۱-۴. ضعف آگاهی	۲۵
۲-۴. طغیان غریزه جنسی	۲۶
۳-۴. هویت‌یابی (خودیابی)	۲۹
۱-۳-۴. بحران هویت و پیامدهای آن	۳۱
۲-۳-۴. عوامل مؤثر در ایجاد بحران هویت	۳۲
۵. عوامل رشد جوانان	۳۳
۶. حقوق نسل جوان	۳۴

۳۵	۱-۶. حق احترام و تکریم
۳۷	۲-۶. حق آموزش و تربیت
۳۸	۳-۶. حق آزادی
۳۸	۴-۶. حق ازدواج و همسرگزینی
۳۹	۷. نیازهای جوانان
۳۹	۱-۷. نیازهای زیستی
۴۰	۲-۷. نیازهای روانی
۴۰	۳-۷. نیازهای اقتصادی
۴۰	۴-۷. نیازهای فرهنگی
۴۱	۵-۷. نیازهای عقیدتی
۴۱	۶-۷. نیازهای اجتماعی - سیاسی
۴۲	۷-۷. نیازهای شناختی و ارزشی
۴۳	فصل دوم: تبلیغات (تبلیغ‌شناسی)
۴۳	۱. مفهوم تبلیغات
۴۴	۲. مؤلفه‌ها و ارکان تبلیغ
۴۶	۳. مراحل اجرای تبلیغ
۴۷	۱-۳. آماده‌سازی مخاطب
۴۷	۲-۳. ارائه پیام
۴۸	۳-۳. ارتباط مخاطب با پیام
۴۸	۴-۳. درونی شدن پیام
۴۸	۵-۳. به‌کارگیری پیام
۴۸	۴. انواع تبلیغ
۴۸	۱-۴. از لحاظ ساختار و روش
۴۹	۲-۴. از لحاظ موضوع و محتوا
۴۹	۵. قالب‌های تبلیغ
۵۲	۶. تعریف تبلیغ دینی
۵۴	۷. تفاوت‌های تبلیغ دینی (اسلامی) و غیر دینی
۵۵	۸. ضرورت تبلیغ دینی
۵۷	۹. متولیان تبلیغ دینی
۵۸	۱۰. الگوهای برتر تبلیغی (سیره تبلیغی پیامبر اکرم ﷺ)
۵۹	۱-۱۰. روش‌های تبلیغی پیامبر ﷺ با کفار، مشرکان و منافقان
۵۹	۱-۱۰. طرح مواضع مشترک
۶۰	۲-۱۰. دعوت به تفکر منطقی
۶۱	۳-۱۰. به‌کارگیری فرصت‌ها

۶۳	۴-۱-۱۰. برگزیدن مواضع صریح و شجاعانه
۶۳	۵-۱-۱۰. عدم نرمش در اصول
۶۴	۶-۱-۱۰. استدلال منطقی و فطری
۶۴	۷-۱-۱۰. دعوت به مشترک‌ها
۶۵	۸-۱-۱۰. تبلیغ فردی
۶۵	۹-۱-۱۰. تبلیغ مرحله‌ای
۶۶	الف) دعوت پنهانی
۶۶	ب) دعوت نزدیکان
۶۷	ج) دعوت عمومی
۶۸	۲-۱۰. روش‌های تبلیغی پیامبر با مؤمنان و موحدان
۶۸	۱-۲-۱۰. مدارا و تشویق، اصول اولیه دعوت
۶۹	۲-۲-۱۰. بنیانگذاری پایگاه‌های تبلیغی - ترویجی
۶۹	۳-۲-۱۰. ترویج اخوت و برادری
۷۰	۴-۲-۱۰. مشورت و رایزنی با یاران
۷۱	۳-۱۰. روش‌های تبلیغی پیامبر ﷺ با همه مخاطبان
۷۱	۱-۳-۱۰. توجه به طبقه‌های گوناگون جامعه
۷۲	۲-۳-۱۰. هماهنگی معیشتی با مخاطبان
۷۳	۳-۳-۱۰. رفتن به سراغ بیماران (طبابت دوار)
۷۳	۴-۳-۱۰. آسانی در امر دین
۷۴	۵-۳-۱۰. القای پیام به صورت غیر مستقیم (روش الگویی)
۷۵	۶-۳-۱۰. آگاهی‌دهنده
۷۵	۱۱. وظایف و بایستگی‌های مبلغان دینی
۷۶	۱-۱۱. شناخت جوان و احساس‌های او
۷۷	۲-۱۱. آشنایی با شیوه‌های مؤثر تبلیغ
۷۸	۳-۱۱. تبیین حقیقت و اهداف دین
۷۸	۴-۱۱. ایجاد علاقه به آموزه‌های دینی
۷۹	۵-۱۱. تبیین فلسفه احکام دینی
۷۹	۶-۱۱. نداشتن تضاد در گفتار و رفتار
۸۰	۷-۱۱. دوری از افراط و تفریط
۸۲	فصل سوم: مفهوم آسیب‌شناسی
۸۴	فصل چهارم: ارتباط، بستر تبلیغ دینی
۸۴	۱. مفهوم ارتباط و عناصر آن
۸۵	۱-۱. انتقال اطلاعات

۸۵	۲-۱. انتشار و انتقال
۸۶	۳-۱. دریافت پیام
۸۶	۲. عوامل افزایش دهنده تأثیر ارتباط
۸۷	۱-۲. منبع پیام
۸۷	۲-۲. ماهیت پیام
۸۸	۳-۲. ویژگی‌های مخاطبان
۸۹	فصل پنجم: رابطه تبلیغ و نگرش
۹۰	۱. تعریف نگرش
۹۰	۲. عوامل مؤثر در تکوین نگرش
۹۱	۱-۲. عوامل شناختی
۹۱	۱-۱-۲. یادگیری اجتماعی
۹۲	۲-۱-۲. مقایسه‌های اجتماعی
۹۲	۲-۲. عوامل انگیزشی
۹۲	۱-۲-۲. منابع انگیزش فردی
۹۳	۲-۲-۲. منابع انگیزش اجتماعی
۹۴	۳. رابطه نگرش و رفتار
۹۶	۴. روش‌های تغییر نگرش در فرهنگ اسلامی
۹۶	۱-۴. تقلید و تکرار
۹۷	۲-۴. انگیزه و هیجان
۹۷	۳-۴. تفکر و استدلال
۹۷	۴-۴. ایجاد ناهماهنگی شناختی
۹۸	۵-۴. دعا و نیایش
۹۸	۶-۴. توجیه شناختی نسبت به پیامد هر کار
۹۸	۷-۴. توجه دادن به عظمت خدا
۹۸	۸-۴. وضعیت رفاهی و اقتصادی
۹۹	۹-۴. وابستگی‌های گروهی
۹۹	۱۰-۴. خلق خوش

بخش دوم: روش تحقیق / ۱۰۱

۱۰۳	۱. مقدمه
۱۰۳	۲. روش رویش نظریه
۱۰۵	۱-۲. مراحل تحقیق در روش رویش نظریه
۱۰۵	۱-۱-۲. گردآوری داده‌ها
۱۰۵	۱-۱-۱-۲. روش‌های جمع‌آوری داده‌ها

۱۰۶	۲-۱-۲. تحلیل داده‌ها
۱۰۶	۲-۱-۲. ۱. کدگذاری متن
۱۰۶	الف) کدگذاری باز (سطح یک)
۱۰۷	ب) کدگذاری محوری (سطح دو)
۱۰۷	ج) کدگذاری انتخابی (گزینشی، سطح سه)
۱۰۸	۲-۱-۲. ۲. نوشتن یادداشت‌ها
۱۰۹	الف) یادداشت‌های کدگذاری
۱۰۹	ب) یادداشت‌های نظری
۱۰۹	ج) یادداشت‌های عملیاتی
۱۰۹	۲-۱-۲. ۳. نگارش یافته‌ها و تحلیل نهایی
۱۱۰	۳. کاربرد روش «رویش نظریه» در عمل

بخش سوم: یافته‌ها / ۱۱۱

۱۱۳	فصل اول: آسیب‌های مبلغان دینی
۱۱۳	۱. ویژگی‌های شخصیتی مبلغان دینی
۱۱۳	۱-۱. ویژگی‌های روان‌شناختی مبلغ
۱۱۴	۲-۱. ویژگی‌های اخلاقی - تربیتی مبلغ
۱۱۸	۲. ویژگی‌های مطلوب مبلغان دینی جوانان
۱۱۹	۳. آسیب‌ها و کاستی‌های مبلغان دینی
۱۲۰	۱-۳. کدگذاری باز
۱۲۲	۲-۳. کدگذاری محوری
۱۲۳	۱-۲-۳. ۱. ضعف مهارت‌های علمی
۱۲۵	۲-۲-۳. ۲. نداشتن ارتباط مؤثر و سازنده با جوانان
۱۲۸	۳-۲-۳. ۳. خودبتریبینی
۱۲۹	۴-۲-۳. ۴. عمیق نبودن باورها و اعتقادات دینی
۱۳۰	۳-۳. کدگذاری گزینشی
۱۳۴	فصل دوم: روش‌های تبلیغی
۱۳۵	۱. آسیب‌های روش‌های تبلیغی
۱۳۵	۱-۱. کدگذاری باز
۱۳۶	۲-۱. کدگذاری محوری
۱۳۷	الف) عدم برقراری ارتباط مستمر اجتماعی
۱۳۸	ب) بهره نگرفتن از تکنیک‌های ارتباط مؤثر
۱۳۸	ج) استفاده نکردن از روش‌های آموزشی مؤثر
۱۴۰	۳-۱. کدگذاری گزینشی

۱۴۱	۲. بایستگی‌های روش علمی
۱۴۵	فصل سوم: آسیب‌های محتوایی تبلیغ دینی
۱۴۵	۱. کدگذاری باز
۱۴۶	۲. کدگذاری محوری
۱۴۶	الف) عدم تطابق محتوا با منابع اصیل دینی
۱۴۷	ب) عدم تناسب محتوا با نیازها
۱۴۷	ج) کدگذاری گزینشی
۱۵۰	فصل چهارم: اعتبارسنجی یافته‌ها
۱۵۰	۱. دلیل اکتفای تحقیق به ۱۷ مصاحبه

بخش چهارم: نتیجه‌گیری / ۱۵۳

۱۵۵	۱. نتیجه نهایی تحقیق (نظریه)
۱۵۷	۲. روش‌های متقاعدسازی (براساس یافته‌های روان‌شناسی اجتماعی)
۱۵۷	۱-۲. روش سنتی
۱۵۹	۲-۲. روش شناختی
۱۵۹	۱-۲-۲. الگوی قطعی - احتمالی
۱۶۰	۲-۲-۲. الگوی نظام‌مدار - اکتشافی

بخش پنجم: سخن آخر / ۱۶۳

۱۶۵	۱. ویژگی‌های برتر این پژوهش
۱۶۶	۲. پیشنهادها
۱۶۹	منابع و مأخذ
۱۶۹	منابع فارسی
۱۷۳	منابع عربی
۱۸۵	نمایه‌ها

پیشگفتار

شناخت علمی حال و فعل حوزویان از سوی خودشان، امری بایسته است، کتاب حاضر در این چارچوب پدید آمده است. یکی از مشکلاتی که توسط بسیاری از دردمندان حوزوی به اجمال شناخته شده بود و در گفتگوها بازگو می‌شد. ضعف فعالیت‌های تبلیغی برای جوانان امروز بود. در پژوهشی که گزارش آن را در این کتاب پیش روی دارید، سعی شده است واقعیت تا آنجا که در توان بود همان طور که هست شناخته و ارائه شود؛ نه اغراق شود و نه کتمان. حوزوی به سراغ حوزوی رفت و تلاش کرد که جلب اعتماد کند و موضوع را از درون بکاود و برادران بزرگواری اعتماد کردند و همه تجربه خود را بی‌کم و کاست در میان نهادند.

امیدواریم این اثر که به همت گروه علوم اجتماعی پژوهشگاه منتشر می‌شود، هم مسئله‌ای را به خوبی معرفی و تبیین کند و هم روشی از روش‌های پژوهش را به خوبی با خواننده در میان نهد. ما گمان داریم که روش رویش نظر با مطالعات و پژوهش‌های حوزوی تناسب فراوانی دارد و در قلمروهای گوناگون قابل استفاده است؛ از این رو سعی کرده‌ایم که نمونه‌ای عملی از آن ارائه شود. برگ سبزی است تحفه درویش. شاید مورد نظر لطف مولایمان قرار گیرد.

قابل یادآوری است که هسته مرکزی نوشته پیش رو، پایان‌نامه مقطع کارشناسی ارشد سیدمحمدتقی حسینی است که در جامعه المصطفی‌العالمیه نمایندگی مشهد با راهنمایی دکتر صدیق اورعی و مشاوره دکتر محمدمسعود سعیدی و داوری استاد غلامرضا جلالی دفاع گردید و اکنون همراه با تغییرات شکلی و اضافات محتوایی به صورت کتاب موجود تقدیم خوانندگان گرامی می‌گردد.

حسینی آقایی - صدیق اورعی

تابستان ۱۳۹۴

بخش اول

چهارچوب مفهومی تحقیق

مقدمه

براساس مبانی اسلامی، تعامل سازنده و هدایت محور روحانیت با نسل جوان، مهم‌ترین رسالت مبلغان دینی است. جوانان به دلیل داشتن شادابی و توان لازم برای انجام فعالیت‌های گوناگون علمی و اجتماعی، همواره مورد توجه ادیان آسمانی و از جمله اسلام بوده‌اند. از این‌رو، بخش قابل توجهی از فعالیت‌های تبلیغی - ترویجی اسلامی برای جوانان صورت می‌گیرد و مبلغان اسلامی در مناسبت‌های گوناگون، به سراغ نسل جوان می‌روند و آنان را مخاطب پیام‌های دینی قرار می‌دهند؛ به همین منظور، هر ساله بودجه‌های فراوانی مصرف می‌شود. مهم‌ترین هدف تبلیغ دینی در میان جوانان، ایجاد تغییر در افکار و رفتار آنان است. افزایش تأثیر تبلیغ دینی بر جوانان سبب پررنگ شدن روابط روحانیان و جوانان، و حضور فعال آنان در مساجد و مصلی‌ها و در نتیجه، منطبق شدن رفتار و عملکرد فردی و اجتماعی آنان با آموزه‌های اسلامی خواهد شد.

امروزه اثرگذار بودن تبلیغ دینی بر جوانان در گرو رابطه گرم مبلغان دینی با این نسل است؛ زیرا تعامل گرم سبب افزایش اثر تبلیغ می‌شود و در مقابل، عدم تعامل گرم باعث کاهش تأثیر تبلیغ می‌شود. علاوه بر این، توجه دقیق مبلغان به امر جامعه‌پذیری به جای آموزش، باعث انتقال باورها و افکار دینی به نسل‌های بعدی است؛ اما کم‌توجهی و غفلت از این مورد، سبب کم‌رنگ شدن باورها و ارزش‌ها و نیز عدم انتقال درست آن به جوانان خواهد شد.

بنابراین، شناخت جوانان و مشکلات آنان و یافتن و بیان کردن راه‌حل این مشکلات در جلسه‌های سخنرانی به ارتباط بیشتر جوانان با روحانیان و روی آوردن بیشتر آنان به مساجد و مصلی‌ها کمک خواهد کرد. اگر روحانیت، محراب و منبر خود را داشته باشد و حرف خودش را بزند و هیچ فهم و درکی از جوان و مشکلات او نداشته باشد، پس مساجد از جوانان خالی خواهد شد؛ زیرا وقتی که جوان احساس کرد که روحانی و واعظ اصلاً او را درک نمی‌کند و

مشکلاتش در آنجا حل نمی‌شود، به این نتیجه می‌رسد که آن کس که درد را تشخیص نمی‌دهد، درمان را هم نمی‌تواند ارائه کند. به همین دلیل جوان برای برطرف کردن مشکل خود به جایگزین‌های دیگری، غیر از روحانیان روی می‌آورد و این وضعیت، استقبال جوانان به مساجد و جلسه‌های سخنرانی را کم خواهد کرد.

درواقع، هر ایدئولوژی‌ای برای بقای خود به تبلیغ و ترویج آموزه‌هایش نیاز دارد، فرهنگ اسلامی نیز این‌گونه است. تبلیغ دین در طول ادوار گذشته، سرچشمه دگرگونی‌های مهم فردی و اجتماعی بوده و راه بیشتر مردم را تعیین کرده است.

از سوی دیگر، بررسی عملکرد افراد و مراکز تبلیغی، برای شناسایی توانمندی‌ها و وجود ضعف‌ها، امری مهم و لازم است. شناخت عیب‌ها و نواقص، کارآیی و تأثیرگذاری فعالیت‌های اجتماعی را بالا برده است و دستیابی به اهداف تعیین شده را سرعت می‌دهد. در عصر حاضر، تبلیغ دینی برای جوانان، با چالش‌های مهمی روبه‌رو است، از جمله میان عالمان دینی و عموم جوانان جوامع اسلامی، فاصله‌ای در حال شکل‌گیری است و مناسبات دینی و اجتماعی نهاد روحانیت با نسل جوان مانند گذشته، زیاد نیست ارتباطات سنتی کم شده است و در نتیجه، می‌تواند تأثیرگذاری فعالیت دینی را کاهش دهد. همچنین با سرعت یافتن ارتباطات جهانی و صرف هزینه‌های فراوان تبلیغاتی توسط بنگاه‌های ضد دینی، این فاصله روزبه‌روز، فزونی یافته و در حال توسعه است. از این رو، اگر ضعف‌ها و کاستی‌های موجود، به‌موقع شناسایی و درمان نشود، عواقب غیر قابل جبرانی را خواهد داشت.

این تحقیق با هدف بیان بایسته‌ها و آسیب‌های تبلیغ دینی بر جوانان، سه مورد از مؤلفه‌های تبلیغ دینی را بررسی کرده است که عبارت است از: «فهم بهتر وضعیت موجود تبلیغات دینی و اطلاع از عوامل کاهش دهنده تأثیر تبلیغ بر جوانان»؛ «پیراستن پیام از کاستی‌های پیام‌رسان، روش تبلیغ و پیام‌گیر»؛ دانش‌افزایی مبلغان دینی و فراهم کردن زمینه مطالعات عمیق علمی برای پژوهشگران دیگر.

براساس تحقیقات موجود می‌توان گفت که تحقیق مستقل و قابل توجهی در موضوع «بایسته‌ها و آسیب‌شناسی تبلیغ دینی برای جوانان»، به‌ویژه براساس وضعیت موجود انجام نشده است؛ بلکه آنچه وجود دارد، مباحث کلی و پراکنده درباره این موضوع است که در قالب‌های گوناگون پژوهشی منتشر شده است. برخی از این منابع عبارت است از: راهبردهای روان‌شناختی تبلیغ با مخاطبان جوان، اثر عبدالعظیم کریمی؛ روان‌شناسی و تبلیغات با تأکید بر تبلیغ دینی، اثر

محمد کاویانی؛ مجموعه مقالات همایش ملی مناسبات روحانیت و نسل جوان، مهرماه ۱۳۸۸؛ جامعه‌شناسی در عرصه تبلیغ دینی، اثر شمس‌الله مریجی؛ تبلیغ اسلامی و دانش ارتباطات اجتماعی، اثر محسن خندان؛ شیوه‌های جذب جوانان در تبلیغ، اثر احمد لقمانی؛ تبلیغات دینی: ابزارها و شیوه‌ها، اثر احمد رزاقی؛ پژوهشی در تبلیغ، اثر محمدتقی رهبر؛ اصول و مبانی تبلیغ، اثر اسماعیل کریم‌زاده؛ جامعه‌شناسی جوانان، اثر رسول ربانی؛ آغاز روشنائی (درآمدی بر مهارت‌های اجتماعی)، اثر علی نهاوندی؛ اخلاق تبلیغ در سیره رسول‌الله، اثر سیدمرتضی حسینی؛ نگرشی نو به تربیت جوان، اثر لیدا کاکیا؛ شیوه‌های تعلیم و تبلیغ، اثر علی‌اکبر بابازاده. این تحقیق سه رکن از ارکان تبلیغ دینی (مبلغ دینی، روش تبلیغی و محتوای تبلیغ دینی) را بحث و بررسی می‌کند و درصدد است که به بایسته‌ها و کاستی‌های موجود در این سه گستره بپردازد. بر این اساس، پرسش اصلی تحقیق عبارت است از:

- بایسته‌ها و آسیب‌های تبلیغ دینی برای جوانان چیست؟
پرسش‌های فرعی نیز عبارت است از:
- جوان کیست و ویژگی‌های او چیست؟
- تبلیغ دینی چیست و چه تفاوتی با تبلیغات متداول غیر دینی دارد؟
- چه کاستی‌هایی مبلغان دینی دارند و چه ویژگی‌هایی باید داشته باشند؟
- بایسته‌های شیوه‌های تبلیغی چیست و چه نواقصی روش‌های متداول تبلیغی امروز دارد؟
- چه محتوایی تبلیغ دینی باید داشته باشد و آسیب‌های محتوایی تبلیغ دینی برای جوان چیست؟
- چرا تبلیغ دینی برای جوانان، تأثیرهای لازم را ندارد؟
- ارتباط چیست و چه نقشی در فرآیند تبلیغ دینی دارد؟
- رابطه تبلیغ و نگرش چیست و چگونه می‌توان نگرش‌ها را تغییر داد؟

فصل اول

شناخت جوان (مخاطب‌شناسی)

جوانی، دوره حساس عمر انسان و سرچشمه دگرگونی‌های اساسی زندگی است. شناخت علمی نسل جوان، نقش مهمی در ارتباط با جوانان و تأثیرپذیری آنان از فعالیت‌های فرهنگی و تبلیغی دارد؛ زیرا بدون اطلاع دقیق از ویژگی‌های شناختی، عاطفی و رفتاری نسل جوان و مؤلفه‌های دیگر، تعامل سازنده و ارتباط مؤثر دوسویه، بین مبلغان دینی و نسل جوان برقرار نخواهد شد.

پرسش‌های مطرح درباره شناخت جوان عبارت است از: جوان کیست؟ نقطه آغاز و پایان جوانی چیست؟ معیار اطلاق جوانی، سن یا صفات خاص است؟ سن آغاز و پایان جوانی کدام است؟ چه صفاتی معیار برای اطلاق جوانی است؟ چه ضرورتی شناخت جوان دارد؟ مؤلفه‌های شناخت چیست؟ ویژگی‌های جوانی چیست؟ چه آفاتی دوره جوانی دارد؟ عوامل رشد جوان چیست؟ حقوق جوان کدام است؟

۱. تعریف جوان

«جوان»، مفهومی اجتماعی است که هر یک از انسان‌ها، به لحاظ طبیعی، آن را تجربه خواهد کرد. از این رو، همه انسان‌ها تصویری هرچند کلی از جوانی در ذهن دارند و از این لحاظ، شاید تعریف این مفهوم ضرورتی نداشته باشد؛ اما روشن است که برای انجام فعالیت‌های تربیتی و تبلیغی فقط آشنایی اجمالی، کافی نیست؛ بلکه مربی و مبلغ باید از نسل جوان «شناخت علمی» داشته باشد. یکی از راه‌های مؤثر برای شناخت علمی یک پدیده، تعریف علمی مفهوم آن است؛ به همین دلیل، در ادامه به برخی از تعریف‌های لغوی و اصطلاحی جوان اشاره خواهد شد.

۱-۱. مفهوم لغوی

واژه «جوان» یا «برنا» در زبان فارسی، به معنای هر چیزی است که خیلی از عمر آن نگذشته باشد. در واقع جوان، یعنی «انسان یا حیوان یا درخت که به حد میانه عمر طبیعی خود رسیده باشد» و جوانی به معنای برنایی و بهار عمر، از سن ۱۸ تا ۳۵ سالگی (در انسان) است.^۱ در فرهنگ معین آمده است: «جوان، یعنی هر چیزی که از عمر آن چندان نگذشته باشد، تازه و نو، دارای اندیشه و فکر جوان، دارای خاطر روشن».^۲

در زبان عربی، نیز اول هر شیء را «شباب» گویند؛ برای مثال، «جئتک فی شباب النهار؛ در اول روز نزد تو آمدم». از این رو، به غلام (فرد نو بالغ)، «شباب» گفته می‌شود.^۳ در قرآن و روایات، کلمه جوان با واژه‌هایی مانند غلام، صغر، حدث، احداث، شاب، شباب، شیب، فتیان، فتی، اشدّه و غیره شناخته می‌شود. گرچه این الفاظ تفاوت‌های معنایی دقیقی دارد؛ اما بیشتر به صورت مترادف به کار می‌رود. از میان واژه‌های بیان‌شده، دو واژه، کاربرد بیشتری دارد: «فتی» و «شاب». اولی، از ریشه «فتی»، به معنای طراوت و شادابی^۴ و دومی از ریشه «شباب»، به معنای شکوفایی و برخورداری از حرارت است.^۵

بنابراین، واژه جوان، در زبان فارسی با عنوان‌های «جوان» و «برنا» و در زبان عربی، بیشتر با واژه‌هایی مانند «فتی» و «شباب» به کار می‌رود و به حرارت، شادابی و تازگی اول عمر اشاره دارد.

۲-۱. مفهوم اصطلاحی

مفهوم اصطلاحی جوان، همان معنای متعارف اجتماعی است که در علوم مختلف، با توجه به رویکردهای موجود، تعاریف گوناگون شده است. به طور کلی، می‌توان گفت که در اصطلاح، جوان با دو مبنا تعریف می‌شود: ۱. سن؛ ۲. ویژگی‌ها و صفات.

مبنای سن: دیدگاه جامعی در این باره وجود ندارد؛ از این رو، برخی از اندیشمندان، افراد ۱۴-۲۹ سال، عده‌ای، ۱۳-۲۴ سال، گروهی، ۱۵-۲۵ سال و جمعی، افراد ۱۸-۳۵ سال را جوان

۱. عمید، فرهنگ فارسی عمید، ج ۱، ص ۷۰۹. ۲. معین، فرهنگ فارسی معین، ص ۵۲۳.

۳. شرتونی، اقرب الموارد فی فصیح العربیة والشوراه، ج ۳، ص ۱۲، حرف ش.

۴. «فتی» الفاء والناء والحرف المعتل اصلا: احدهما يدلّ علی طراوة و جدّة، والآخر علی تبیین حکم، الفتی، الطری من الابل والفتی من الناس واحد الفتیان، الفتاء الشباب یقال فتی بین الفتاء... والاصل الآخر الفتیا، یقال فتی الفقیه فی المسئلة اذا بین حکمها» (ابن فارس، معجم مقاییس اللغه، ج ۴، ص ۴۷۳).

۵. «شبّ» الشین والباء، اصل واحد يدلّ علی نماء الشیء و قوته فی حرارة تعتریه» (همان، ج ۳، ص ۱۷۷).

می‌دانند.^۱ بعضی نیز از بلوغ تا ۳۰ سال و^۲ برخی از ۱۳-۳۳ سال را دوران جوانی معرفی می‌کنند.^۳ همان‌گونه که ملاحظه می‌شود، روی مقطع سنی یکسانی توافق نیست. به‌طور میانگین، می‌توان گفت که به نظر اندیشمندانی که سن را ملاک صدق جوانی دانسته‌اند، افراد ۱۵-۳۵ را می‌توان جوان نامید.

مبنای ویژگی‌ها و صفات: بیشتر اندیشمندان معاصر، مبنای سن را برای تعریف جوان، معیار خوب و کاملی ندانسته، به جای آن مبنای دوم را به کار برده‌اند. این گروه نیز به تعریف واحد و دیدگاه مشترک دست نیافته‌اند؛ زیرا هر کدام با رویکرد ویژه، اقدام به تعریف کرده که دیگران آن را نمی‌پذیرند. مواردی برای نمونه بیان می‌شود:

الف) روان‌شناسان، براساس فرایند «رشد»، دوره جوانی را تعریف کرده‌اند. آنها دوران رشد انسان را شش دوره دانسته‌اند: ۱. دوره طفولیت: از تولد تا هجده‌ماهگی؛ ۲. دوره کودکی اول: از دو تا چهارسالگی؛ ۳. دوره کودکی دوم: از چهار تا هفت‌سالگی؛ ۴. دوره کودکی سوم: از هفت تا دوازده‌سالگی؛ ۵. دوره نوجوانی: از دوازده تا شانزده‌سالگی؛ ۶. دوره جوانی: از شانزده تا بیست‌سالگی.^۴ با توجه به این تقسیم‌بندی، تعاریف روان‌شناسان از جوانی عبارت است از: ۱. جوان، با پشت سر گذاشتن بحران نوجوانی، استحکامی تازه می‌گیرد و از نیرومندی بی‌سابقه‌ای بهره‌مند می‌شود؛^۵ ۲. «جوان، یعنی رشید؛ شخصی که به سن تمیز رسیده و کاملاً «نضج» کرده است.^۶ جوانی، یعنی نضج بیولوژیکی، عقلی و عاطفی؛ مرحله‌ای که شخص در آن مسئول اداره زندگی خود است.^۷

همان‌گونه که مشاهده می‌شود، روان‌شناسان دوره جوانی را از نوجوانی جدا دانسته‌اند؛ اما اندیشمندان دیگر، به دلیل تشابه صفات و ویژگی‌ها، دوره نوجوانی و جوانی را یک دوره می‌دانند. ب) جامعه‌شناسان جوانی را این‌گونه تعریف کرده‌اند: ۱. جوانی دوره‌ای در زندگی هر فرد است که با بلوغ جسمی شروع می‌شود؛ ۲. جوانی، مفهوم زیست‌شناختی و دوره‌ای اجتماعی و

۱. پهلوان، مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی جوانان، ص ۳.

۲. شرتونی، اقرب الموارد فی فصیح العربیة والشوراه، ج ۳، ص ۱۲، حرف ش.

۳. همان.

۴. باهنر، آموزش مفاهیم دینی همگام با روان‌شناسی رشد، ص ۲۱ و ۲۲.

۵. همان، ص ۵۸.

۶. شعاری‌نژاد، فرهنگ اصطلاحات تربیتی، جامعه‌شناسی، روان‌پزشکی، روان‌شناسی، روان‌کاوی، فلسفی، ص ۳۰.

۷. همان، ص ۳۱.

فرهنگی است؛ دوره‌ای که فرد، شرایط لازم، برای کنش مستقل، در همه عرصه‌های زندگی را به دست می‌آورد؛ ۳. جوانی یک خُرده‌فرهنگ یا بخشی از فرهنگ اجتماعی است؛ ۴. جوانی یک مفهوم ایده‌آل ارزشی است که در میان بسیاری از مردمان و فرهنگ‌های جهان، مترادف «خوب» محسوب می‌شود و به تازگی اشاره دارد.

ج) در اصطلاح مردم عادی، جوان به کسی گفته می‌شود که جوانمرد، شجاع و دلیر باشد، حتی اگر از نظر سن، در میان سالی یا پیری باشد. در واقع، جوان کسی است که دلی جوان و روحیه‌ای فعال و جوان‌پسند دارد و با جوانان همراه و هم‌زبان است.^۱

د) در قرآن و روایات، واژه جوان به دو معنا به کار رفته است: ۱. دورانی از زندگی که انسان بعد از ضعف و ناتوانی در دوران کودکی و نوجوانی‌اش به قدرت می‌رسد. قرآن کریم در این باره می‌فرماید: «اللَّهُ الَّذِي خَلَقَكُمْ مِنْ ضَعْفٍ ثُمَّ جَعَلَ مِنْ بَعْدِ ضَعْفٍ قُوَّةً ثُمَّ جَعَلَ مِنْ بَعْدِ قُوَّةٍ ضَعْفًا وَشَيْبَةً يَخْلُقُ مَا يَشَاءُ وَهُوَ الْعَلِيمُ الْقَدِيرُ»^۲ خدا همان کسی است که شما را آفرید، در حالی که ضعیف بودید؛ سپس بعد از ناتوانی، قوت بخشید و باز بعد از قوت، ضعف و پیری قرار داد. هرچه او بخواهد می‌آفریند او دانا و توانا است». ۲. فتوت، به معنای جوانمردی و رشادت است. امام صادق علیه السلام ذیل آیه «إِذْ أَوْى الْفِتْيَةُ إِلَى الْكَهْفِ»^۳ هنگامی که جوانان به سوی غار پناه بردند، می‌فرماید: «اصحاب کهف پیرمردانی بودند که خداوند به دلیل ایمانشان آنها را جوان نامید. هر کس به خدا ایمان داشته باشد و تقوا پیشه کند، جوانمرد است». ۴. این معنا، مفهوم زیبایی را در خود دارد و آن اینکه، باایمان‌ها قلب‌های جوانی دارند و ایمان در زمین مساعد و بابرکت روح جوان، به شکوفایی می‌رسد.^۵

به این ترتیب، تعریف اصطلاحی جامعی برای جوانی وجود ندارد. دانشمندان و صاحب‌نظران درباره اینکه جوان کیست و چه محدوده‌ای از عمر آدمی، دوره جوانی محسوب می‌شود، اتفاق نظر ندارند. همچنین تعاریف جوان در پاسخ به شرایط متغیر اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی فرق می‌کند. به عبارت دیگر، بروز پدیده جوانی، براساس وضعیت جوامع

۱. دلیلی یاوری، جوان و توانایی‌های او در قرآن و روایات، ص ۱۹.

۲. روم، ۵۴. ۳. کهف، ۱۰.

۴. «من آمن بالله واتقى فهو الفتى» (علامه مجلسی، بحارالانوار، ج ۱۴، ص ۴۲۸).

۵. همچنین مانند این حدیث در کافی آمده است: «علی بن ابراهیم رفعه قال: قال أبو عبد الله علیه السلام لرجل: ما الفتى عنکم؟ فقال له: الشاب. فقال: لا الفتى: المؤمن، إن أصحاب الكهف كانوا شیوخا فسمما هم الله عز وجل فتية بایمانهم» (کلینی، الکافی، ج ۸، ص ۳۹۵).

گوناگون، متفاوت است. برخی از اندیشمندان، ملاک جوانی را سن و گروهی، بروز ویژگی‌های دیگر می‌دانند. در این دو محور نیز اختلاف دیدگاه وجود دارد و به تعریف واحد اجماعی، دست نیافته‌اند. همچنین دیدگاه یکسانی برای زمان شروع دوره جوانی وجود ندارد: برخی، آغاز جوانی را از شروع بلوغ و عده‌ای سنین بعد از بلوغ (۱۵ سال) می‌دانند. بنابراین، محدوده دقیق جوانی چندان روشن نیست.

۱-۳. دلایل اختلاف در تعریف جوانی و تعیین گستره سنی آن

دو دلیل مهم برای اختلاف‌های موجود درباره گستره سنی جوانی وجود دارد: یکی اینکه، جوانی بعد از بلوغ فرامی‌رسد و چون بلوغ، تحت تأثیر عوامل گوناگونی است، نمی‌توان معیار و ملاک فراگیری، برای شروع آن مشخص کرد؛ در نتیجه، زمان دقیق آغاز جوانی (که همزمان با آن یا بعد از پایان دوره نوجوانی است)، نیز دشوار است.

از این رو، برخی گفته‌اند که بهتر است که در تعریف جوانی از ملاک سن و زمان، صرف نظر و ملاک‌های دیگری در نظر گرفته شود؛ ملاک‌هایی مانند: گذر از وابستگی به استقلال، گذر از دریافت‌کنندگی محض خدمات اجتماعی به مشارکت در فرایند تولید اجتماعی و غیره.^۱ دلیل دیگر اختلاف‌های موجود این است که واژه‌های جوان، جوانان و جوانی با توجه به منظر و رهیافت سرچشمه گرفته شده از آن، معانی و مفاهیم گوناگونی دارد. به‌طور کلی، می‌توان مسائل جوانان را از چهار رهیافت و منظر بحث و بررسی کرد که عبارت است از: ۱. رهیافت روان‌شناختی؛ ۲. رهیافت جامعه‌شناختی؛ ۳. رهیافت تنکرد شناختی؛ ۴. رهیافت جمعیت‌شناختی. این چهار منظر، سبب شده تا در مسائل جوانان، دیدگاه‌ها و نظرهای گوناگون ظهور و بروز پیدا کند و دیدگاه یکسانی در مباحثی مانند سن و تعریف جوانی وجود نداشته باشد. البته امروزه، بیشتر برنامه‌ریزان و کارشناسان جوانان معتقدند که مسائل جوانان را نمی‌توان از دیدگاه ویژه‌ای بررسی کرد و در اصل، مسائل جوانان فرابخشی بوده، لازم است به آن از منظرهای گوناگون توجه شود. از این رو، این موضوع نیز به پیچیدگی بررسی افزوده و دست یافتن به نظر یکسان را تقریباً غیر ممکن کرده است.

با توجه به دیدگاه‌های موجود درباره سن و تعریف جوانی، منظور ما از جوان در این پژوهش، گروه خاصی از جامعه است که در مقطع سنی بین ۱۵-۳۵ سال است و ویژگی‌هایی

۱. حسینی‌زاده و حاجی‌ده‌آبادی، بررسی مسائل تربیتی جوانان در روایات، ص ۱۴.

مانند شور و هیجان فراوان، شادابی و دل زنده داشته باشد. به عبارت دیگر، منظور از دوره جوانی، همان معنای متعارف آن، یعنی دوران رشد، شکوفایی، شادابی و گرمی زندگی است.

۲. ضرورت شناخت جوان

همه انسان‌های آگاه می‌دانند که دانستن (علم) بهتر از ندانستن (جهل) است. این مطلب (برتری دانش) را، علاوه بر حکم عقل، آیات و روایات نیز تأکید می‌کند: «قُلْ هَلْ يَسْتَوِي الَّذِينَ يَعْلَمُونَ وَالَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ؟^۱ بگو آیا کسانی که می‌دانند با کسانی که نمی‌دانند، یکسانند؟!». همچنین «اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ؛^۲ خداوند کسانی را که ایمان آورده‌اند و کسانی را که علم به آنان داده شده است، درجه‌های عظیمی می‌دهد». «وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا؛^۳ از آنچه به آن آگاهی نداری، پیروی مکن؛ چرا که گوش و چشم و دل، همه مسئولند». براساس این آیات و مانند آن، «دانستن» بهتر از «ندانستن» است و در منطق قرآن، هر گونه حرکت بدون آگاهی، مردود و شکست خورده است.

درواقع، «شناخت»، نیاز اجتماعی است. انسان‌ها به دلیل اینکه به صورت جمعی زندگی می‌کنند و برای تأمین نیازهایشان به فعالیت‌های گوناگون می‌پردازند، به شناخت و آگاهی در حوزه‌های گوناگون اجتماعی نیاز دارند. از این رو، مبلغان دینی، (که وظیفه‌شان ترویج اندیشه‌های اسلامی است)، نیز در مرحله نخست، باید مخاطبان خود را بشناسند؛ زیرا در غیر این صورت، خطر گرفتار شدن در فساد، و افتادن در راه گمراهی زیاد است. رسول خدا ﷺ در این باره می‌فرماید: «هر کس بدون دانش و آگاهی وارد کاری شود، بیشتر سبب فساد است تا اصلاح و سازندگی».^۴ امام علی علیه السلام نیز می‌فرماید: «هیچ فعالیت نیست؛ مگر آنکه تو در آن، نیازمند شناختی».^۵ امام صادق علیه السلام نیز کسی را که بدون بینش و آگاهی دست به کاری بزند، مانند مسافری می‌داند که در بیراهه می‌رود و سرعت رفتن جز دوری و گمراهی چیزی برایش نمی‌افزاید.^۶

۱. زمر، ۹.

۲. مجادله، ۱۱.

۳. اسراء، ۳۶.

۴. «من عمل علی غیر علم کان ما یفسد اکثر مما یصلح» (کلینی، الکافی، ج ۱، ص ۴۴؛ حرانی، تحف العقول عن آل الرسول صلی الله علیه و آله، ص ۴۷).

۵. «ما من حركة الا وانت محتاج فیها الی معرفة» (حرانی، همان، ص ۱۷۱).

۶. «العامل علی غیر بصیرة کالسائر علی غیر الطریق لا یزیده سرعة السیر الا بعدا» (کلینی، الکافی، ج ۱، ص ۴۳).

بنابراین، شناخت نسل جوان، یکی از ضروری‌ترین نیازهای تبلیغ است؛ زیرا کار کردن بدون شناخت، حرکت به سمت مجهولات بوده، تیر انداختن در تاریکی است؛ از این‌رو، نباید از آن انتظار تأثیر و دست یافتن به هدف داشته باشیم. در واقع، یک فرد روحانی، کار پیامبرگونه انجام می‌دهد. پیامبر طیب دوار بود و اولین کار یک طیب، شناخت کامل مریض است. طیب تا بیمار و مرض آن را نشناسد، نمی‌تواند نسخه‌ای برای او بنویسد. پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله می‌فرماید: «ما پیامبران مأموریم که با مردم به اندازه خردشان سخن بگوییم».^۱ از این سخن، ضرورت مخاطب‌شناسی کاملاً روشن می‌شود؛ زیرا همه مخاطبان را نمی‌توان یکسان دید و برای همه یک گونه نسخه پیچید. هر سنی نیاز خاص خود را دارد. جوانان امروز با گذشته متفاوت هستند. در نتیجه، شناخت دیگران به صورت کلی، یکی از نیازهای اجتماعی است و مبلغان دینی برای انجام تکلیف هدایتی - تربیتی خودشان به شناخت نسل جوان نیاز دارند.

ممکن است تصور شود هر کسی که در جامعه زندگی می‌کند، شناختی از جوان و دوره جوانی دارد، یا دست‌کم خودش جوان بوده است؛ پس به شناخت جوان نیازی نیست. پاسخ این نگاه، بسیار روشن است؛ منظور از شناخت جوانان، شناخت علمی و تخصصی و عمیق آنان است. برخی معتقدند که جوانان ویژگی‌های ثابت و متغیری دارند و ویژگی‌های ثابت آنان، شامل ویژگی‌های جسمی، روحی، فکری و عاطفی است که بین جوانان گذشته و حال مشترک است و فقط ویژگی‌های اجتماعی و تمدنی جوانان امروز و گذشته تفاوت دارد؛ اما به نظر می‌رسد که این سخن کامل نباشد؛ زیرا امروزه عوامل محیطی و اجتماعی فراوانی ایجاد شده که یا در گذشته نبوده یا با این قدرت و گستره وجود نداشته است. بنابراین، نگارنده معتقد است که همه ویژگی‌های جوانان، از محیط و زمان تأثیر پذیرفته و نسبت به هر عصری متفاوت است؛ پس باید گفت که همه ویژگی‌های جوانان امروز با گذشته تفاوت دارد. در تأیید این نظر می‌توان فرمایش حضرت علی علیه السلام را بیان کرد که فرمود: «لا تقسروا أولادکم علی آدابکم، فإنهم مخلوقون لزمان غیر زمانکم»^۲ فرزندان خود را مانند زمان خود تربیت نکنید، زیرا آنها برای غیر زمان شما هستند». از این سخن می‌توان نتیجه گرفت که ویژگی‌های هر نسلی غیر از نسل دیگر است و آنها در دو زمان زندگی می‌کنند و نیازهای متفاوتی دارند. از این‌رو، باید تربیت و تبلیغ آنان نیز با یکدیگر متفاوت باشد. به این ترتیب، هر گونه تردید در ضرورت شناخت جوانان امروز، با این توجیه که ما

۱. «انا معاشر الانبیاء امرنا ان نکلم الناس علی قدر عقولهم» (علامه مجلسی، بحار الانوار، ج ۱۶، ص ۲۸).

۲. ابن‌ابی‌الحدید، شرح نهج البلاغه، ج ۲۰، ص ۲۶۷.

خودمان دوره جوانی را تجربه کرده‌ایم و ضرورت‌هایش را می‌دانیم، پس جوانان باید این‌گونه باشند؛ استدلال ناقصی است و هیچ جایگاه علمی و تجربی ندارد.

۳. مؤلفه‌های شناخت جوان

با توجه به ضرورت و اهمیت شناخت جوانان، بحث مهم در این قسمت، چگونگی شناخت جوانان و مؤلفه‌های شناخت است. به نظر کارشناسان و اندیشمندان علوم تربیتی، راه شناخت نسل جوان این است که به ویژگی‌ها، آفت‌ها، عوامل رشد، حقوق و نیازهای نسل جوان، آگاهی عمیق داشته باشیم.

۳-۱. ویژگی‌های جوانان

هر یک از گروه‌های اجتماع، با توجه به ابعاد وجودی‌شان، ویژگی‌های خاص خود را دارند. ویژگی‌های افراد، سبب برجستگی آنها از قشرهای دیگر جامعه است. آگاهی از ویژگی‌های افراد جامعه، نقش مهمی در شناخت آنان دارد. یکی از گروه‌های تأثیرگذار جامعه، نسل جوان است. جوانان، ابعاد زیستی، روانی و اجتماعی دارند.^۱ ویژگی‌های جوانی از دیدگاه‌های گوناگون طبقه‌بندی شده است. براساس یک تقسیم، می‌توان برای نسل جوان، ویژگی‌های ثابت و متغیر برشمرد. منظور از خصوصیات ثابت، ویژگی‌های جسمی، روحی، عقلی و عاطفی آنان و خصوصیات متغیر، ویژگی‌های اجتماعی و تمدنی جوانان است.

ویژگی‌های دسته اول تقریباً در همه زمان‌ها و دوره‌ها بین همه جوانان مشترک است؛ اما ویژگی‌های دسته دوم، متغیر بوده، ثابت کلی ندارد. به این ترتیب، جوانان امروز با جوانان گذشته، از لحاظ اجتماعی و تمدنی بسیار متفاوت هستند؛ ویژگی‌های جوان شهری با روستایی، جوان تحصیلکرده با جوان غیرمحصّل، جوان دختر با جوان پسر، جوان متأهل با جوان مجرد، جوان طبقه پایین با جوان طبقه بالا، تفاوت دارد.^۲

با توجه به اینکه در این پژوهش درباره آسیب‌شناسی تبلیغ دینی برای جوانان بحث خواهد شد، در مباحث روش‌شناسی تبلیغ مطرح می‌شود که زمانی تبلیغ مؤثر صورت می‌گیرد که پیام‌رسانی به

۱. کریمی، راهبردهای روان‌شناختی تبلیغ با مخاطبان جوان، ص ۲۵.

۲. ضمیری، «وظایف و مسئولیت‌های روحانیت در برابر نسل جوان»، مجموعه مقالات علمی همایش ملی مناسبات روحانیت و نسل جوان، ج ۲، ص ۱۷.

مخاطب، نخست روی جنبه شناختی او تأثیر گذارد؛ سپس بر عواطف و احساس‌های او غلبه کند و در مرحله سوم، رفتار و حرکت‌های او را کنترل و مدیریت کند. از سوی دیگر، «روان‌شناسان و نظریه‌پردازان علوم تربیتی بر این باورند که زمانی یادگیری واقعی رخ می‌دهد که یادگیرنده محتوای آموزشی و تربیتی را در سه حیطه (شناختی، عاطفی و روانی - حرکتی) درونی کند».^۱ بر این اساس، آگاهی از ویژگی‌های حیطه‌های یادشده در جوانان، نقش مهمی در اثربخشی تبلیغ بر آنان دارد.

۳-۱-۱. ویژگی‌های شناختی (ذهنی، عقلی و فکری)

روان‌شناسان، رشد شناختی انسان را به سه دوره تقسیم می‌کنند: دوره حسی - حرکتی (۲ سال اول)، دوره عملیاتی منطقی عینی (تا ۱۲ سالگی)، دوره عملیات منطقی صوری یا دوره تفکر انتزاعی که در آستانه نوجوانی آغاز و در اوایل جوانی تکمیل می‌شود.

در دوره تفکر انتزاعی، گرایش جوانان به «فلسفه زندگی»، آنان را به سوی مسائل اخلاقی، سیاسی و مذهبی سوق می‌دهد. در این دوره است که جوان تلاش می‌کند هویت خاص خود را در جهت‌های گوناگون و از جمله در امور مذهبی شکل دهد؛ اما به دلایل گوناگون ممکن است در این هویت یابی، با بحران روبه‌رو شود و نتواند از این مرحله به سلامت عبور کند و دچار نوعی سردرگمی و درنهایت، بی‌رغبتی و گریز از دین شود.

یکی از علل این بحران، ناهمخوانی سطح شناختی جوان با سطح معارف دینی است که از مراکز و افراد مذهبی دریافت می‌کند. برخی از جوانان، دین تقلیدی را نمی‌پذیرند و باورهای دینی القا شده از دوران کودکی به صورت تقلیدی از خانواده و دیگران را رها می‌کنند و می‌خواهند دینی را بپذیرند که با سطح تفکر او متناسب باشد. اما متأسفانه از یک سو، بسیاری از اوقات آنچه به عنوان دین به او ارائه می‌شود، برایش قانع‌کننده نیست و از سوی دیگر، در برخی از موارد نیز جوان می‌خواهد همه آموزه‌های دینی، اعم از احکام و عقاید را با عقل خود بسنجد. او فکر می‌کند که اگر آموزه‌های دینی، در فکر او بگنجد، درست است، وگرنه درست نیست.

این عوامل باعث می‌شود که جوان نسبت به آموزه‌های دینی دچار یک بحران شناختی شود و نجات خود را از این بحران، در گریز از دین بداند. حضرت نوح علیه السلام یکی از عوامل بی‌ایمانی قوم خود را جهل یا عدم معرفت درست به آموزه‌های دینی معرفی می‌کند.^۲ حضرت علی علیه السلام نیز

۱. کریمی، راهبردهای روان‌شناختی تبلیغ با مخاطبان جوان، ص ۵۷.

۲. هود، ۲۹.

در این باره می‌فرماید: «اگر افراد هنگام برخورد با مسائلی که نمی‌دانند، درنگ کرده و عجولانه تصمیم نمی‌گرفتند، کفر نورزیده و گمراه نمی‌شدند».^۱

یکی از نیروهای موجود در بدن انسان، قوه عقل است. عقل همچون جسم رشد می‌کند و به کمال می‌رسد. عقل می‌تواند رشد طبیعی و اکتسابی داشته باشد. منظور از رشد طبیعی، تغییرهای سیستم مغز، اعصاب و عروق است که در اثر آن، جایگاه فکر و اندیشه رشد می‌کند. رشد طبیعی عقل تا ۲۸ سالگی^۲ و براساس برخی از روایات، تا ۳۵ سالگی ادامه دارد.^۳ اما پیاژه، روان‌شناس معروف معتقد است که بعد از سن ۱۵ سالگی هیچ نوع رشد ذهنی طبیعی ایجاد نمی‌شود و آنچه بزرگسالان را از نوجوانان متمایز می‌کند، کم و زیاد بودن تجربه است.^۴

منظور از رشد اکتسابی، اندوخته‌های عقلی انسان است که با آموزش و تجربه به دست می‌آورد. این گونه از رشد، در همه دوران عمر انسان وجود دارد. امام علی علیه السلام می‌فرماید: «عقل دو نوع است، عقل طبیعی و عقلی که با تجربه به دست می‌آید».^۵ رشد عقلی نوع دوم، به نوع اول بستگی دارد و تا زمانی که ذهن رشد فیزیکی خود را تمام نکرده باشد، در عمل نوبت به نبوغ برای رشد عقلی نوع دوم نمی‌رسد. امام علی علیه السلام در این باره می‌فرماید: «عقل دو نوع است: عقل طبیعی و عقل فراگرفتنی». تا زمانی که عقل طبیعی در کار نباشد، عقل فراگرفتنی سودی ندارد؛ همان گونه که وقتی چشم نبیند، نور خورشید فایده‌ای نمی‌دهد.^۶ امام علی علیه السلام در روایتی دیگر می‌فرماید: «عقل نیرو و غریزه‌ای است که با دانش و تجربه بیشتر می‌شود».^۷

۱. محمدی ری‌شهری، میزان الحکمه، ج ۲، ص ۱۵۲.

۲. حلی، تذکره الفقهاء، ج ۱، ص ۱۸۳. همچنین در این باره: «و قال الصادق علیه السلام مروا اولادکم بالصلوة و هم ابناء سبع و اضربوهم علیها و هم ابناء عشر فإنا نأمر اولادنا بالصلوة و هم ابناء خمس و نضربهم علیها و هم ابناء سبع و عن النبی صلی الله علیه و آله إذا بلغ الصبی سبع سنین امر بالصلوة فإذا بلغ عشر اضرب علیها فإذا بلغ ثلث عشرة سنة فرقوا بینهم فی المضاجع فإذا بلغ ثمانية عشر علم القرآن فإذا بلغ احدى و عشرين انتهى طوله فإذا بلغ ثمانية و عشرين کمل عقله» (همان، ج ۴، ص ۳۳۵).

۳. «قال أمير المؤمنين علیه السلام یربب الصبی سبعا و یؤدب سبعا و یستخدم سبعا و منتهی طوله فی ثلاث و عشرين سنة و عقله فی خمس و ثلاثین سنة و ما کان بعد ذلك فبالتجارب» (شیخ صدوق، من لایحضره الفقیه، ج ۳، ص ۴۹۳).

۴. خادمی کوشا، جوان در پرتو اهل بیت علیهم السلام، ص ۴۸.

۵. «العقل عقلا ن عقل الطبع و عقل التجربة» (علامه مجلسی، بحار الانوار، ج ۷۵، ص ۶۰).

۶. «العقل عقلا ن مطبوع و مسموع، و لا ینفع المسموع ما لم یکن مطبوع کما لا ینفع ضوء الشمس» (راغب اصفهانی، المفردات فی غریب القرآن، ص ۳۴۲). این روایت به گونه‌های دیگری نیز نقل شده است.

۷. «العقل غریزة تزد بالعلم و التجارب» (لیثی واسطی، عیون الحکم و المواعظ، ص ۵۲؛ محمدی ری‌شهری، میزان الحکمه، ج ۱، ص ۳۷۷ و ج ۳، ص ۲۰۵۰).

فراهم کردن شرایطی مانند ورزش، سحرخیزی، شور و نشاط، تسریع‌کننده رشد طبیعی عقل جوان و اموری، چون فساد و بی‌عفتی، موانع رشد ذهنی جوان است. در این میان، نقش مربیان دلسوز و آگاه بسیار مهم است؛ مربیانی که علاوه بر رشد فکری و علمی، به سلامت روحی و روانی جوانان نیز اهتمام دارند و افزون بر انتقال علم و تجربه جدید، آنان را برای شناخت بهتر از خود و جهان هستی کمک می‌کنند.

البته نباید فراموش کرد که عقل جوان در دوره جوانی در راه رشد و بالندگی قرار دارد، نه آنکه به کمال لازم خود رسیده باشد؛^۱ از این رو، ممکن است در مواردی دچار اشتباه شده و به راهنمایی اساتید و معلمان نیاز پیدا کند، یا بین عقل و احساس او تنازع و ناسازگاری به وجود آید، زیرا در سنین جوانی میزان رشد احساس‌ها، بیش از عقل است و همین امر، باعث ایجاد تنازع میان عقل و احساس جوان شده، زمینه بسیاری از کجروی‌ها برایش فراهم می‌شود. در این صورت، بهترین روش ارتباط با جوان، ارائه مشاوره‌های معقول و بی‌طرفانه به او است.

جوانان به دلیل واقع شدن در مسیر رشد عقل، مباحث را بسیار تیزتر از کهنسالان درک می‌کنند. امام علی علیه السلام در این باره می‌فرماید: «هر گاه در مسئله‌ای محتاج مشورت شدی، آن را به جوانان عرضه کن؛ چرا که آنان با فراست‌تر و تیزفهم‌ترند. سپس آن را به نظر پیران و سالخورده‌ها برسان تا آن را به خوبی بررسی کنند؛ چرا که تجربه پیران بیشتر است».^۲ همچنین امام سجاد علیه السلام در نامه‌ای خطاب به محمد بن مسلم زهری می‌فرماید: «هنگامی که امثال تو با وجود بزرگی سال و برتری علمی و نزدیکی مرگ، چنین فریفته دنیا می‌شوند؛ پس چگونه باید جوان تازه‌سال، با وجود کمبود دانش و سستی بینش و ضعف نیروی عقل از شر دنیا در امان باشد؟».^۳

بنابراین، مبلغ دینی جوانان، باید به این ویژگی مخاطب توجه کند و به جوان، والدین و مربیان او، اطلاعات علمی و دینی معقول دهد و از رفتارهای منافی با عقل دوری کند.

۱. همان، ص ۱۱۴.

۲. «إذا احتجت إلى المشورة في امر قد طرأ عليك فاستبد به بداية الشبان؛ فانهم احد اذهانا و اسرع حدساً. ثم رده بعد ذلك إلى رأي الكهول والشيخ ليستعقبوه و يحسنوا الاختبار له؛ فإن تجربتهم أكثر» (ابن ابی‌الحدید، شرح نهج البلاغه، ج ۲۰، ص ۳۳۷، ش ۸۸۶).

۳. «فإذا كانت الدنيا تبلغ من مثلك هذا المبلغ مع كبر سنك ورسوخ علمك وحضور أجلك، فكيف يسلم الحدث في سنه، الجاهل في علمه، المأفون في رأيه، المدخول في عقله» (علامه مجلسی، بحار الانوار، ج ۷۵، ص ۱۳۴).

۳-۲. ویژگی‌های عاطفی (قلبی)

ویژگی‌های عاطفی و قلبی جوانان بسیار است که در ادامه، چند مورد بیان می‌شود.

الف) پاک‌دلی: رقت قلب و پاکدلی، یکی از فضایل مهم اخلاقی است که در علم اخلاق، نسبت به آن تأکید و راه‌های دستیابی به آن معرفی شده است. به‌طور طبیعی، این فضیلت در جوانان بیشتر از دیگران وجود دارد؛ به همین دلیل کمتر از بزرگترها گرفتار قساوت قلب می‌شوند و این، سبب گرایش زودتر آنان، به سوی منادیان الهی می‌شود. در زمان حال نیز، شکارچیان پاکی نسل جوان، از همین ویژگی آنان برای برنامه‌های فرهنگی و تبلیغی خود بهره می‌برند.

پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله درباره پاکدلی جوانان می‌فرماید: «به شما درباره جوانان به خیر و نیکی سفارش می‌کنم؛ چرا که آنان از نظر قلبی، پاک‌تر و مهربان‌ترند، خداوند مرا بشارت‌دهنده به رحمت و بیم‌دهنده از عذاب خویش فرستاد و جوانان با من همراه و هم‌سوگند شدند و پیران با من به مخالفت برخاستند».^۱ سپس پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله این آیه را قرائت فرمود: «فَطَالَ عَلَيْهِمُ الْأَمَدُ فَقَسَتْ قُلُوبُهُمْ»^۲ عمرشان طولانی گشت؛ در نتیجه، قلب‌هایشان سخت شده و قساوت یافت».^۳

امام صادق علیه السلام در جواب کسی که پرسید: «چرا وقتی فرزندان حضرت یعقوب علیه السلام از او طلب بخشش کردند، او گفت: در آینده (سحر شب جمعه) برای شما طلب بخشش می‌کنم؛ ولی حضرت یوسف علیه السلام در برابر طلب بخشش برادران خویش، بلافاصله ایشان را بخشید؟» فرمود: «چون قلب جوان رقیق‌تر از قلب پیر است».^۴

ابوجعفر احوال که از یاران امام صادق علیه السلام و مبلغان دین بود، روزی به حضور امام علیه السلام مشرف شد. ایشان از او پرسید: «مردم بصره در امر دین و اهل بیت علیهم السلام چگونه‌اند؟» عرض کرد: «تعداد کمی تمایل نشان داده‌اند». امام صادق علیه السلام فرمود: «علیک بالاحداث فانهم اسرع الی کل خیر»^۵ به جوانان رو کن و ایشان را تبلیغ نما؛ چرا که ایشان به سوی هر خیر و نیکی پیشتر سرعت می‌گیرند».

۱. «اوصیکم بالشبان خیرا، فانهم ارق افئدة ان الله بعثنی بشیرا و نذیرا، فخالفنی الشبان و خالفنی الشیوخ ثم قرأ "فطال علیهم الامد فقسست قلوبهم" (فلسفی، گفتار فلسفی: جوان از نظر عقل و احساسات، ج ۲، ص ۲۴۸).

۲. حدید، ۱۶.

۳. خادمی کوشا، جوان در پرتو اهل بیت علیهم السلام، ص ۲۷ و ۵۳.

۴. «لان قلب الشاب ارق من قلب الشيخ» (شیخ صدوق، علل الشرایع، ج ۱، ص ۵۴).

۵. کلینی، الکافی، ج ۸، ص ۹۳؛ شیخ حر عاملی، وسائل الشیعه، ج ۱۱، ص ۴۴۸؛ علامه مجلسی، بحار الانوار، ج ۲۳، ص ۲۳۶.

وجود این ویژگی در جوانان منشأ صفا، صمیمیت و عشق است. محیط سالم خانه، مدرسه و جامعه، از جمله عوامل تقویت‌کننده این ویژگی است. وقتی قلب نرم و مهربان جوان با خلق و خوی سالم اطرافیان همسو شود و پاکی روح جوانان با ناپاکی محیط، آلوده نشود، می‌توان شاهد پرورش قلبی پاک و روحی لطیف در جوانان بود؛ در این صورت، فضایل انسانی شکل می‌گیرد و تربیت دینی آنان در بهترین فرصت تحقق می‌یابد.

برخی از آموزه‌های دینی دقیقاً با هدف حراست از قلب پاک و دل مهربان انسان طراحی شده است که در فطرت انسان‌ها و به‌ویژه جوانان ریشه دارد، مانند معرفی انواع گناهان قلبی جزء گناهان کبیره؛ حرام بودن ماندن در محیط ناسالم و آلوده به گناه؛ منع کردن از شنیدن غیبت دوستان و داشتن بخل، کینه و کدورت قلبی از هم‌نوعان؛ نهی از همراه شدن با ناپاکان قلبی، هر کسی که با جوانان برخورد داشته باشد، بارها دیده است که آنها از بی‌عدالتی و انجام امور خلاف منطق به شدت نگران و ناراحت می‌شوند و در مقابل، به انسان‌های عادل، منطقی و اخلاقی تمایل نشان می‌دهند.

ب) امید به آینده: در میان حالت‌ها و ویژگی‌های گوناگون جوان، امید به آینده، نقش بسیار مهمی در زندگی او دارد. امید چراغی است که به علائق، خواست‌ها و نیازهای جوان، جهت می‌دهد و اراده او را برای صعود، به قله‌های بلند علم و هنر تقویت می‌کند. اگر جوان به شرایط موجود خود عشق بورزد، اراده و تلاش خود را بیشتر می‌کند و افق آینده را روشن می‌بیند. امید، نیروی محرک انسان و یأس، عامل نابودکننده آدمی است. امام علی علیه السلام در این باره می‌فرماید: «هنگامی که ناامیدی قلب آدمی را تسخیر کند، تأسف وی را از پای درآورد».

ج) گرایش به دین: فطرت و سرشت انسان بر خداشناسی استوار است، پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله درباره فطری بودن خداشناسی می‌فرماید: «کل مولود یولد علی الفطرة حتی یكون ابوا یهودانه و ینصرانه و یمجسانه؛^۱ هر مولودی براساس فطرت خداشناسی به دنیا می‌آید تا اینکه والدینش او را به دین یهودی یا نصرانی یا مجوسی درمی‌آورند». بنابراین، گرایش جوانان به دین، در فطرت آنان ریشه دارد و امور فطری تغییرپذیر نیست: «فَأَقِمْ وَجْهَكَ لِلدِّينِ حَنِيفًا فِطْرَةَ اللَّهِ الَّتِي فَطَرَ النَّاسَ عَلَيْهَا لَا تَبْدِيلَ لِخَلْقِ اللَّهِ ذَلِكَ الدِّينُ الْقِيمُ وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ»^۲ پس روی خود را متوجه آیین خالص پروردگار کن. این فطرتی است که خداوند، انسان‌ها را بر آن آفریده است، دگرگونی در آفرینش الهی نیست. این آیین استوار است؛ ولی بیشتر مردم نمی‌دانند».

۱. طوسی، الخلاف، ج ۳، ص ۵۹۱. این روایت در منابع اهل سنت نیز آمده که در پاورقی منبع یادشده نقل گردیده است.

۲. روم، ۳۰.