

ارتباطات گروهی نخبگان نوجوان؛ مورد مطالعه سیاست‌های کانون دانش‌پژوهان نخبه

ناصر باهنر *

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۰۵/۳۰

حامد سهرابی **

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۰۷/۱۴

چکیده

نخبگان جزو سرمایه‌های مهم هر جامعه‌ای محسوب می‌شوند که اگر به‌موقع و به‌درستی شناسایی، جذب، هدایت و به‌کارگیری نشوند آسیب‌هایی جدی به پیشرفت جامعه وارد می‌شود. از طرف دیگر نوجوانی دوره‌ای است که شخصیت افراد شکل می‌گیرد و مقدمه‌ای اساسی برای مراحل بعدی زندگی انسان‌ها به‌شمار می‌رود. بدین‌جهت این دوره برای قشر نخبه می‌تواند سرنوشت‌ساز باشد و اگر درست و بهینه مورد استفاده قرار نگیرد، هم خود فرد، هم جامعه‌ای که در آن زندگی می‌کند خسارت‌های جبران‌ناپذیری را متحمل خواهند شد. نوجوان در این دوره برای ساختن هویت خود و پاسخگویی به سایر نیازهای مادی و معنوی‌اش عضو گروه‌های مختلف می‌شود. ارتباطات گروهی ذیل عنوان روان‌شناسی اجتماعی موضوعات مختلفی را با عنوان پویایی گروه بررسی می‌کند؛ از ماهیت و شاخصه‌های یک گروه گرفته تا نظریه‌های تشکیل آن، نوع ارتباط اعضا و کارکردهای آن. شناخت این ظرفیت‌ها درسیاست‌گذاری ارتباطات گروهی حوزه نخبگان می‌تواند نقش بسزایی در شناسایی، جذب و هدایت نخبگان یک جامعه از مقطع نوجوانی باشد. در این پژوهش سعی شده تا با استفاده از ظرفیت‌های موجود ارتباطات گروهی در حوزه نخبگان نوجوان، سیاست‌های مجموعه کانون دانش‌پژوهان نخبه - که با تشکیل گروه‌هایی نخبگانی در مقطع نوجوانی در مناطق جنوبی تهران فعالیت می‌کند - مورد مطالعه قرار گیرد و نهایتاً مللی از ظرفیت‌های ارتباطات گروهی به منظور سیاست‌گذاری در حوزه نخبگان نوجوان ارائه گردد. برای این کار علاوه بر استفاده از روش‌های اسنادی، از مشاهده مشارکتی و مصاحبه عمیق برای شناخت ظرفیت‌های ارتباطات گروهی و مطالعه مجموعه مورد نظر بهره گرفته شده است.

واژگان کلیدی: ارتباطات گروهی، نخبگان، نوجوان، دانش‌پژوهان نخبه.

* دانشیار دانشکده معارف اسلامی و فرهنگ و ارتباطات دانشگاه امام صادق (ع) nbahonar@gmail.com

** کارشناس ارشد معارف اسلامی و فرهنگ و ارتباطات دانشگاه امام صادق (ع) (نویسنده مسئول)

Hamed.sohrabi110@gmail.com

مقدمه

«رابرت میشل^۱» نخبگان را یک ضرورت در هر جامعه‌ای می‌داند که در سازمان‌ها و تشکلهای نیز چنین گروهی خود به خود شکل گرفته و آن را هدایت می‌کنند. رویکرد نخبه‌پروری و تلاش در راستای تقویت ساختارهای علمی و فناورانه، زمینه‌سازی مناسب را جهت توسعه اقتدار ملی و بین‌المللی خود بیش از پیش فراهم می‌نماید (عیوضی، ۱۳۸۳، صص ۱۰۵-۱۰۲). مسئله‌ای که در این پژوهش دنبال می‌شود اهمیت شناسایی نخبگان از مقطع نوجوانی و سرمایه‌گذاری مربوط به آن‌ها از این دوران است. این دوره به دلیل ویژگی‌هایی که در ادامه بیشتر به آن خواهیم پرداخت، ظرفیت‌هایی دارد که اگر به‌موقع و بهینه از آن استفاده شود در پرورش نیروهای مستعد بسیار کارآمد خواهد بود و از طرف دیگر اگر مراقبت‌های لازم صورت نگیرد می‌تواند زمینه بسیاری از انحرافات در جامعه باشد. لذا سیاست‌گذاری برای بهبود کیفیت زندگی نوجوانان، برای پیشرفت یک کشور در اولویت‌های با فوریت برای جوامع است.

مجموعه کانون دانش‌پژوهان نخبه از مجموعه‌های علمی فرهنگی تربیتی است که از سال ۱۳۷۵ کار خود را شروع کرده و قریب به بیست سال است که در مناطق جنوبی تهران با محوریت جذب، هدایت و به‌کارگیری نخبگان فعالیت می‌نماید. طرح این مجموعه، در این مدت گسترش‌یافته و در مناطق دیگر نیز از این طرح الگوبرداری شده است.

در حوزه ارتباطات گروهی و نخبگان پژوهش‌هایی به‌صورت مجزا صورت گرفته که به مهم‌ترین آن‌ها اشاره می‌شود. «مسجد و ارتباطات گروهی با نوجوانان با تأکید بر رویکرد اسلامی: بررسی موردی چهار مسجد شهر تهران» (لطفعلی زاده، ۱۳۹۲) که با بررسی مفاهیم و نظریات ارتباطات گروهی و پویایی گروه ۴ مورد از مساجد برتر شهر تهران را بررسی کرده است و همچنین پژوهشی با عنوان «مشخصه‌های ارتباطات گروهی در کانون فرهنگی رهپویان وصال شیراز» (آثاری، ۱۳۹۲) با روش مردم‌نگاری به مطالعه مشخصه‌های ارتباطات گروهی در مورد مطالعه خود پرداخته است. «ارتباطات گروهی و فرهنگ بسیجی: طرح صالحین در پایگاه‌های بسیج مساجد شهر تهران» (طالبی، ۱۳۹۳) نیز با تمرکز بر گروه و ارتباط گروهی در

برنامه‌ریزی‌های خرد و کلان کشور و نیز سیاست‌گذاری‌های فرهنگی خلاً موجود در ادبیات اسلامی این حوزه را تا حدی تکمیل می‌کند و به رابطه آن با مبحث تربیت و تربیت سیاسی می‌پردازد.

در این مقاله سعی شده تا به این سؤال پاسخ داده شود که مؤلفه‌های ارتباطات گروهی نخبگان نوجوان با تأکید بر سیاست‌های کانون دانش‌پژوهان نخبه چیست؟ لذا در این حیطه مطالعه سیاست‌ها و برنامه‌های کانون دانش‌پژوهان نخبه و ثبت مشاهدات و مصاحبه‌ها با تمرکز بر بحث مؤلفه‌های ارتباطات گروهی در حوزه نخبگان نوجوان، علاوه بر ارائه وضعیت موجود، سیاست‌ها و راهکارهایی را برای رسیدن به وضعیت مطلوب ارائه دهد.

۱. مبانی نظری پژوهش

۱-۱. ارتباطات گروهی

ارتباطات گروهی را باید یکی از حوزه‌های مهم دانش ارتباطات دانست. همان‌طور که پول^۲ اشاره می‌کند گروه باید واحد بنیادین در تحقیقات ارتباطات باشد، گروه یک واحد اجتماعی متشکل از تعدادی افراد است که نسبت به هم جایگاه و نقش ارتباطی کم و بیش مشخص دارند. این وضع از مجموعه‌ای از ارزش‌ها یا هنجارهای مخصوص به خود برخوردار است که رفتار هر عضو را حداقل از لحاظ پی آمد آن نسبت به گروه تنظیم می‌کند (فورسایت، ۱۳۸۰، ص ۳۶).

«کرت لوین»^۳ که ذیل ادبیات ارتباطات گروهی، مفهوم پویایی گروه^۴ را مطرح کرد، می‌نویسد: «هر گروهی در هر لحظه از زمان دارای یک میدان روانی خاصی است شبیه میدان الکتریکی در علم فیزیک که این میدان روانی شامل نیروهای گوناگونی است که رفتار گروهی را تحت تأثیر قرار می‌دهند. این تغییر لحظه به لحظه گروه پویایی گروه است» (گلشن فومنی، ۱۳۷۶، ص ۵۴).

پویایی گروه در واقع علم بررسی چگونگی تشکیل یک گروه از آغاز است تا انجام. از این‌رو اندیشمندان این حوزه با توجه به رویکردهایی که برای تشکیل یک گروه قائل هستند، دوام، کارکرد و میزان تأثیرگذاری یا تأثیرپذیری آن را مورد مطالعه قرار داده‌اند

و به درکی از پویایی گروه رسیده‌اند (محسنی، ۱۳۷۱، ص ۱۶۴). آریان‌پور که واژه پویایی گروه را برای اولین بار ارائه کرد نیز مطرح می‌کند که این کنش‌های متقابل، بعضی‌ها پیوسته و بعضی‌ها گسسته‌اند و هیچ گروهی به سازگاری و توافق کامل نمی‌رسد. کنش‌های متقابل پیوسته، همکاری اعضاء و توافق گروهی را موجب می‌شود و کنش‌های متقابل گسسته موجب عدم توافق و ایجاد ستیز و اختلاف می‌شود (گلشن فومنی، ۱۳۷۴، صص ۳۴-۳۶).

۲-۱. ویژگی و مشخصه‌های گروه

در این قسمت به ویژگی‌ها یا مشخصه‌هایی که برای هر گروهی قابل تعریف است می‌پردازیم:

• اندازه

«سالومون آش»^۵ در برخی مطالعات خود، اندازه گروه را از دو تا پانزده نفر می‌داند و دریافت که تأثیر افزایش اندازه گروه بر افزایش کارکردها و تأثیرات گروه حد معینی دارد. بر اساس مطالعات وی افزایش کارایی و تأثیر گروه از سه نفر شروع می‌شود و در گروه‌های هفت نفره به بالاترین حد خود می‌رسد (آذربایجانی و دیگران، ۱۳۸۲، ص ۳۷۰).

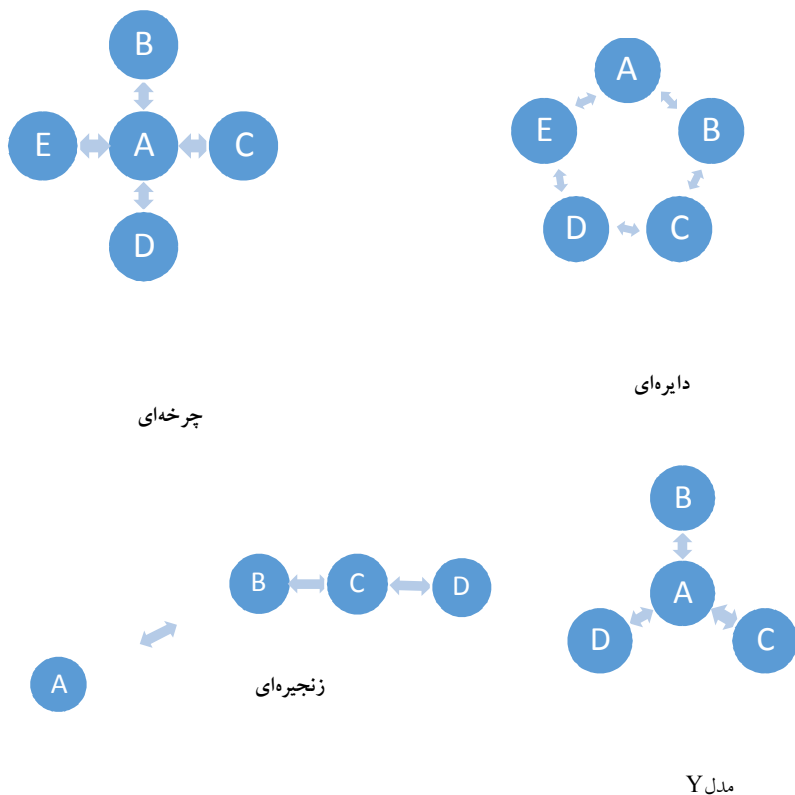
• نقش‌ها

نقش‌ها رفتارهای افراد است که متناسب با جایگاهشان در گروه از آن‌ها انتظار می‌رود. نقش‌های رسمی مشابه مقررات، رسماً تعیین می‌شوند و با نماد یا لقبی مشخص می‌شود، برای مثال «رئیس جلسه» یا «مربی»؛ اما نقش‌های غیر رسمی فاقد نماد یا برجسب خاص است (محسنیان راد، ۱۳۹۲، ص ۳۱۱).

• شبکه‌های ارتباطی

الگوهای منظم مبادله اطلاعات در بین اعضای گروه را شبکه ارتباطی می‌نامند. این شبکه مشخص می‌کند که اطلاعات به چه نحو به مقامات عالی، سپس زیردستان و یا دارندگان پست‌های هم‌سطح می‌رسد؛ این شبکه سعی می‌کند نقش، مقام و الگوهای جاذبه را متوازن سازد (فورسایت، ۱۳۸۰، صص ۱۸۲-۱۸۴).

شکل ۱: شبکه‌های ارتباطی در گروه



• هنجارها

هر گروهی متناسب با ساختار و ویژگی‌های خاص خودش دارای ارزش‌هایی است که این‌ها را «هنجار گروهی» می‌نامند. هنجارهای گروهی از سوی اعضای گروه، حفظ، نگهداری و تقویت می‌شوند و در نهایت، احساس تعلق افراد را به گروه‌ها محکم‌تر می‌سازند (روش بلاو، ۱۳۷۴، ص ۱۴۲).

هنجارهای گروهی را به سه دسته تقسیم می‌کنند:

الف) هنجارهای اجتماعی که هنجارهای حاکم بر روابط اعضای یک گروه با یکدیگر است.

ب) هنجارهای رویه‌ای، هنجارهایی که نحوه عملکرد گروه را مشخص می‌کنند.

ج) هنجارهای وظیفه‌ای که تعیین‌کننده چگونگی انجام وظیفه هریک از اعضا است. برای آگاهی از این هنجارها از دو روش می‌توان کمک گرفت. یکی زیر نظر داشتن رفتارهای معمول اعضای گروه، مثلاً شوخی‌ها یا برخوردهای جدی در جلسات گروهی، سطح و میزان این رفتارها یا اینکه آیا رده‌های پایین‌تر با دیگران شوخی می‌کنند یا نه؟ روش دیگر جستجو و یافتن نشانه‌هایی از تنبیه‌های ناشی از سرپیچی از هنجارها است، مثلاً نخندیدن اعضا بعد از طرح یک شوخی نامناسب یا بروز بی‌قراری‌های غیرکلامی، وقتی عضوی زیاد صحبت می‌کند (محسنیان راد، ۱۳۹۲، صص ۳۱۱-۳۱۰)

• همبستگی و انسجام

این ویژگی اعضای یک گروه را در کنار هم نگه می‌دارد و عاملی وحدت‌بخش برای هر گروهی است. در گروه‌های کوچک به واسطه ارتباط زیاد اعضا با هم و تمرکز نیرو روی اعضا این همبستگی بیشتر است؛ هم‌چنین وقتی گروه‌ها در معرض یک تهدید خارجی قرار می‌گیرند، همبسته‌تر می‌شوند (آذربایجانی و دیگران، ۱۳۸۲، صص ۳۹۷-۳۹۸).

• هویت

مرزهای روانی یا فیزیکی که عضو گروه را از عضو غیر گروه متمایز می‌کند، هویت گروه یا اعضای آن را مشخص می‌کند. هویت در طول تشکیل گروه کامل‌تر می‌شود و ارتباط زیادی با اهداف تشکیل گروه دارد لذا از مقومات تشکیل گروه پرداخت به هویت گروهی و فردی اعضای آن است (مایرز و اندرسون، ۲۰۰۸، ص ۱۰).^۶

• اهداف و آرمان‌ها

آرمان‌ها مهم‌ترین دلیل موجودیت گروه هستند و اعضای مختلف و گوناگون برای پیگیری آرمان‌های مشترک خود حول یک ساختار به اسم گروه جمع می‌شوند تا در شرایطی بهتر و با هم‌افزایی بیشتری برای رسیدن به آرمان‌ها مشترک خود ترتیب اثر دهند. از این جهت تقویت یا تضعیف سایر مشخصه‌های گروه در اولویت اول به این مشخصه مربوط می‌شود (گلشن فومنی، ۱۳۷۴، صص ۸۰-۸۱).

۳-۱. نظریات تشکیل گروه

درباره اینکه چرا یک گروه تشکیل می‌شود نظرات مختلفی مطرح شده است که به

برخی از آن‌ها اشاره خواهیم کرد:

• نظریه مجاورت^۷

نظریه مجاورت به این می‌پردازد که افراد به دلیل مجاورت جغرافیایی یا فیزیکی به هم وابسته می‌شوند و بعد از مدتی گروه تشکیل می‌دهند. به‌عنوان مثال دانش‌آموزانی که در یک کلاس در کنار هم می‌نشینند از این دسته افراد هستند (شفیعی، ۱۳۸۸، ص ۱۹).

• نظریه تعادل^۸

نظریه تعادل بیان‌گر این موضوع است که نگرش مشابه افراد نسبت به اهداف و مقاصدی که برای همه آنان ارزشمند است سبب جلب آن‌ها به یکدیگر می‌شود. اعضای گروه، طبق این نظریه بعد از ارتباط با هم می‌کوشند که بین عوامل جذب‌کننده و نگرش‌های مشترک خود نوعی تعادل برقرار کنند که اگر این تعادل ایجاد شود باعث وابستگی افراد به هم و ایجاد یک گروه خواهد شد (سورین و تانکارد، ۱۳۸۶، ص ۲۱۶).

• نظریه مبادله^۹

«نیوکمب»^{۱۰} برای این اثر شاهدهی قوی یافته بود که ما از افرادی خوشمان می‌آید که به نحوی شبیه خود ما باشند. او طبق مطالعاتی که صورت داده بود به فرآیندهای مشترکی رسیده بود که این امر را موجب می‌شدند؛ اولاً معاشرت با افرادی که ارزش‌ها و نگرش‌هایشان با ما یکسان است چون به ما اطمینان می‌دهند که باورهایمان درست است، بسیار پاداش‌دهنده خواهد بود. ثانیاً این همانندی، کنش‌های متقابل بدون تعارضی را نوید می‌دهد. ثالثاً علم به همانندی انگیزه‌ای برای یگانه شدن با افراد را ایجاد می‌کند (فورسایت، ۱۳۸۰، صص ۱۰۳-۱۰۴).

• نظریه سلسله‌مراتب نیازها^{۱۱}

رفع نیازهای فیزیولوژیکی در اولویت اول برای ادامه حیات است. بعد نیازهای امنیتی هستند که باید رفع شوند و سپس نیازهای اجتماعی، احترامی و خودشکوفایی. او برطرف شدن نیازهای اجتماعی اولویت سوم نسبت به دیگر نیازهای اساسی هر انسانی جای می‌دهد. این نیازها شامل وابستگی، تعلق خاطر، عشق و عاطفه است. طبق نظریه سلسله‌مراتب نیازها، در واقع بعد از رفع شدن نیازهای اجتماعی مسیر برای برطرف شدن سایر نیازها مثل نیازهای احترامی و نیاز به خودشکوفایی هم فراهم

می‌شود (اسمیت، ۱۳۸۶، ص ۳۷۰).

• نظریه انگیزش اجتماعی^{۱۲}

نظریه پردازان انگیزش می‌گویند انسان‌ها هنگام انتخاب و هدف‌گزینی، تابع انگیزه‌های اجتماعی خاصی مثل نیاز به پیوند جویی، صمیمیت و قدرت هستند.

۱. نیاز به پیوند جویی

افرادی که نیاز شدید به پیوند جویی دارند معمولاً به پیوستن به گروه تمایل بیشتری نشان می‌دهند، با دیگر اعضای گروه بیشتر ارتباط کنند، تأیید اجتماعی بیشتری را از دیگران می‌خواهند و دیگر اعضای گروه را راحت‌تر می‌پذیرند. کسانی که معاشرت با دیگران را دوست دارند غالباً نیاز به پیوند جویی دارند (فلدمن^{۱۳}، ۱۹۸۵، ص ۱۹۵).

۲. نیاز به صمیمیت

افرادی که نیاز به صمیمیت دارند مانند افرادی که نیاز به پیوند جویی دارند پیوستن به گروه‌ها را ترجیح می‌دهند اما آن‌ها روابط گرم‌تر و صمیمانه‌تر را ترجیح می‌دهند و بیشتر احتمال دارد ملاحظه دیگران را بکنند. آن‌ها از طرد شدن نمی‌ترسند و بیشتر بر دوستی، رفاقت، مقابله به مثل و کمک تأکید دارند (فورسایت، ۱۳۹۱، ص ۱۴۰).

۳. نیاز به قدرت

از آنجا که کنش‌های متقابل گروهی فرصت‌های زیادی را برای نفوذ دیگران فراهم می‌آورد، کسانی که نیاز دارند دیگران را کنترل کنند، تمایل دارند به سراغ گروه‌ها بروند. چون تعاملات درون گروه فرصتی برای تأثیرگذاری بر دیگران فراهم می‌کند، افرادی که نیاز شدیدی به قدرت دارند نیز به گروه‌ها علاقه‌مند می‌شوند (کارترایت و زاندر^{۱۴}، ۱۹۶۸، ص ۲۱۵).

۴-۱. تعریف مفاهیم مرتبط با نخبگی

با توجه به کاربرد واژه «نخبه» اندیشه صاحب‌نظران، اسناد راهبردی کشور و دیگر منابع موجود در این حوزه، نخبه به صورت واژه‌ای عام دربردارنده و اشاره‌کننده به مفاهیم تخصصی زیر است:

• نخبه

بنیاد ملی نخبگان در سند راهبردی کشور در امور نخبگان، نخبه را فردی برجسته و کارآمد اطلاق می‌کند که در خلق و گسترش علم، فناوری، هنر، ادب، فرهنگ و مدیریت کشور در چارچوب ارزش‌های اسلامی اثرگذاری بارز داشته باشد و همچنین فعالیت‌های وی بر پایه هوش، خلاقیت، انگیزه و توانمندی‌های ذاتی از یک سو؛ و خبرگی، تخصص و توانمندی‌های اکتسابی از سوی دیگر، موجب سرعت بخشیدن به پیشرفت و اعتلای کشور شود (بنیاد ملی نخبگان، ۱۳۹۱).

• صاحب استعداد برتر

به فردی اطلاق می‌شود که با توجه به ویژگی‌های ذاتی خود امکان رسیدن به مرحله نخبگی را داراست ولی هنوز زمینه‌های لازم برای شناسایی کامل و بروز استعدادهای ویژه او فراهم نشده است. استعداد برتر به صورت بالقوه نخبه بوده اما به خودی خود نخبه نیستند بلکه ارزش ذاتی آنان در پیوند با ارزش‌های اجتماعی دیگر در یک فرآیند آموزشی به ثمر می‌نشیند (سحرخیز، ۱۳۹۳، ص ۱۲۹).

• گروه‌های نخبگانی

در کنار افراد نخبه یا اشخاصی با استعداد برتر، گروه‌های نخبگانی نیز جزو سرمایه‌های مهم یک جامعه به حساب می‌آیند. به عنوان مثال می‌توان از آزمون‌های ضریب هوشی نام برد که تحقیقات نشان داده که لزوماً اگر تک‌تک اعضای گروه نخبه یا با استعداد باشند، ضریب هوشی گروه بالا نخواهد بود بلکه در برخی منابع هوش گروهی را به قابلیت حل مسائل توسط گروه اطلاق شده است (بلینگر، ۱۹۹۷، صص ۱۲۵-۱۲۸).

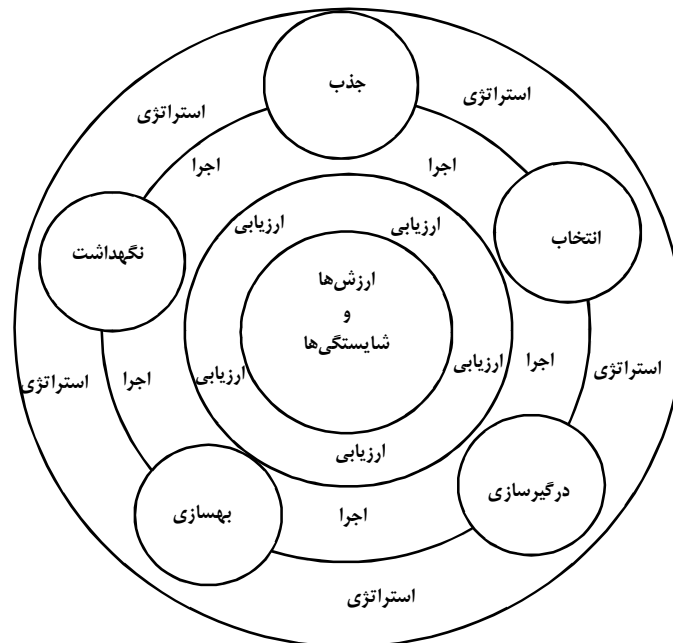
۵-۱. مدیریت نخبگان

از متداول‌ترین مدل‌های ارائه شده در زمینه مدیریت استعداد، مدل ۵ عاملی فیلیپس^{۱۵} و راپر^{۱۶} است که عوامل زیر را دارا است:

الف) جذب^{۱۷} که از مهم‌ترین مراحل مدیریت استعداد است که اگر این مرحله درست اتفاق نیفتد، بقیه مراحل تا انتها با مشکل روبرو خواهند بود.

ب) انتخاب^{۱۸} در این مرحله که بعد از جذب اولیه صورت می‌گیرد بناست تا با

شناخت بیشتر نسبت به افراد، بهترین استفاده از وی صورت بگیرد.
 ج) درگیر کردن^{۱۹} در واقع این مرحله اولین مرحله عضویت کامل شخص در نظر گرفته می‌شود که به طرق گوناگون ممکن است صورت بگیرد، از توجه به خلاقیت و نوآوری گرفته تا پذیرش مسئولیت شخصی.
 د) توسعه و بهسازی^{۲۰} در این مرحله برای مدیریت استعدادها باید بیشترین دقت و تلاش را معطوف به قوی‌تر شدن نیروها و استعدادها کرد. این امر نه تنها باعث رشد مجموعه می‌شود بلکه خود فرد نیز تشویق می‌شود که فعالیت‌هایش را به شکل مطلوبی توسعه دهد.
 ه) حفظ و نگهداشت^{۲۱} در این مرحله که آخرین حلقه این چرخه است مدیریت استعدادها همواره باید به صورت شایسته‌سالاری صورت بگیرد تا استعدادها همواره احساس مفید بودن بکنند و وظیفه خود را ترک نکنند (فیلیس و راپر، ۲۰۰۹، صص ۷-۱۶).
 مدل ۲: مدل مدیریت استعداد مبتنی بر ارزش‌ها و شایستگی‌های کلیدی



۱. نوجوان منبع: (فیلیس و راپر، ۲۰۰۹، ص ۱۰)

دوره نوجوانی را حدفاصل بین کودکی و جوانی می‌دانند؛ نوجوان از یک‌سو در

حال گسیختن پیوندهای خود با دوره کودکی است و از سویی دیگر شیفته دستیابی به استقلال جوانی و بزرگ‌سالی است. با توجه به تفاوت‌های فردی و اجتماعی که برای هر فردی وجود دارد، دوران نوجوانی را نمی‌توان به سنین خاصی محدود دانست؛ اما غالباً برای پرهیز از ابهام، سنین ۱۳ تا ۱۸ سالگی را، سنین نوجوانی می‌نامند (شرفی، ۱۳۸۵، صص ۲۴-۲۳).

۲. نیازها و ویژگی‌ها

شناخت درست ویژگی‌ها و نیازهای این دوره درک درستی از موقعیت افراد نوجوان را تصویر می‌کند که مهم‌ترین آن‌ها را مطرح خواهیم کرد:

• نیاز تعلق به گروه

ترس از بی‌توجهی و یا گمنامی نوجوانان را بر می‌انگیزد تا خود را در ارتباط با گروهی از همسالان قرار دهد. رنج ناشناخته ماندن باعث می‌شود که نوجوان برای احساس تعلق به گروه بیشترین فعالیت خود را بروز دهد.

• نیاز به هویت‌جویی

نوجوانان در دنیای پرازدحام و شدیداً متغیر مدرن، همواره با سایه‌ای از ابهام، نگرانی و تردید در صدد یافتن جایگاه خود است تا هویتی از خویش به‌دست آورد. آن‌ها مایل‌اند هویت مورد نظر خود را آن‌گونه که مایل هستند به وجود آورند.

• اجتماعی شدن و رشد شخصیت

به‌طور کلی رفتارهای دوران نوجوانی نمی‌توانند تنها ناشی از یک تحول فردی باشند، بلکه تأثیرپذیری آن‌ها از تعامل‌های اجتماعی یک امر اساسی و تردیدناپذیر است. معمولاً بیشتر سخن بر سر جنبه‌های مثبت تأثیرات اجتماعی یا مشکلات رفتار طبیعی است، اما در کنار آن باید تأکید داشت که تلاقی و تداخل مشکلات در سطح سازمان‌یابی هویت، ضعف «من» و تأثیرات اجتماعی ویرانگر می‌تواند به نتایجی عظیم و جبران‌ناپذیر منجر شود (احدی، محسنی، ۱۳۷۲، ص ۶۹).

• گروه‌های همسال

گروه‌بندی‌های سنی مقوله‌های شکل‌گرفته از تجارب متفاوت و تغییرات ساختاری است که به علت جامعه‌پذیری در ظرف زمانی مکانی و اجتماعی خاص دارای معانی،

ایدئولوژی، جهان‌بینی و گرایش‌های معین می‌شود. جهت‌گیری ارزش و نگرشی منظومه‌ای از مقوله‌های ارزشی و نگرشی است که مبنای کنش فردی و جمعی قرار می‌گیرد و به علت دسترسی به فضاهای اجتماعی متنوع و فرآیند جامعه‌پذیری مداوم امکان تحول در آن میسر است (اعظم آزاده، ۱۳۸۷، صص ۱۱-۱۲).

۲. روش پژوهش

۲-۱. انتخاب رویکرد کیفی^{۲۲}

این رویکرد در پی توصیف، رمزگشایی، ترجمه و درک معناهایی هستند که در محیط‌های اجتماعی رخ می‌دهند. پژوهشگران کیفی اساساً به دنبال آن هستند که شکل و محتوا و تجربه کنش اجتماعی را که مقید به موقعیت‌ها هستند، حفظ و تحلیل کنند. گفتگوی واقعی، اشارات و حرکات هنگام سخن گفتن و امثال این‌ها مواد خام تحلیل هستند. پژوهش کیفی از اطلاعات و داده‌های پژوهش‌های تاریخی، توصیفی و تجربی سود می‌برد (لیندلف و تیلور، ۱۳۸۸، صص ۵۲-۵۳).

۲-۲. روش گردآوری اطلاعات

برای جمع‌آوری اطلاعات لازم و مطالعه سیاست‌های مجموعه کانون دانش‌پژوهان نخبه از روش‌های مصاحبه و مشاهده مشارکتی استفاده شده است.

۲-۳. روش تجزیه و تحلیل اطلاعات

به منظور تجزیه و تحلیل اطلاعات از کدگذاری باز در روش تحلیل مضمون استفاده شده است. ظرفیت‌های ارتباطات گروهی ذیل یازده مقوله در نظر گرفته شده و داده‌های حاصل از مشاهده، مصاحبه و مطالعه اسناد متناسب با هر کدام از مقوله‌ها کدگذاری شده و سپس مدل جامع ارتباطات گروهی نخبگان نوجوان در سیاست‌های کانون دانش‌پژوهان نخبه ارائه شده است.

مورد مطالعه: سیاست‌های کانون دانش‌پژوهان نخبه

مجموعه کانون دانش‌پژوهان نخبه از مجموعه‌های علمی فرهنگی تربیتی است که

از سال ۱۳۷۵ کار خود را از مناطق جنوب شهر تهران شروع می‌کند و با جذب افراد برتر مدارس جنوبی تهران و با ارائه کلاس‌های درسی و علمی، دانش‌آموزان را برای آزمون‌های نمونه ورودی به مدارس نمونه و تیزهوشان آماده می‌کند و در مرحله بعد با دانش‌آموزانی که موفق به مدارس برتر شده باشند با محوریت کار المپیادهای درسی کار آموزشی و درسی خود را پیگیری می‌کند و در مراحل بعد با ایجاد فضایی فرهنگی و تربیتی به رشد و تربیت دانش‌آموزان در فضایی مناسب می‌پردازد تا نیروهای علمی متعهد و متخصص پرورش دهد.

۲-۴. مشخصه‌های ساختاری

مشخصه‌های ساختاری به اندازه گروه، نقش اعضا در گروه، قدرت و شیوه رهبری در گروه می‌پردازد. این مقوله‌ها با حضور پژوهشگر در شعبه‌های مجموعه مورد مطالعه و مشاهده ارکان اصلی این مضامین احصا شدند. هسته مرکزی این گروه غالباً بین دوازده تا پانزده نفر است لذا گروه کوچک محسوب می‌شوند، البته این تعداد در بازه‌های زمانی مختلف تغییر می‌کند مثلاً در دوره جذب و ثبت نام اولیه تعداد حتی به ۲۰ یا ۲۵ نفر هم برسد اما همان‌طور که ذکر شد دانش‌پژوهان فعال و ثابت یک پایه ورودی در غالب دوره‌ها بین دوازده تا پانزده نفر است.

• کانون‌های دانش‌آموزی

کانون‌های دانش‌آموزی در حقیقت ریشه و اساس فعالیت‌های سیاستی کانون دانش‌پژوهان نخبه است. کانون توانسته در مدت قریب به بیست سال، فعالیت‌های خود را در چهار شعبه گسترش دهد و هم‌اکنون حدود ۳۰۰ دانش‌پژوه مستعد از خدمات این مجموعه بهره می‌برند و کادری بالغ بر ۱۰۰ نفر دانشجو، طلبه و فارغ‌التحصیل رشته‌های مختلف اداره این شعب این مجموعه را برعهده دارند.

رهبری در مجموعه در سه کلان، میانی و خرد سطح قابل بررسی است. روحانی مجموعه رهبری کلان و بررسی خط‌مشی‌های کلی و سیاست‌گذاری‌های کلان مجموعه را بررسی می‌کند و در امور جزئی و مدیریتی ورود پیدا نمی‌کند و روحانی مجموعه بیشتر نقش یک رهبر بیرونی را ایفا می‌کند و محل رجوع اختلافاتی است که توسط

سازوکارهای مدیریتی مجموعه قابل حل نباشد. مدیر مجموعه در سطح میانی وظیفه استفاده بهینه از نیروهای داخلی مجموعه و گسترش فعالیت‌های کلی مجموعه را برعهده دارد. رهبری در گروه‌ها مؤثرترین بخش در هدایت روند گروه‌ها محسوب می‌شود که بر عهده مسئولین دوره است. مسئول دوره با ارتباطات نزدیک و چهره به چهره و استفاده از شیوهای تربیتی و مدیریتی باید فضای رشد را برای اعضای دوره فراهم آورد.

۲-۵. دلایل تشکیل گروه

در بازه‌های گوناگون افراد به تناسب آن دوره عضو کانون می‌شوند و گروه‌ها را تشکیل می‌دهند:

• بازه جذب

در این بازه با توجه به بهانه جذب مجموعه که آزمون‌ها میان پایه‌ای برای ورود به مدارس نمونه و تیزهوشان است، افراد بر اساس رفع این نیاز، همچنین مشاهده توان پاسخ‌گویی آن بر اساس دستاوردهای مجموعه، عضو یکی از گروه‌ها می‌شود و رفع ابتدایی این نیاز دانش‌آموز، فضا را برای پاسخ‌گویی به سایر نیازهایش در دوران نوجوانی را در مجموعه و گروه می‌بیند.

• بازه تثبیت

افراد بعد از قبولی در مدارس برتر و طی دوران جذب و گزینش، ثبت نام قطعی می‌شوند و در این مدت با اعضای گروه آشنایی نسبی پیدا می‌کند. گروه همسالان، فضای صمیمی و نیاز به پیوند جویی به گروه و همچنین برنامه‌های علمی فرهنگی مجموعه دانش‌آموز را ترغیب می‌کند تا پاسخ نیازهای بعد از ثبت نام موقت را در مجموعه پاسخ دهد. بر اساس نظریه انگیزش اجتماعی که نیاز به پیوند جویی، صمیمیت و قدرت را از دلایل اصلی پیوستن به گروه می‌داند، در این بازه تثبیت، این سه عامل مهم‌ترین دلایل جذب افراد به گروه و تشکیل یک گروه است.

• دوران حمایت

در این دوران اعضای گروه در تلاش‌اند تا با هم‌راستا کردن اهداف خود و رسیدن

به مقاصد مشترک، به گروه هویت دهند و برای رسیدن به اهداف مشترکی که تعیین می‌کنند ضمن تقویت گروه نیازهای خود را نیز برطرف نمایند. در این دوره طبق نظریه تعادل و مبادله اعضا به فعالیتشان در گروه ادامه می‌دهند و سعی می‌کنند شاکله اصلی گروه را حفظ نمایند.

۶-۲. مراحل اجتماعی شدن

فرآیند اجتماعی شدن گروه سه مرحله ارزشیابی، تعهد و انتقال نقش را طی می‌کند که به هرکدام از این مراحل خواهیم پرداخت.

الف) ارزشیابی

• شناسایی و جذب

هر کدام از شعبات کانون، هر ساله سعی می‌کنند در کنار رصد وضعیت فرهنگی و تهذیبی مخاطبان، بالاترین استعدادهای علمی را از مدارس برتر پیرامون جذب کنند. سطح بالای علمی کانون و جمع شدن تعداد زیادی از دانشجویان نخبه در کنار هم، انگیزه زیادی به دانش‌آموزان برای عضویت در این مجموعه را فراهم می‌کند. این روند از طریق روش‌های گوناگون صورت می‌گیرد که در ادامه به آن خواهیم پرداخت: (کانون دانش‌پژوهان نخبه، ۱۳۹۴، ج ۴، صص ۱۲-۵۰).

• گزینش

دومین مرحله از روند عضویت در گروه‌های کانون دانش‌پژوهان نخبه با هدف غربال‌گری کلی و اولیه دانش‌آموزان گروه‌های سنی ۱۳ تا ۱۹ سال در ابعاد روانی، اجتماعی خانوادگی، اعتقادی، اخلاقی، ذهنی، علمی و مهارتی همچنین شناسایی افراد با توانمندی‌های بالا در زمینه‌های مختلف علمی، مدیریتی، فرهنگی، هنری، ادبی یا شناسایی فراوانی مشکلات با توجه به مؤلف‌های آزمون‌های مختلف در دانش‌آموزان مورد نظر صورت می‌گیرد.

ب) تعهد

دومین فرآیندی که در قسمت اجتماعی شدن گروه رخ می‌دهد، فرآیند تعهد است که «پایبندی پایدار» اعضای گروه را ایجاد می‌کند و افراد در این مرحله انتظار می‌رود

که برای مدتی طولانی این رابطه را با گروه حفظ کند. این فرآیند نیز دارای چند مرحله است که در مجموعه به صورت زیر رخ می‌دهد.

• تثبیت و استعداد سنجی

دانش‌آموزان بعد از سپری کردن مرحله جذب وارد دوره ثبت نام موقت می‌شوند و به مدت یک یا دو ماه به صورت آزمایشی در فعالیت‌های مجموعه شرکت می‌کنند و اگر صلاحیت‌های حضور و ادامه فعالیت در مجموعه را کسب کرده باشند، ثبت نام قطعی می‌شوند. بعد از این مرحله یک دوره زیر نظر یک مربی یا مسئول دوره فعالیتش را شروع می‌کند.

• تعلیم و شناخت

در دوره تثبیت، دانش‌آموز در مجموعه است که علاوه بر شناخت بیشتر مسئول دوره از توانمندی‌ها، روحیات و علاقه‌مندی‌های دانش‌آموزان فرآیند استعداد سنجی دانش‌آموزان شروع می‌شود. در طول این مدت دانش‌آموزان با حوزه‌های مختلف و گوناگونی که در توان مجموعه است آشنا می‌شوند و به اصطلاح تا اوایل دوره متوسطه دوم این فرآیند به طول می‌انجامد به گونه‌ای که بعد از طی این دوره، هر دانش‌آموز باید یک حوزه را برای فعالیت علمی را انتخاب کند.

ج) انتقال نقش

انتقال نقش آخرین فرآیند اجتماعی شدن گروه در دوران دانش‌آموزی است که در این دوران افراد علاوه فعالیت علمی پیرامون حوزه انتخاب شده در دوران تعلیم و شناخت در قالب‌های مختلف به نوعی دیگر عضو حقیقی و اصلی مجموعه در زمان دانش‌آموزی محسوب می‌شوند و آن‌ها را به تدریج با سایر فعالیت‌های کانون آشنا می‌کنند و از آن‌ها انتظار می‌رود علاوه بر پیگیری مباحث تحصیلی و علمی در سایر زمینه‌ها نیز قدرت و مهارت نسبی کسب کنند تا نظام همه‌جانبه مجموعه تا انتهای دوران دانش‌آموزی تکمیل گردد.

۲-۷. حوزه‌های نظام‌مند تربیتی

مجموعه برای رسالت خود را رشد نظام‌مند نوجوان در مسیر نخبگی می‌داند، از این رو

در حوزه‌های مختلف برای افکار و رفتار مخاطبانش از حیثه شخصی گرفته تا اجتماعی یا عرصه‌های معنوی، عبادی، بصیرتی و کار گروهی و تشکیلات برنامه‌ریزی کرده است که به اختصار به این حوزه‌ها و اهداف مد نظر مجموعه خواهیم پرداخت.

• حوزه عبادی معنوی

مجموعه با برنامه‌های مذهبی، عبادی و معنوی به مناسبت‌های مختلف، مخاطبان خود را با ادعیه، مناجات فردی و اجتماعی و توسل مستمر به حضرات معصومین (علیهم‌السلام) مخاطبان خود و خانواده‌هایشان را قبل از هرگونه فعالیت به خودسازی در زمینه معنوی و عبادی دعوت می‌کند. این هدف در تمام برنامه‌های مجموعه همواره تذکر داده می‌شود.

• حوزه رفتارهای شخصی

در این حوزه نیز مجموعه در نظر دارد تا با پرورش رفتارها و صفات شخصیتی کارآمدی و اثرگذاری اعضای مجموعه را بیشتر کند لذا پرورش خصوصیات اخلاقی رفتاری همواره تحت مراقبت اعضای مجموعه می‌باشد.

• حوزه مسئولیت‌های اجتماعی

مجموعه از رفتارها و مسئولیت‌های اجتماعی اعضا نیز مغفول نمانده و برای اینکه نخبه‌ای که پرورش می‌دهد نسبت به جامعه و محیط پیرامونی‌اش متعهد باشد با حضور در مناسبت‌ها و عرصه‌های اجتماعی سعی می‌کند تا اعضای مجموعه را نسبت به دیگران مسئول پرورش دهد.

• حوزه بصیرتی و سیاسی

در راستای اهداف اجتماعی، مجموعه با آگاهی بخشی در حوزه تاریخ اسلام، تاریخ انقلاب و حوادث معاصر، قبل از ورود دانش‌آموزان به دانشگاه سعی می‌کند آن‌ها را نسبت به حوادث و اتفاقاتی که صحنه‌های سیاسی جامعه را رقم می‌زند آگاه کند تا آسیب‌های احتمالی در دوره‌های مختلف را به حداقل برساند.

• حوزه کار گروهی و تشکیلاتی

این قسمت از دو منظر برای مجموعه اهمیت دارد. یکی برای خود اعضا و توانمند کردن آن‌ها در انجام کار گروهی و تقویت روحیه تشکیلاتی برای پیشبرد اهداف شخصی خود، همچنین قوام ساختار و سازوکارهای خود مجموعه نیز از اهداف این حوزه است.

• حوزه معیشتی و جسمانی

چون تعاملات در مجموعه به نوعی با زندگی اعضا پیوند عمیقی خورده، بدین جهت هنجارها و نوع تعاملات معیشتی درون مجموعه، به متن زندگی اعضا در خارج مجموعه نیز شکل می‌دهد. اهل احتیاط و دقت نسبت به مال حرام و بیت‌المال و حق‌الناس، قناعت و صرفه‌جویی، میانه‌روی در مصرف و پرهیز از اسراف، عدم حرص معیشت و انفاق به دیگران، ساده زیستی و پرهیز از تجمل‌گرایی و داشتن روحیه جهد و تلاش و بیزاری از تنبلی و کم کاری و همچنین با برپایی کلاس‌های رزمی، برنامه‌های کوهنوردی، شنا علاوه بر نشاط جمعی به آمادگی جسمی دانش‌آموزان نیز اهمیت می‌دهند.

۲-۸ سیاست‌های شناسایی و جذب

مقوله‌های استخراج شده از مصاحبه‌ها در حوزه شناسایی و جذب نخبگان به شرح زیر است:

سیاست‌های شناسایی، جذب و گزینش		معیار جذب وروزی مطلوب
توجه به مایه‌های درونی و فطریات دست نخورده	باید به مایه‌های درونی، استعداد و فطریات افراد توجه شود که خداوند در وجود همه انسان‌ها قرار داده است.	
	فطریات و مایه‌های درونی دست نخورده باقی مانده باشد.	
وجود استعداد برتر و ویژه	ورودی مطلوب باید دارای استعداد برتر و ویژه‌ای باشد.	
	در این مرحله ما دنبال استعداد برتر هستیم.	
توجهات علمی باید لحاظ شود.	استعداد برتر در حوزه‌های مختلف وجود دارد اما مجموعه دنبال استعدادها برتر علمی است. البته در سایر حوزه‌ها نیز توجهات علمی لازم و ضروری است.	
	فقط هوش ریاضی و منطقی را نباید در نظر داشت.	
هوش و منطق ریاضی ملاک شناسایی اولیه در نظر گرفته شود.	هوش مهم است اما معیار قطعی نیست و فقط برای درک وضعیت موجود می‌تواند توان ذهنی را محک بزند	
	بچه‌هایی که به لحاظ علمی و درسی معطل و هوش منطبق ریاضی بالایی داشته باشند.	
توجه به حوزه‌های ذهنی، رفتاری مهارتی و سایر ویژگی‌ها باید لحاظ شود.	باید جنبه‌های مختلف را ببینیم، آن‌ها را شناسایی کنیم	
	باید حوزه‌های ذهنی، هوشی، رفتاری، مهارتی و جسمی همه با هم دیده شود	
	نظم ذهنی داشته باشد.	
مؤدب باشد.	ارزیابی خانواده به لحاظ تحصیلی، میزان گرایش‌های مذهبی، سیاسی و اجتماعی باید بررسی شود.	
	شناسایی ادب در مخاطبان چون زیرساخت پذیرش خیلی از آموزش‌های بعدی است.	
	از لحاظ اخلاقی ارادل و اوباش نشده باشد.	
	در برخوردها، مصاحبه‌ها یا در بین دوستانش به بی‌ادبی مشهور نباشد	

پرتلاش باشد.	اهل تلاش باشد.
	حوصله و توان کار علمی داشته باشد.
ششم ابتدایی	با در نظر گرفتن محدودیت‌ها، زمانی را باید برای جذب در نظر گرفت که دانش‌آموز دچار تغییر و تحولات اساسی نشده باشد، قوه عقل و تفکرش دست نخورده باشد که الآن این ظرفیت برای کانون در ششم ابتدایی است.
	بهترین مقطع جذب ششم ابتدایی است.
	ششم ابتدایی محل تعامل ما با بچه‌هاست چون فضای خانواده‌ها و خود دانش‌آموزان، علم‌زده است، این بستر برای ما فراهم است که مخاطبان دعوت کانون را در مقاطع میان پایه بپذیرند.
وقتی نقش مشاور و مربی بیشتر باشد.	هرچه فرد به دوران نوجوانی نزدیک‌تر می‌شود نقش مشاوران و مربی‌ها بیشتر می‌شود.
وقتی تغییر و تحولات اساسی رخ نداده باشد.	کار کانونی (مجموعه‌ای در کنار مدرسه و خانواده) زودتر از دوران نوجوانی فایده ندارد.
	بهترین و مؤثرترین دوران، دوران نوجوانی است چون اگر بخواهیم تغییر اساسی در روند تربیت و توانمندسازی افراد بدهیم باید قبل از بلوغ زمینه‌سازی کنیم تا به تدریج تغییرات حاصل شود و زمینه برای پذیرش فراهم گردد.
	وقتی که نه خیلی بزرگ شده باشند که شکل گرفته باشند نه خیلی بچه باشند.
	وقتی هنوز تغییر و تحول‌های اساسی رخ نداده باشد.
	باید توجه داشت که در هر مقطعی می‌توان کار شناسایی و جذب را شروع کرد اما استفاده از مقطع نوجوانی که افراد تمایل به گروه‌های همسالان دارند و در حال شکل‌گیری روحیه استقلال‌طلبی هستند اهمیت پیدا می‌کند.
وقتی مخاطبان تمایل به گروه‌های همسال دارند.	اما برای گروه همسالان باید در سنین ۱۲ یا ۱۳ سالگی شروع کرد چون قبل از این دوره گروه همسال جدی ندارد و تشکیل این مجموعه‌هایی مثل کانون را باید در همین دوران شروع کرد.
سنین کودکی با سرمایه‌گذاری تخصصی و دقیق روی خانواده‌ها	اگر امکانات، ظرفیت‌ها، توانایی‌ها بیشتر بشود و امکان برنامه‌ریزی برای خانواده‌ها فراهم شود، ساز و کار این توانمندسازی باید در خانواده‌ها پیاده شود. اگر توان و ظرفیت ایجاد شود سرمایه‌گذاری بر پدر و مادرهای مستعد در اولویت است.
قبل از نوجوانی با مهد کودک یا مدرسه	هرچه مقطع جذب به سال‌های اولیه زندگی نزدیک شود، کار دقیق‌تر و حساسیت بیشتری دارد که باید با نظام‌های مدرسه یا مهد محوری دنبال شود اما نیاز به امکانات و تخصص‌های پیشرفته‌تری است لذا به راحتی نمی‌توان ورود پیدا کرد. اما هرچقدر به سنین پایین‌تر بپردازیم، موفق‌تر خواهیم بود که مقتضیات خاص خودش را می‌خواهد. بسته به اهداف، ظرفیت‌ها و توانایی‌ها می‌شود از مهد کودک کار را شروع کرد، اگر بخواهیم برنامه جامع‌تری داشته باشیم البته قالب اجرای آن متفاوت است.

۹-۲. سیاست‌های توانمندسازی و ارتقا

سیاست‌های توانمندسازی	
نگرش نظام‌مند و همه‌جانبه به تمام ساحات مخاطبان	باید نگرش نظام‌مند به تربیت داشته باشیم و به تمام ساحات تربیتی و زیستی افراد توجه داشته باشیم تا مانع از رشد کاریکانوری شویم.
	ساحت‌های علمی اعتقادی معنوی و ورزشی را باید لحاظ کنیم.
	نباید رویکرد مسئله محور و تک ساحتی به موضوعات داشته باشیم.
	باید برای ساحت‌های وجودی بچه‌ها برنامه داشت اعتقادات و گرایش‌ها، دانش و شناخت، رفتار و روحیات و مهارت‌ها و توانایی‌ها برنامه‌ریزی کرد.
	همان‌طور که با تمام ابعاد کار داریم باید برای تمام پارامترهای رشد و ارتقای افراد نیز برنامه داشته باشیم نه اینکه لزوماً متولی اجرا آن‌ها نیز باشیم بلکه برنامه داشته باشیم مثلاً برای خانواده مخاطبان، برای مدرسه و سایر پارامترها برنامه داشته باشیم.
آشنایی با حوزه‌های گوناگون	بعد از ارزیابی کلی شرایط جامع دانش‌آموز برای بروز استعدادها و توانمندسازی آن‌ها سناریوهایی طراحی و اجرا گردد.
	دانش‌آموزان را با زمینه و حوزه‌های مختلف آشنا کنیم.
	نباید قیدهای شناسایی را قطعی کرد و امکان تغییر را باید فراهم گذاشت.
	این مرحله دوره‌گردی به منظور حضور در عرصه‌های مختلف مهارت‌ها و توانمندی‌های دانش‌آموزان محک زده شود. آموزش‌هایی در حوزه‌های مختلف ارائه شود.
محیطی تربیت‌کننده و رشددهنده	جنس برنامه‌ها حالت امر به معروف و نهی از منکر دارد
	فضای مجموعه، فضایی تربیتی است
	مهم‌ترین رکن مجموعه وجود انسان‌های رشد یافته و تربیت شده‌ای است که متولی گروه‌ها و دوره‌های مجموعه هستند.
	فضا باید در راستای رسیدن به فطریات باشد و فضا باید تذکرآمیز باشد.
	برنامه‌ها باید دعوت بازگشت به خویشتن را فراهم آورد
	محیطی برای ایجاد زمینه‌های توانمندسازی باید فراهم شود
	از دیگر ویژگی‌ها ایجاد محیطی آماده و مناسب برای رشد اعضا است
	جمع مؤمنانه، ایجاد محیط زنده فرهنگی، حضور در مساجد، حسینیه‌ها به خودی خود ارتقادهنده و رشددهنده می‌باشد.
	در جریان نخبگی نمی‌توان زمانه را نادیده گرفت به‌عنوان مثال عالم مجاز یا دیگر عوامل که در این شرایط باید محیطی فراهم شود که الگوی جدیدی برای زرق و برق‌های زمانه در دنبال شود.
	طرح یک زندگی اعتقادی و فکری است که هر کدام از اعضای مجموعه این فضا را می‌سازد.
این نوع زندگی دنبال منفعت شخصی، سودها و آورده‌های مادی نیست، ایثار نقش	

ویژگی‌ها

الگوهای مطلوب و نخبه	بالایی دارد و تعلق آدم‌ها به عالم غیب در این فضا مؤثر واقع می‌شود. ایجاد زمینه مذهبی با تمرکز روی برنامه‌های معرفتی و ارائه الگوهای مطلوب هم در فضای کانون مثل مسئولین دوره، معلم‌ها یا خارج از کانون مثل امام خمینی، شهید چمران که آدم‌هایی جامع بودند.
محور بودن مسئول دوره با ویژگی‌های مطلوب نخبگی	مهم‌ترین برنامه مجموعه همدم شدن و ایجاد ارتباط نزدیک با شخصی است که خودش ویژگی‌های نخبگی و ویژگی‌های مطلوب خروجی مجموعه را دارد. مسئول دوره محور برنامه‌های دوره است و مجموعه از این جایگاه برنامه‌های شکلی و صرفاً ظاهری نمی‌خواهد. مسئول دوره متولی غالب برنامه‌های مجموعه است و باید ویژگی‌هایی داشته باشد.
مربی محوری	مربی محوری به عنوان قلب تپنده کار تربیت نخبگانی باید لحاظ شود مخصوصاً در سنین نوجوانی.
استفاده از اساتید نخبه	در حوزه نخبگانی اساتید باید نخبه باشند هم در قسمت علمی هم تعلیمی و تربیتی باید اساتید در جریان فکری مطمئن قدم بردارند و خودشان مشخصه‌های نخبگی را داشته باشند.
برنامه‌ریزی طولانی مدت	یک تمایز دیگر بلند مدت بودن مجموعه است که به یک یا دو سال محدود نمی‌شود.
مذهب و دین‌مدار	متعبد باشد مقید به آداب دینی مؤدب به آداب اسلامی باشد
تعهد و تخصص	پیوند خوبی با نظام و انقلاب داشته باشند. متخصص و متعهد تکلیف‌گرا مسئولیت‌پذیر
کارآمد و توانمند باشد	روحیه‌ای قوی برای کارهای جمعی و گروهی
گرایش به فعالیت علمی	محور شدن کارهای تشکیلاتی خارج از مجموعه موفق و توانمند در فعالیتهای جمعی باشند. مؤسس‌های خوبی برای حرکت‌های تازه و نو باشند. تعامل اجتماعی بالا که به خودی خود یک عیار خوبی برای نخبگی به حساب می‌آید. دغدغه اجتماعی داشته باشد. برای خودش نقش تمدنی قائل باشد. کسی که بخواهد دست به اصلاح اجتماعی بزند. از لحاظ تحصیلی خوب هستند. در یک رشته علمی به قله نزدیک شده باشند. توان ذهنی پیدا کرده باشند تا بتوانند کار جدی علمی کنند.
سایر ویژگی‌ها	اعتماد به نفس بالا

مؤدب
خوش فکر بودن
استمرار در برنامه ریزی و نظم داشته باشند.
اهل مطالعه و کتابخوانی بشوند.
به طور کلی انسان اصلاح شده و در حال رشد باشد.

۲-۱۰. سیاست‌های حمایتی

مقوله‌های مستخرج از مصاحبه‌ها در حوزه حمایت نخبگان به سه دسته تقسیم می‌شود.

سیاست‌های حمایتی	
مراکز رشد در حوزه‌های مختلف	ایجاد مراکز رشد برای گروه‌های مختلف در حوزه‌های گوناگون تا پلی برای ورود به عرصه‌های مهم پیشرفت فراهم آید.
	ایجاد کارگروه‌هایی متناسب با رشته‌های تحصیلی و ایجاد مراکز رشد با محوریت این کارگروه‌ها شکل بگیرد.
گروه‌سازی و حمایت مادی و معنوی و معرفی به دستگاه‌های اجرایی	گروه‌سازی و ایجاد مراکز رشد متناسب با فعالیت‌های تخصصی افراد در حوزه‌های مختلف
به‌کارگیری اعضا در حوزه تربیت نخبگانی	یک سری از حمایت‌های خاص مجموعه در به‌کارگیری خود اعضا در تربیت، رشد و ارتقای افراد نخبه دیگر است.
	مجموعه چون خودجوش است سعی بر این است علاوه بر رفع نیازهای خودش توسط اعضا از آن‌ها نیز برای حمایت و به‌کارگیری استفاده ببرد

۲-۱۱. توصیه‌های سیاستی

توصیه‌های سیاستی در دو قسمت مربوط به مجموعه‌های نخبه‌پرور و دیگری مربوط به مسئولین سیاست‌گذار از منظر صاحب‌نظران مجموعه به شرح زیر است:

الف) مربوط به مجموعه‌های نخبه‌پرور

- وجود چند نفر آدم اهل استقامت که دغدغه اجتماعی و تربیتی داشته باشند و تصمیم داشته باشند شش هفت سال در این حوزه فعالیت داشته باشند؛ و اهل صبر و استقامت در مسیر باشند و نسبت به مسیر آشنا باشند و نقشه راه کلی را بشناسند.
- فراهم کردن امکانات لجستیکی برای مجموعه مثل مسجد یا حسینیه و امثال این‌ها.
- انتخاب یک نفر عالم، بصیر نخبه شناس به‌عنوان فصل‌الخطاب که مانع از

- انحراف حرکت کلی مجموعه شود.
 - خود گروه مسئولین و صاحبان کار باید نخبه باشند چون خروجی‌های سیستم بیشتر غالباً شبیه مسئولین و صاحبان آن حرکت می‌شوند.
 - هسته اصلی کار باید نخبه متعهد باشد و مشخصه‌های جدی نخبگی را در خود پرورش داده باشد.
 - اعضای اصلی شروع حرکت در همان ابتدای کار اقدام به ترسیم نقشه را کنند و به اجرای آن پایبند و متعهد باشند.
 - مدیر و مسئول کلی کارها باید مشخص باشد، بهتر است یک نفر بزرگ‌تر از بقیه به‌عنوان رئیس مجموعه یا طرح برگزیده شود و سایر اعضا به آن پایبند باشند.
 - باید محور تمام تصمیم‌گیری‌ها، نگاه تربیتی جامع باشد تا آسیب‌ها به حداقل برسد.
 - آدم‌های اصلی این جریان باید وجودشان را وقف مسئله تربیت کرده باشند.
 - سازوکار تشکیلات مجموعه باید به درستی تدوین شود.
 - برای حوزه معارف اسلامی و معارف انقلابی، مهارت‌های تشکیلاتی، مطالعاتی یا بصیرتی برنامه‌ریزی شود.
 - سازوکاری دقیق برای شناسایی استعدادهای برتر طراحی شود.
 - طرح و برنامه قوی برای تمرکز بیشتر روی دانش‌جوها و مسئولین مجموعه اعمال شود.
 - سازوکاری دقیق برای تربیت مربی مجموعه طراحی شود.
 - روش‌های جدید و خلاقانه برای پرورش دانش‌آموزان باید ایجاد شود.
 - تجربه دیگر مجموعه‌هایی که در این حوزه فعالی هستند مورد استفاده قرار بگیرد.
 - از ظرفیت‌های برتر در این حوزه‌ها الگوگیری شود.
 - متناسب با توان و ظرفیتی که در اعضا و حوزه کاری می‌بینند فعالیت کنند.
- ب) مربوط به نهادهای سیاست‌گذار**
- ایجاد یک ستاد مرکزی در هر شهر که مسجد را محور فعالیت‌های مستمر و نخبگانی قرار دهد که با آموزش و پرورش برای جذب ارتباط داشته باشد و از سایر ارگان‌ها مثل بسیج و سپاه و شهرداری‌ها برای امکانات رفاهی و

- خدماتی بهره بگیرد و در خدمت این ستاد مرکزی باشد و از طرف دیگر برای حمایت و سازمان‌دهی این افراد وصل به سازمان آموزش عالی گردند.
- بنیاد ملی نخبگان تشکل‌های نخبگانی شکل بدهند تا نخبگان در تعامل با هم رشد یابند و ساخته شوند و از آن‌ها حمایت کنند تا این تشکل‌ها کارها را پیش ببرند. این تشکل‌ها در حوزه‌های مختلف شکل بگیرد، بسیار کارگشا خواهد بود.
 - برای تقویت این مجموعه‌ها باید جریان‌های مردمی و خودجوش تقویت شود چون که سازمان‌های دولتی نمی‌توانند متولی امور تربیت نخبگانی به این شکل باشند.
 - نهادهای مسئول باید نیازها و توانمندی‌های آنان را شناسایی کنند و در اجرای برنامه‌های چنین مجموعه‌هایی که قالب تربیتی و مردم نهاد دارند، تسهیلات فراهم کنند.
 - سازمان‌های مؤثر که قرار است با محوریت علمی فعالیت کنند، استعداد‌های برتر را قبل از رسیدن به نخبگی شناسایی کنند و مورد حمایت‌های مادی و معنوی قرار گیرند و به‌عنوان مهم‌ترین سرمایه‌ها با شرایطی مطلوب در نهادهای اثر گذار به کار بگیرند.
 - اهداف متولیان امر تعلیم و تربیت از آموزش و پرورش گرفته تا صداوسیما و وزارت ارشاد و دیگر نهادها به منظور ارائه رویکردی جامع در همه زمینه‌ها هم‌جهت شود.
 - برنامه‌های آموزش و پرورش در مدارس غنی‌تر شود.
 - به‌کارگیری و حمایت از مجموعه‌های الگو برای بالا بردن بازدهی و گسترش طرح‌های نخبگانی چون هم تجربه دارند و هم دغدغه این کارها را دارند.
 - تجربیات موفق بومی در هر منطقه شناسایی و معرفی شوند تا سایر مجموعه‌ها الگوگیری کنند.

نتیجه‌گیری

با توجه به مباحث ارائه شده قبلی در حوزه نوجوان و پویایی آن‌ها در گروه و مقوله‌بندی

صورت پذیرفته، مدل نهایی آن در شکل ۳ نشان داده می‌شود. مطابق این شکل در بیان ظرفیت‌های ارتباطات گروهی در حوزه نخبگان نوجوان با مطالعه موردی سیاست‌های کانون دانش‌پژوهان نخبه مجموعه شاخصه‌هایی احصا شد که به آن‌ها اشاره می‌شود:

- انسجام در شاخصه‌های ساختاری، تعاملی و شناختی ارتباطات گروهی مجموعه کانون دانش‌پژوهان نخبه، از تعداد اعضای گروه گرفته تا رهبری، منابع قدرت، هنجارهای موجود در بین اعضا و اهداف و آرمان‌ها همگی باعث متمایز شدن فعالیت سیاستی کانون دانش‌پژوهان نخبه در حوزه نخبگانی شده است.
- نکته دیگری که توجه به آن حائز اهمیت بالایی در این حوزه است استفاده از ظرفیت ارتباطات گروهی در دوره نوجوانی و با محوریت گزینش نخبگانی است که اثربخشی و کارآمدی این مجموعه را با تشکیل گروه‌هایی نخبگانی تا حدی افزایش می‌دهد که خروجی‌های مجموعه از سایر فعالیت‌های عام متمایز و برجسته می‌سازد.
- اهداف و ضرورت‌های تشکیل ایده نخبه‌پروری با استفاده از گروه‌های همسال نوجوانی، حفظ و پیگیری آن در دوره‌های جذب، تثبیت و حمایت باعث شده تا فعالیت‌های مجموعه در طول سالیان مختلف ادامه‌دار و پویا باشد. علاوه بر آن استفاده از قالب‌های متنوع و ترجیح ارتباط صمیمی و چهره‌به‌چهره و فراهم آوردن محیطی نخبگانی برای جذب، آماده‌سازی و به‌کارگیری نخبگان نوجوان نیز تأثیر بسزایی در فعالیت این مجموعه داشته است.

شکل ۳: ظرفیت‌های ارتباطات گروهی در حوزه سیاست‌های نخبگانی نوجوان



یادداشت‌ها

1. Robert Mitchell
2. Pool
3. Kurt Lewin
4. Group Dynamic
5. Solomon Asch
6. Myers & Anderson, 2008: 10
7. propinquity theory
8. Balance Theory
9. Exchange Theory
10. Newcomb
11. Hierarchy of needs
12. Social Motivation
13. Feldman, 1985: 195
14. Cartwrigth & Zander, 1968: 215
15. Philips
16. Roper
17. Recruitment
18. Hiring
19. Engagement
20. Development and improvement
21. Retention
22. Quantitative Research

منابع

- احدی، حسن، محسنی، نیک چهر (۱۳۷۲) روان‌شناسی رشد: مفاهیم بنیادی در روان‌شناسی نوجوانی و جوانی، تهران: چاپ و نشر بنیاد.
- اسمیت، ادوارد و دیگران (۱۳۸۶) زمینه روان‌شناسی هیلگارد و اتکینسون، ترجمه محمود بهزاد و دیگران، تهران: انتشارات گپ.
- اعظم آزاده، منصوره (۱۳۸۷) نقش گروه‌بندی‌های سنی در جهت‌گیری ارزشی، نگرشی و رفتاری، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- آثاری، حامد (۱۳۹۲) مشخصه‌های ارتباطات گروهی در کانون فرهنگی رهپویان وصال شیراز، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته معارف اسلامی و فرهنگ و ارتباطات، دانشگاه امام صادق (علیه‌السلام)، تهران.
- آذربایجانی، مسعود و دیگران (۱۳۸۲) روان‌شناسی اجتماعی با نگرش به منابع اسلامی، تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت).
- بنیاد ملی نخبگان، پژوهش‌ها و اسناد پشتیبان سند راهبردی کشور در امور نخبگان، بازیابی شده در تاریخ ۱۳۹۵/۶/۱۰، دریافت شده از:

<http://sanad.bmn.ir/file/4/attach20160923246920402155.pdf>

- بنیاد ملی نخبگان، *سند راهبردی کشور در امور نخبگان*، مصوب ۱۳۹۱/۷/۱۱ بازیابی شده در تاریخ ۱۳۹۵/۶/۱۰، دریافت شده از: <http://sanad.bmn.ir/fa/link/id/id=29/token=2292016010>
- سحرخیز، ابراهیم (۱۳۹۳) «جذب، هدایت و توانمندسازی اجتماعات استعداد برتر»، در غلامعلی منتظر، *مجموعه مقالات نخستین هم‌اندیشی ملی در امور نخبگان*، تهران: بنیاد ملی نخبگان، صص ۱۲۹-۱۴۰.
- سورین، ورنر و تانکارد، جیمز (۱۳۸۶) *نظریه‌های ارتباطات*، ترجمه علیرضا دهقان، تهران: انتشارات، دانشگاه تهران.
- شرفی، محمدرضا (۱۳۸۵) *دنیای نوجوان*، تهران: مؤسسه فرهنگی منادی تربیت.
- شفیعی، عباس (۱۳۸۸) *رفتار سازمانی با رویکرد اسلامی (سطح گروه)*، تهران: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
- طالبی، محمدرسول (۱۳۹۳) *ارتباطات گروهی و فرهنگ بسیجی: طرح صالحین در پایگاه‌های بسیج مساجد شهر تهران* پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته معارف اسلامی و فرهنگ و ارتباطات، دانشگاه امام صادق (علیه‌السلام)، تهران.
- عیوضی، محمد رحیم (۱۳۸۳) نقش نخبگان در توسعه علمی کشور. *فصلنامه پژوهشی اندیشه انقلاب اسلامی*، پاییز و زمستان، شماره ۱۱ و ۱۲، ۱۳۸۳.
- فورسایت، دانلسون (۱۳۸۰) *پویایی گروه (شناخت و سنجش)*، ترجمه جعفر نجفی زند و حسن پاشاشریفی، تهران: نشر دوران.
- فورسایت، دانلسون آر (۱۳۹۱) *پویایی گروه*، ترجمه مهرداد فیروزبخت و منصور قنادان، تهران: نشر رسا.
- کارترایت و زاندر (۱۳۶۸) *خاستگاه پویایی گروه*، ترجمه حسین شکر کن، تهران: انتشارات رشد.
- کانون دانش پژوهان نخبه (۱۳۹۴) *برنا، بسترسازی رویش نخبگان انقلابی*، ج ۴، تهران: تراث.
- گلشن فومنی، محمد رسول (۱۳۷۴) *پویایی گروه و سنجش آن*، تهران: نشر شیفته.
- گلشن فومنی، محمد رسول (۱۳۸۲) *جامعه‌شناسی سازمان‌ها و توان سازمانی*، تهران: نشر دوران.
- لطفعلی زاده، محمدحسین (۱۳۹۲) *مسجد و ارتباطات گروهی با نوجوانان با تأکید بر رویکرد اسلامی: بررسی موردی چهار مسجد شهر تهران*، دانشکده معارف اسلامی و فرهنگ و ارتباطات دانشگاه امام صادق (علیه‌السلام).
- لیندلف، تامس آر وتیلور، برایان سی (۱۳۸۸) *روش‌های تحقیق کیفی در علوم ارتباطات*، ترجمه عبدالله گیویان، تهران: همشهری.
- محسنی، منوچهر (۱۳۷۱) *مقدمات جامعه‌شناسی*، تهران: دیبا.
- محسنیان راد، مهدی (۱۳۹۲) *ارتباطات انسانی*، تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه (سمت).

- Bollinger, T. (1997), **The Interplay of Art and science in Software**. Binary Critic, 125-128.
- Cartwright, Dorwin & Zander, Alvin (1968), **GroupDynamic:Research and theory**.Newyork:Harper & Row.
- Feldman, Robert S. (1985), **Social psychology**.Newyork: McGraw-Hill.
- Myers, Scott A. & Anderson, Carolyn M. (2008). **The fundamentals of small, group communication**, Los Angeles: sage publications.