

راهبرد سیاست‌گذاری فرهنگی در زمینه علوم و معارف دفاع مقدس  
به منظور حفظ و انتقال آن به نسل‌های آینده  
هادی مراد پیری<sup>۱</sup>

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۱۲/۲۰

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۰۸/۱۷

**چکیده:** دوران هشت سال دفاع مقدس به فرموده مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی): «اوج افتخارات ملت ایران است»؛ لذا برای حفظ و انتقال ارزش‌های دفاع مقدس و فرهنگ ایثار و شهادت به نسل آینده، بایستی این فرهنگ با جدیت در برنامه‌ریزی فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی کشور مدنظر قرار گیرد. از این‌رو، نگارنده در این مقاله در پی پاسخ به این سؤال است که چه راهبردهایی بر حفظ و انتقال علوم و معارف دوران دفاع مقدس مؤثر است. یافته‌های تحقیق مبنی بر مطالعات میدانی نشان می‌دهد که سیاست‌گذاری فرهنگی در قالب پنج راهبرد تولید محصولات و تولیدات آموزشی (آموزش و پرورش و آموزش عالی)، تولیدات نمادین، تولیدات شنیداری، دیداری و ارتباطی، تولیدات نوشتاری و تولیدات مناسک مذهبی، در حفظ و انتقال علوم و معارف دفاع مقدس مؤثرند که در این میان، تولیدات شنیداری، دیداری و ارتباطی، بیشترین و تولیدات نمادین، کمترین تأثیر را دارند.

**واژگان اصلی:** دفاع مقدس، سیاست‌گذاری فرهنگی، راهبرد حفظ و انتقال، شکاف بین‌نسلی.

۱. دانشیار مدیریت دفاعی دانشگاه جامع امام حسین (علیه السلام)، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

## مقدمه

کشورها برای تدوین سیاست ملی فرهنگی خود، راهبردهای متنوعی را متناسب با دیدگاه‌های سیاسی و وضعیت اجتماعی‌شان مدنظر قرار می‌دهند. هدف این راهبردها، حراست از هویت ملی از طریق حفظ و پاسداشت میراث فرهنگی و احیای گذشته تاریخی در جهت تقویت غرور ملی است. به عبارت دیگر، نظام‌های سیاسی همواره تلاش می‌کنند ملت خود را با تاریخ ملی و حوادث و رویدادهای تاریخ‌ساز و ویژه خود آشنا کنند تا ملت در مسیر دستیابی به اهداف خرد و کلان خود، کامیابی‌ها و ناکامی‌های گذشته را راهبرد حرکت روبه‌جلوی خود قرار دهند. این امر از طریق سیاست‌گذاری فرهنگی حکومت‌ها صورت می‌گیرد.

دفاع مقدس یکی از مقاطع بسیار درخشان انقلاب اسلامی و با افتخار برای ملت ایران است که از جنبه‌های گوناگون مورد بررسی قرار گرفته است. تجربه دوران هشت سال جنگ تحمیلی، بزرگ‌ترین حادثه تاریخ‌ساز کشور پس از انقلاب اسلامی است. این جنگ، تنها رویدادی بود که کشور از نظر جغرافیایی یک وجب از خاک خود را از دست نداد. تا پیش‌ازین، در جنگ‌های مختلف، تجربه تلخ ناکامی‌ها و شکست‌ها به همراه از دست دادن بخش‌های زیادی از سرزمین مادری، افزون بر خسران‌های بزرگ جغرافیایی، پیامدهای زیان‌بار و دامنه‌داری بر غرور و روحیه ملی ایرانیان گذاشته بود. از این رو، شکست رژیم بعث و حامیانش در تجزیه خاک کشور و همچنین اندیشه شکست انقلاب اسلامی، نقطه عطفی در تاریخ ملی ما محسوب می‌شود. به همین سبب، حفظ و انتقال فرهنگ و معارف دوران دفاع مقدس، یکی از دغدغه‌های رهبران و مدیران سیاسی کشور است؛ زیرا صیانت از فرهنگ جمهوری اسلامی ایران، تنها از طریق مقابله با استحاله فرهنگی ایران از سوی غرب امکان‌پذیر است. علاوه بر این، چنین رویکردی این پیامد را نیز در برخواهد داشت که از فراموشی علوم و معارف دفاع مقدس در حافظه تاریخی ملت جلوگیری می‌کند، و یاد و خاطره و ارزش‌های آن را به طور مداوم در ذهن و ضمیر آحاد مردم، زنده و بالنده نگه می‌دارد. از این رو، مقاله حاضر در پی پاسخ به این سؤال است که: عوامل مؤثر در حفظ و انتقال علوم و معارف دوران دفاع مقدس به نسل‌های فعلی و آتی چیست؟

## ۱- بحث نظری

## ۱-۱- فرهنگ و پوش‌های آن

فرهنگ، مجموعه اعمال و عادت‌هایی است که ما را قادر به تبیین و ادراک می‌کند و منبع تولید ارزش‌هایی است که به واسطه آن، هویت کسب می‌کنیم، به اعمال خود جهت می‌دهیم و آن‌ها را توجیه

می‌کنیم. این معرفت مشترک، مرکب از چندین لایه است که از عمیق‌ترین تا سطحی‌ترین لایه‌های آن به ترتیب عبارت‌اند از: جهان‌بینی، ارزش‌ها، هنجارها، نمادها و فناوری‌های مادی و اجتماعی.

شهید مطهری<sup>(ه)</sup> نیز در کتاب شرح منظومه درباره فرهنگ می‌نویسد: «فرهنگ عبارت از فعل و انفعالاتی که مبتنی بر فطرت در روان انسان صورت می‌گیرد» (مطهری ۱۳۹۱: ۱۲۶). به این ترتیب می‌توان گفت فرهنگ عبارت از مجموعه‌ای از احساسات، اندیشه‌ها، عواطف و ارزش‌ها و گرایش‌هایی است که از یک طرف ریشه در فطرت انسان‌ها دارد، یعنی از روان آن‌ها سرچشمه می‌گیرد و از طرف دیگر عوامل اجتماعی نیز روی آن تأثیرات خاصی بر جای می‌گذارد. اجزا و عناصر پیچیده فرهنگ به هیچ رو، منسجم و ثابت نیستند و در چارچوب فضا و زمان دگرگون می‌شوند. تداخل فضاهای فرهنگی هم به تغییر و تحول عناصر فرهنگی و سرکوب برخی دیگر می‌انجامد (آلین و اسکلتون<sup>۱</sup>، ۱۹۹۹: ۶).

دگرگونی فرهنگ‌ها تابعی از اشاعه فرهنگی با تهاجم فرهنگی در اشکال خصمانه یا دوستانه است که به‌نوعی در همه جوامع برقرار است و در جریان این تعاملات فرهنگی، تغییرات سر برآورده‌اند. تماس فرهنگی، تنها صرف افزودن عناصر نو به ساختار فرهنگی موجود نیست، بلکه اهمیت آن در این است که چه بسا ساختارهای یکی یا هر دو فرهنگ در روند تماس، به سرعت دگرگون شده، به بازسازی ساختاری کشانده شوند. به عبارت دیگر، فرهنگ‌ها به واسطه قرض گرفتن، ترکیب، باز کشف و باز تفسیر کردن در جریان کنش‌ها و اندرکنش‌های افراد و گروه‌ها ساخته می‌شوند (گل محمدی، ۱۳۸۱: ۹۳). از این رو، سیال و متغیر بودن فرهنگ، دال بر این است که فرهنگ‌ها ساخته می‌شوند.

هر فرهنگی در سیر خود الزاماً با موانع طبیعی یا اجتماعی روبه‌رو می‌شود و مدتی درجا می‌زند، اما بالاخره تحت تأثیر عوامل پویای درونی و بیرونی، راه خود را می‌گشاید و سیر خود را دنبال می‌کند. از این رو، نظام‌های فرهنگی نیز مانند پدیده‌های دیگر، تابع نظام علی و دستخوش تغییرند. تغییر فرهنگی از دو طریق صورت می‌گیرد: رویکرد استیلاگرانه و رویکرد غیر استیلاگرانه.

استیلای فرهنگی می‌تواند به شکل مستقیم، یعنی حالت فتح، غلبه و استعمار گروه غالب، فشار و زور، تغییر فرهنگی را به گروه مغلوب بقبولاند؛ مانند فتح مکزیک در حمله اسپانیایی‌ها که فاتحان، بسیاری از سرخ‌پوستان را به‌زور وادار به قبول مذهب کاتولیک کردند. گاهی نیز تغییر با فشار غیرمستقیم به وجود می‌آید و مردم مغلوب، برای بقا و ادامه زندگی در وضعیت جدید، مجبورند خصوصیات فرهنگی جامعه غالب را بپذیرند. اساس استیلای فرهنگی این است که استیلا یافتگان به‌جایی برسند که

<sup>۱</sup> Alien & Skelton

واقعیت خود را بیشتر از دیدگاه مهاجمان ببینند تا از دیدگاه خود؛ زیرا هر چه بیشتر از استیلا گران تقلید شود، موضعشان مستحکم تر می شود. برای آنکه استیلای فرهنگی توفیق یابد، اساس آن است که استیلا یافتگان به پست تری ذاتی خود متقاعد شوند؛ در این صورت، استیلا گران حالت برتری می یابند.

بنابراین، ارزش های جامعه برتر، الگویی برای جامعه استیلا یافته می شوند. در واقع، اینان هر چه بیشتر سعی در پذیرش الگوهای رفتاری (راه رفتن، لباس پوشیدن، حرف زدن و ...) استیلا گران می کنند. در رویکرد غیر استیلا گرانه، تعامل فرهنگ ها بر انطباق، انعطاف، آمیزش، تعدیل و تفاهم استوار است و مناسب ترین و عملی ترین موضع گیری را هنگام برخورد با اطلاعات، افکار، ارزش ها و دیدگاه های جدید، توسل به گفتگو، هم پذیری و دست کم همزیستی می دانند. فرایند نامبرده، فضایی را فراهم می کند که نشانه های گوناگون فرهنگی می توانند در چارچوب آن همزیستی کنند و با یکدیگر ترکیب شوند؛ فضایی که «بهابا» آن را فضای سوم می نامد و عرصه شکوفایی خلاقیت ها و توانایی های بالقوه عناصر فرهنگی مختلف مانند زبان به شمار می آید (بهابا، ۲۰۰۴: ۴). باین حال، تبلور عینی فرهنگ، در نهادها و تولیدات ملموس جامعه صورت می گیرد (مشبکی، ۱۳۸۱: ۶۹).

بر اساس الگوی «شاین»، فرهنگ روی سه سطح شکل می گیرد: ۱- سطح باورها و مفروضات، ۲- سطح هنجارها و ارزش ها و ۳- سطح مصنوعات. در این بین، مصنوعات، تجلی ملموس و مرئی سطوح زیرین فرهنگ اند. بین این سطوح، روابط و کنش های متقابل وجود دارد و هر کدام از سطوح می تواند موجبات تغییر و دگرگونی در دیگری را فراهم آورد.

در همین زمینه امام خمینی (رحمت الله علیه) نیز هویت و موجودیت هر جامعه را فرهنگ آن جامعه می دانند. در این خصوص ایشان می فرمایند: «بی شک بالاترین و والاترین عنصری که در موجودیت هر جامعه دخالت اساسی دارد فرهنگ آن جامعه است. اساساً فرهنگ هر جامعه هویت و موجودیت آن جامعه را تشکیل می دهد و با انحراف فرهنگ هر چند جامعه در بعدهای اقتصادی، سیاسی، صنعتی و نظامی قدرتمند و قوی باشد ولی پوچ و پوک و میان تهی است. اگر فرهنگ جامعه ای وابسته و مرتزق از فرهنگ مخالف باشد، ناچار دیگر ابعاد آن جامعه به جانب مخالف گرایش پیدا می کند و بالاخره در آن مستهلک می شود و موجودیت هر جامعه از استقلال فرهنگ آن نشئت می گیرد و ساده اندیشی است که گمان شود با وابستگی فرهنگی، استقلال در ابعاد دیگر یا یکی از آن ها امکان پذیر است. بی جهت و من باب اتفاق نیست که هدف اصلی استعمارگران که در رأس تمام اهداف آنان است، هجوم به فرهنگ

<sup>1</sup> Bhabha

جوامع زیر سلطه است» (جلد ۱۵ ص ۱۶۰، پیام امام به مناسبت آغاز سال تحصیلی ۱۳۶۰/۰۶/۳۱).

بنابراین، به‌خوبی می‌توان دریافت که فرهنگ جامعه با استقلال سیاسی آن رابطه‌ای مستقیم دارد و علی‌رغم تأثیر و تأثر فرهنگ‌ها روی هم، تلاش برای حفظ هویت فرهنگی و دفاع از ارزش‌های اصیل آن، یکی از اساسی‌ترین تلاش‌ها برای سیاست‌گذاری است.

## ۱-۲- سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی فرهنگی

سیاست در سطح کلان، عبارت است از تدوین راه‌حل عملی برای دستیابی به هدفی ویژه (اشتریان، ۱۳۸۱: ۵۱). سیاست یا خط‌مشی در سطح خرد و سازمانی، عبارت است از راهنمای انجام کار جهت نحوه تخصیص منابع و تجهیزات و نیز تعیین وظایف در سازمان؛ به‌نحوی که مدیران اجرائی بتوانند راهبرد سازمان را به‌طور صحیح اجرا کنند. سیاست‌ها، راهنمای عمل و اقدام‌اند و بر چگونگی اجرای وظایف تعیین شده سازمان دلالت می‌کنند (ابراهیمی‌نژاد، ۱۳۷۹: ۱۵).

تبیین مفهوم سیاست، وابسته به درک رابطه آن با ارزش‌ها، اهداف و برنامه‌ها است و به همین دلیل لازم است «سلسله‌مراتب ارزش، هدف، سیاست و برنامه» درک و رعایت شود.

«ارزش» عبارت است از ترجیحات و اولویت‌های انسان در منش مادی و معنوی زندگی که ناشی از هستی‌شناسی، انسان‌شناسی و جامعه‌شناسی اوست.

«هدف» عبارت است از مقاصدی کلی و دقیق که برای تحقق ارزش‌ها تعیین می‌شوند و منطبق بر آن‌هایند. «اهداف»، ماهیت خردتر و متنوع‌تر از ارزش‌هایند؛ لذا مجموعه‌ای از اهداف در عرصه‌های گوناگون می‌توانند به ارزشی خاص رهنمون شوند.

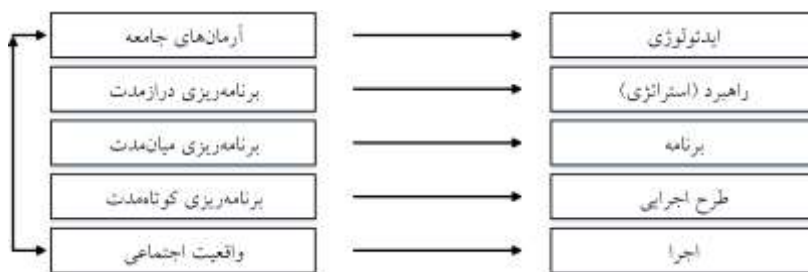
«سیاست»، در درجه‌ای خردتر از «هدف» قرار می‌گیرد. رابطه سیاست باهدف، همچون رابطه هدف باارزش، رابطه طولی است؛ لذا به‌منظور دستیابی به هدف خاص می‌باید مجموعه‌ای از سیاست‌ها تدوین شوند تا با وجود اجرا در زمینه‌های مختلف، قابلیت همگرایی و تمرکز در کسب هدفی خاص را داشته باشند (اشتریان، ۱۳۸۱: ۷۰-۶۹). تبدیل سیاست‌های کلان به سیاست‌های خردتر، در نهایت آن‌ها را به برنامه‌های اجرائی، عملیاتی و اقدام‌پذیر خواهد رساند که به صورتی کمی، تنظیم می‌شوند و قابلیت ارزیابی دارند.

در خصوص مقوله فرهنگ، سیاست‌گذاری فرهنگی عبارت است از تعیین خط‌مشی‌ها و راهبردهای کلان فرهنگی برای رسیدن به اهداف چهارگانه توسعه فرهنگی؛ یعنی همکاری‌های فرهنگی، مشارکت فرهنگی، میراث‌فرهنگی و هویت فرهنگی که یونسکو نخستین‌بار با ارائه مفهوم توسعه فرهنگی، آن را

مطرح کرد (حسین لی، ۱۳۷۹: ۲). به‌طورکلی اهداف توسعه فرهنگی در همه کشورهای جهان عبارت‌اند از: تقویت هویت فرهنگی، حفظ میراث فرهنگی، تقویت مشارکت فرهنگی و ارتقای همکاری‌های فرهنگی بین‌المللی مدیریت فرهنگی در مسیر دستیابی به اهداف توسعه فرهنگی، ناگزیر به استفاده از روش‌ها، فنون و ابزارهایی چون: سیاست‌گذاری فرهنگی، برنامه‌ریزی فرهنگی، آموزش فرهنگی، پژوهش فرهنگی، اطلاع‌رسانی فرهنگی، اقتصاد فرهنگی و حقوق فرهنگی هستند (اجلالی، ۱۳۷۹: ۱۱). از دیدگاه علم سیاست‌گذاری، سیاست فرهنگی مقوله‌ای است دارای اهمیت راهبردی (اشتریان، ۱۳۸۱: ۱۰).

اصولاً همان‌طور که دولت‌ها برای اقتصاد، علم، آموزش و پرورش و رفاه سیاست‌گذاری می‌کنند، در مورد فرهنگ نیز باید سیاست‌هایی را طراحی کنند (اجلالی، ۱۳۷۹: ۵۱). سیاست‌گذاری فرهنگی از نوع برنامه‌ریزی راهبردی است که از آرمان‌ها و ارزش‌های جامعه (ایدئولوژی) الهام می‌گیرد و دو نوع برنامه‌ریزی میان‌مدت (برنامه‌ها) و کوتاه‌مدت (طرح‌های اجرایی) را هدایت می‌کند (اجلالی، ۱۳۷۹: ۵۹). سیاست‌گذاری فرهنگی، صدر تطابق با روش برنامه‌ریزی راهبردی معنا پیدا می‌کند. بر اساس این رابطه، در سیاست‌گذاری فرهنگی می‌بایست پیش‌زمینه‌های ذیل را مورد توجه قرار داد:

#### تبیین سیاست‌گذاری فرهنگی در تطابق با برنامه‌ریزی راهبردی (اجلالی، ۱۳۷۹: ۵۹)



- ۱- شناسایی هدف‌های کلی نظام و شناسایی و تحلیل طرح‌ها و اقدام‌های اجرایی؛
- ۲- مفهوم مخاطب فرهنگی و گوناگونی آن در جامعه و به عبارتی، نیازها و اهداف متفاوت مخاطبان؛
- ۳- شناسایی خصوصیات فرهنگی، توانایی‌های فکری و مادی جامعه و گونه‌های مختلف تمایلات؛
- ۴- مفهوم هویت فرهنگی با تعریف «خصوصیات رفتاری تقریباً همگن در هر جامعه که در شیوه زندگی، نظام‌های ارزشی، روابط اجتماعی و تولید فکری بروز می‌یابد»؛ و
- ۵- توجه به مسائل و موضوعات تخصصی فرهنگی در کنار بررسی ارتباط فرهنگ با حوزه‌های خویشاوند؛ نظیر آموزش، اطلاع‌رسانی (کتاب) و رسانه‌های جمعی (مطبوعات و صداوسیما)، محیط‌زیست و کیفیت زندگی، در عین لزوم تفکیک مسئولیت‌ها و وظایف (پهلوان، ۱۳۸۲: ۱۱۴)

با این نگاه به سیاست‌گذاری فرهنگی و رابطه آن با برنامه‌ریزی است که می‌توان از آینده سخن گفت و برای ساختن آن گام برداشت. زیرا سیاست‌گذاری فرهنگی، راهبردی برای پیوند میراث فرهنگی با فرهنگ فرد است. در نگاه سیاست‌گذاران فرهنگ، نگاه به گذشته و نگاه به آینده باید با یکدیگر ترکیب و تلفیق شوند. به عبارت دیگر، سیاست فرهنگی به معنای سیاست پیوند نسل دیروز، امروز و فرداست (اشتریان، ۱۳۸۱: ۱۱).

«بنت» و «مرکز» معتقدند سیاست فرهنگی در چهار مجموعه گسترده از حیطه‌های سیاست‌گذاری، موجودیت می‌یابد و در همین چارچوب نیز مورد بررسی قرار می‌گیرد. این مجموعه‌ها عبارت‌اند از: «سیاست‌های دولت‌ها از سطح ملی تا محلی؛ سیاست‌های نهادهای فرهنگی؛ سیاست‌های نهادهای جامعه مدنی و سیاست‌های مربوط به حیطه مشارکت و مصرف» (بنت و مرکز، ۱۳۸۳: ۱۶۶). اما در حال، سیاست فرهنگی دو جنبه اصلی را همواره مدنظر دارد: نخست، پرداختن به مسائل فرهنگی روشن و آشکار و دوم، تنظیم ارتباط با زمینه‌های مؤثر بر فرهنگ یا تأثیرپذیر از آن که در چارچوب رویکردی سیستمی به کل فرهنگ و خرده سیستم‌های فعال در آن، نظیر نهادهای مؤثر در سیاست‌گذاری و اجرا بخش‌ها و زیر مجموعه‌های عملیاتی، منابع و امکانات و نیروها و محیط داخلی و خارجی مطرح می‌شوند. از آنجاکه سیاست‌گذاری فرهنگی، بخشی از سیاست‌گذاری کلان ملی است، همانند آن می‌تواند از دو سطح مکمل برخوردار باشد. سطح نخست یا کلان‌نگر به منظور هماهنگی و برقراری پیوند و ارتباط بین بخش‌های گوناگون فعالیت فرهنگی (نظیر میراث فرهنگی، آموزش و هنر) تدوین می‌شود و در واقع، سیاست‌گذاری برای توسعه عمومی جامعه است. سطح دوم نیز که سیاست‌گذاری فرهنگی خردنگر نامیده می‌شود، مرتبط به فرهنگ به معنای خاص آن است و ماهیتی بخشی دارد و با بخش‌هایی نظیر ارتباطات و گردشگری در ارتباط است. آنچه تأکید آن لازم به نظر می‌رسد این است که در هر جامعه، دو سطح از سیاست‌گذاری فرهنگی - کلان‌نگر و خردنگر - لازم و ملزوم و مکمل یکدیگرند؛ یعنی سیاست‌گذاری کلان‌نگر، در سطح اسنادی چون سند چشم‌انداز ۲۰ ساله کشور یا برنامه‌ریزی توسعه پنج‌ساله حتماً باید با سیاست‌گذاری خردنگر، در سطح فعالیت‌های خاص حوزه فرهنگ در دوره‌های زمانی کوتاه‌تر (همراه و هم‌جهت) باشد تا قابلیت برنامه‌ریزی و اجرا بیابد و الا بسنده کردن به یک سطح و رهاکردن سطح مکمل آن، موجب اختلال در فرایندهای تکمیلی، همچون برنامه‌ریزی فرهنگی، اجرا و نظارت و بازنگری خواهد شد. از مهم‌ترین زمینه‌های نظری مفهوم سیاست فرهنگی می‌توان به موارد ذیل اشاره کرد:

۱. تحولات سیاسی - اجتماعی و استعمارگری در کشورهای جهان سوم: مشکل هویت ملی و میراث فرهنگی؛

۲. تغییرات در مفهوم فرهنگ که خود در دو حوزه قابل بررسی است؛ الف) تحول مفهومی فرهنگ: از حوزه نگرش‌ها، باورها و ارزش‌ها به حوزه محصولات فرهنگی و ب) تحول در حوزه شمول فرهنگ: مفهوم فرهنگ نخبگان و فرهنگ عامه و لزوم توجه به فرهنگ زندگی عموم مردم؛

۳. توجه به فرهنگ به عنوان زمینه اصلی توسعه که از دهه ۱۹۷۰ و پس از شکست نسخه‌های متعددی که در غرب در دو دهه قبل از آن برای کشورهای مختلف جهان پیچیده بود، به تدریج در سطح جهانی مطرح شد و در کنفرانس‌های مختلف مورد بحث قرار گرفت؛ تا جایی که اهمیت نقش عامل انسانی و فرهنگ در توسعه، یونسکو را بر آن داشت تا دهه ۱۹۸۸-۱۹۹۷ را به عنوان «دهه جهانی توسعه فرهنگی» اعلام کند.

۴. امکان مدیریت فرهنگی به معنای امکان تغییر در برخی عناصر فرهنگی و تأثیرگذاری مثبت در آن‌ها جهت دستیابی به اهداف معین. این موضوع با جایگزینی رویکرد کاربردی و عملیاتی به فرهنگ به جای رویکرد توصیفی، موجب شد اهمیت ابزارهای مدیریت فرهنگی نظیر نظام آموزش و رسانه‌ها، برای سیاست‌گذاران بیش از پیش تبیین شود.

۵. تأکید بر نقش دولت به عنوان عامل برنامه‌ریزی و اجرای مدیریت فرهنگی و توسعه فرهنگی (بهادری، ۱۳۷۶: ۱۳۶-۱۳۳).

استاد مطهری<sup>(۶)</sup> معتقد است با شناخت آسیب‌های فرهنگی و عوامل مؤثر در این مسیر، برای ایجاد تحول فرهنگی، فعالیت‌های متعدد فرهنگی ضروری است. وی در مقابله با تهاجم فرهنگی، فعالیت‌های زیر را پیشنهاد می‌کند:

- ۱- عرضه درست مکتب الهی. مکتب الهی را به طور معقول و علمی و استدلالی صحیح عرضه بداریم؛
- ۲- ارتباط برقرار ساختن مسائل الهی با مسائل اجتماعی و سیاسی؛
- ۳- برخورد منطقی با شبهات. باید با هرج و مرج تبلیغی و اظهار نظرهای نا متخصص مبارزه شود؛
- ۴- به مسئله محیط مساعد اخلاقی و اجتماعی که هم آهنگ با مفاهیم متعالی معنوی باشد باید کمال اهمیت داده شود؛
- ۵- بازگرداندن حماسه به مفاهیم واقعی اسلامی؛



۶- ایجاد زمینه و بستر برای رشد مفاهیم عالی معنوی (مطهری، انسان و ایمان: ۶۱-۶۰)

از این رو، می‌توان دریافت که ایشان نیز برنامه‌ریزی فرهنگی را در جهت تربیت و تعالی انسان‌ها قبول داشتند و در این زمینه، محورها و شاخص‌هایی ارائه کرده‌اند.

### ۱-۳- فرهنگ دفاع مقدس

آنچه جنگ تحمیلی را از سایر جنگ‌ها متمایز کرده، جنبه‌های فرهنگی و ارزش‌های حاکم بر آن است؛ ارزش‌هایی که می‌توان آن را درونی‌ترین لایه‌های شخصیت انسان‌ها برشمرد. شناخت مطلوب واقعیت‌های درونی هر کس منوط به شناخت ارزش‌ها و نگرش‌های ارزشی اوست. ارزش‌ها به‌عنوان شکل‌دهنده نظام رفتاری افراد دارای بیشترین تأثیر در کنش‌های آن‌هاست و در بعد فردی و روانی، مهم‌ترین منبع برای جهت‌گیری، درک و شناخت از خود و در بعد اجتماعی، مجموعه‌ای از عقاید و نگرش‌ها هستند که فرد در فرایند جامعه‌پذیری آن‌ها را به دست می‌آورد و خود را با قواعد و هنجارهای جامعه هماهنگ می‌سازد. ارزش‌ها در زمره مشخصه‌های مهم جوامع هستند که اهمیت آن‌ها بر کسی پوشیده نیست. همچنین به‌مثابه پدیده‌های اجتماعی، نقش اساسی در شکل‌گیری، کنترل و پیش‌بینی کنش‌ها و گرایش‌های افراد جامعه دارند و عنصری مرکزی در ساختار فرهنگی جوامع به شمار می‌روند (یوسفی، ۱۳۸۳: ۲۷)، و نگرش‌ها واسطه میان شناخت‌ها و رفتارها تلقی می‌شوند. نگرش نوعی جهت‌گیری مبتنی بر ارزشیابی از چیزها و امور است. گرایش‌ها بر فرایندی از آگاهی فردی دلالت دارند. نگرش‌های افراد ناشی از گذشته آن‌ها و تجربیات مختلف زندگی است (محسنی، ۱۳۷۹).

ارزش‌هایی که در دفاع مقدس تبلور یافت، توانست الگوهای مدیریتی بومی ایرانی - اسلامی را به معرض ظهور برساند و از عوامل مهم پیروزی بر دشمن بود. این عوامل ریشه در فرهنگ ناب اسلامی و باورهای دینی رزمندگان قرار داشت؛ آنان بر اساس آموزه‌های قرآنی، ارتباط خود را با خداوند متعال نزدیک و استوار کرده بودند. برخلاف جنگ‌های مرسوم تاریخ که تصرف و فتح سرزمین‌ها هدف اصلی است، فتح‌الفتوح امام خمینی (رحمته‌الله علیه) فتح سرزمین‌ها و خاک نبود بلکه حضرت امام، تجلی شورانگیز ایمان و سیطره ارزش‌های اسلامی در نهاد رزمندگان و جهادگران عرصه توحید را فتح‌الفتوح نامید:

«مبارک باد بر بقیه الله (روحانه‌الغداء) وجود چنین رزمندگان ارزشمند و مجاهدان فی سبیل‌الله که آبروی اسلام را حفظ و ملت ایران را روسپید و مجاهدان راه خدا را سرفراز نمودید. این‌جانب از دوردست و بازوی قدرتمند شما را که دست خداوند بالای آن است می‌بوسم و بر این بوسه افتخار می‌کنم. شما دین خود را به اسلام عزیز و میهن شریف ادا کردید و طمع ابر قدرت‌ها و مزدوران آنان را از کشور خود

بریدید و سخاوتمندانه در راه شرف و عزت اسلام جهاد کردید. یا لیتی کنت معکم فأفوز فوزا عظیما» (خمینی ج ۲۰، ۱۳۶۷: ۲۳۹).

این فرهنگ سبب استحکام، وحدت ملی و درایت و بینش اقشار مختلف و حفظ تمامیت ارضی در برابر دشمنان جهانی شد. فرهنگی که حفظ آن از دغدغه‌های حضرت امام بود و در زمینه آن عنوان می‌کردند که:

«این تحول روحی که برای شما ملت حاصل شده است، حفظ کنید، استقامت کنید، نگه دارید، این تحول بالاتر از اصل مبارزه بود. تحول نفسانی، تحول روحی، تحول انسانی، این تحول را حفظ کنید، مستقیم باشید، استقامت کنید، این تحول که اساس پیروزی شما بود، این تحول را حفظ کنید تا پیروز شوید. اگر این تحول را حفظ نکنید، شاید خدای نخواستہ دشمن پیروز شود» (خمینی، ج ۷، ۱۳۶۷: ۴۹۴)

از این رو و بر مبنای خواست امام خمینی (رحمته‌الله‌علیه) امروزه و در زمان حاضر نیز فرهنگ دفاع مقدس می‌تواند به‌عنوان یک الگو در صحنه‌ی تحولات اجتماعی ایران معاصر مطرح باشد. مشروط بر آنکه آن ارزش‌ها و فرهنگ در جامعه دچار تغییر نشده باشد. قدرت این فرهنگ به‌گونه‌ای بوده است که عامل تحول روحی در ملت بوده تا جایی که توانسته است طی هشت سال جنگ در مملکت، فضا را عوض کند و صبر و استقامت و انسجام و وحدت و یکپارچگی و مقاومت کم‌نظیر ملی را در برابر بیگانگان رقم بزند. تحول روحی که در قرون گذشته نظیر آن دیده نشده است؛ و «گنجی» که نه تنها به‌راحتی به دست نیامده که بهای سنگینی از منابع عظیم انسانی و مادی این ملت در پای آن ریخته شده است. با وجود این، پس از پایان جنگ این فرهنگ در چنبره مصرف‌گرایی و روزمرگی به‌مرور به انزوای رفت. در همین زمینه رهبر معظم انقلاب (مدظله‌العالی) می‌فرماید که بعد از جنگ به تدریج ما از آن فرهنگ فاصله گرفته‌ایم؛ این فرهنگ مورد غفلت قرار گرفته، کم‌رنگ شده و به سایه رفته است؛ به‌گونه‌ای که «ما یک هزارم آنچه را که درباره این جنگ می‌باید تبیین و موشکافی کرد، هنوز بیان نکرده‌ایم» (بیانات مقام معظم رهبری در دیدار با مدیران و هنرمندان دفاع مقدس ۱۳۷۹/۰۷/۰۶).

#### ۱-۴- شکاف نسلی

مفهوم «شکاف نسلی» به چگونگی تداوم فرهنگی هر جامعه از نسلی به نسل دیگر مربوط می‌شود. اگر در فرایند اجتماعی کردن کودکان، نوجوانان و جوانان، فرهنگ جامعه تا حد مطلوبی از نسلی به نسل دیگر منتقل شود و بازتولید فرهنگی به نحو احسن انجام پذیرد، میزان اشتراک فرهنگی دو نسل بالا می‌رود و اختلاف فاحشی بین دو نسل به وجود نمی‌آید. در این صورت، تفاهم بین دو نسل جدید و

قدیم برقرار می‌شود و بحران هویتی نیز برای نسل جدید روی نمی‌دهد. در مقابل، اگر فرایند اجتماعی کردن به علل داخلی و خارجی، دچار مشکل شود و به طور ناقص انجام گیرد و فرهنگ جامعه در حد مطلوب به نسل بعد منتقل نشود، تداوم فرهنگی جامعه دچار مشکل می‌شود و بین نسل جدید و قدیم شکاف می‌افتد (پناهی، ۱۳۸۳: ۲).

عوامل اجتماعی متعددی بر دور شدن نسل‌ها از یکدیگر و بروز شکاف نسلی تأثیر گذارند. در این میان، وسائل ارتباط جمعی نقش بارزی دارند. در ادامه به بررسی نقش رسانه‌ها در دگرگونی ارزش‌ها و در نهایت، ایجاد و توسعه الگوهای نوین در جامعه و به چالش کشاندن ارزش‌های سنتی و پدیده شکاف هنجاری و ارزشی نسلی اشاره می‌شود.

یکی از نظریه‌پردازان آمریکایی به نام دیوید رایزمن<sup>۱</sup> در کتاب خود به نام «انویه تنها»، سیر تحول جوامع و دگرگونی‌های آن‌ها را ناشی از تحول ارتباطات و وسایل ارتباطی می‌داند. وی سیر زندگی بشر را به سه دوره تقسیم‌بندی و در این دوره‌ها، به نقش رسانه‌ها در تغییر سنت‌ها و ایجاد شکاف نسلی اشاره کرده است:

دوره اول، دوره «سنت راهبر» است. در این دوره، سنت‌ها فرهنگ را انتقال می‌دهند و هر نسل، پیوند خود با نسل‌های پیشین را از طریق اشتراک ست‌ها بازمی‌یابد و همین باعث می‌شود که وحدت و هویت اقوام انسانی (نسل‌های انسانی) تأمین شود. سنت‌ها به‌عنوان راه‌ها و شیوه‌های عمل و میراث نیاکان، بعدی تقدس‌آمیز دارند و همین امر، هرگونه شک و تردید در مورد آن‌ها را از بین می‌برد. در این دوره، راه‌های آینده، همان راه‌هایی است که نیاکان جامعه طی قرن‌ها پیموده‌اند (رابرتسون، ۱۳۷۲: ۱۳۱). به عبارتی، در دوران سنت راهبر، یک نوع ساخت اجتماعی مبتنی بر سنت، رفتار بشر را یکنواخت و قابل پیش‌بینی می‌کند و به او آرامش و ثبات می‌دهد. ارتباطات در این دوره، چهره‌به‌چهره است (مهدی‌زاده، ۱۳۸۰: ۲۴). رایزمن بر این باور است که تربیت فردی در مرحله نخست، از طریق حماسه‌ها، افسانه‌ها و اسطوره‌ها شکل می‌گیرد که به‌صورت شفاهی به فرد منتقل می‌شود و نقش این نوع تربیت هم‌زمان، هم سنت‌ها را متذکر می‌شود و هم نشان می‌دهد چطور قهرمانان بزرگ و استثنایی می‌توانند جاودانه شوند (دادگران، ۱۳۸۴: ۸۶).

دوره دوم، دوره «درون راهبر» است. این دوره با کاهش تدریجی اهمیت سنت‌ها آغاز و باعث کاهش تشابهات در رفتارها و اعمال می‌شود. در این دوره، همه افراد جامعه از الگوی یکسانی در حیات

<sup>۱</sup> Raizman

اجتماعی تبعیت نمی‌کنند. همچنین فردگرایی گسترش می‌یابد و انسان، بار مسئولیت و عمل خود را به دوش می‌گیرد. رایزمن این دوران را دوران التهاب، هراس و سرزنش‌های بی‌پایان می‌داند (رابرتسون، ۱۳۷۲: ۱۳۱). در این مرحله، انتقال میراث فرهنگی از طریق نوشتار، به‌ویژه چاپ و مکتوبات که انگاره‌های فردی را رواج می‌دهند، انجام می‌گیرد؛ درحالی‌که اسطوره‌ها و حماسه‌ها با حلقه زدن بر گرد اجاق قبیله بازگو می‌شد و سینه‌به‌سینه از نسلی به نسل دیگر منتقل می‌شد، نسل از درون هدایت شده، کتاب خود را در انزوا و در خلوت یا در گوشه‌ای از اتاق خود می‌خواند (دادگران، ۱۳۸۴: ۸۶).

دوره سوم، دوره «دگر راهبر» است که دوران ظهور وسائل ارتباط جمعی است و پدیده‌هایی چون: هدایت از راه دور، بُت‌واره پرستی، شیء سروری و بحران هویت از ویژگی‌های آن است. در این دوره، عده‌ای با استفاده از قدرت جادویی و وسائل ارتباط جمعی، توده‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهند و الگوهای خاص فکری و اجتماعی خود را القا می‌کنند. انسان در این دوره در پی امحای روابط سستی و پابرجای خانوادگی، خویشاوندی، همسایگی و وسائل ارتباط جمعی دوستی‌های قدیم است و در برابر رسانه‌ها و گردانندگان قدرتمند آن و همچنین وسوسه‌های ناشی از آن بسیار آسیب‌پذیر است. از نظر رایزمن، این دوره در تاریخ انسان با عنوان دوره‌ای ثبت خواهد شد که در آن، رسانه‌ها و گردانندگان آن‌ها الگوهای حیات اجتماعی را می‌سازند (رابرتسون، ۱۳۸۳: ۱۳۱).

به عبارتی، این دوران، ناشی از تمدن ارتباط جمعی و پیدایش ابزارسالاری است. در این دوره، بت‌های ذهنی جدیدی به وجود می‌آید که در انسان موجب ازخودبیگانگی می‌شود. در این مرحله، فرهنگ بلعیده می‌شود (مهدی‌زاده، ۱۳۸۰: ۲۴). رسانه‌ها افراد را می‌سازند، آن هم نه در میان جمع خانواده یا در گوشه عزلت، بلکه در میان گروه دوستان و همسالان. تأثیر آموزشی رسانه‌ها در تمام طول حیات انسان تداوم می‌یابد و رسانه‌هایی مانند تلویزیون، رادیو و فناوری‌های نوین ارتباطات و اطلاعات دائماً افراد کلیشه‌ای و متحدالشکل توده را هدایت می‌کنند و به رفتار آن‌ها نظم می‌بخشند (دادگران، ۱۳۸۴: ۸۷-۸۶).

## ۲- روش‌شناسی تحقیق

روش گردآوری اطلاعات با توجه به ماهیت مطالعه حاضر، به صورت میدانی بوده است. براین اساس، ابتدا برای شناخت موضوع تحقیق، کسب بینش نظری لازم و استخراج متغیرها و شاخص‌ها از مفاهیم نظری مرتبط با موضوع تحقیق استفاده شده است.

همچنین با توجه به موضوع مورد مطالعه و فرضیه‌های تحقیق، اطلاعات مورد نیاز برای آزمون فرضیه‌ها از طریق داده‌های جمع‌آوری شده توسط پرسش‌نامه طراحی شده، به دست آمده است. در این پژوهش برای دستیابی به اهداف مورد نظر، یک پرسش‌نامه طراحی شده است. جامعه نمونه مورد مطالعه در این پژوهش، جمعی از دانشجویان دانشگاه‌های تهران هستند که ۵۰ نفر از آن‌ها به روش تصادفی انتخاب شدند و اطلاعات مورد نیاز جمع‌آوری شد.

## ۲-۱- روش‌های تجزیه و تحلیل داده‌ها

ابتدا گزینه‌های هر سؤال به صورت طیف لیکرت، امتیازبندی شدند؛ بدین صورت که خیلی کم (۱)، کم (۲)، متوسط (۳)، زیاد (۴) و خیلی زیاد (۵) در محیط SPSS کدگذاری گردید. سپس گویه‌های مربوط به هر یک از عوامل محاسبه<sup>۱</sup> شده است. در ادامه برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، از آزمون رگرسیون استفاده شده است.

به منظور ارتقای روایی پرسش‌نامه تحقیق، از نظریات علمی صاحب‌نظران و کارشناسان نظامی استفاده شده است. همچنین به منظور بررسی میزان پایایی پرسش‌نامه، از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده و ضریب پایایی برای پرسش‌نامه، ۰/۸۳۱ به دست آمد. نتایج به دست آمده بیانگر آن است که ضریب پایایی، معنادار است و در سطح مناسبی قرار دارد.

تعداد سؤالات	آلفای کرونباخ
۳۲	۰/۸۳۱

## ۲-۲- متغیرهای تحقیق

با واکاوی منابع نظری، پنج عامل تولیدات آموزشی (آموزش و پرورش و آموزش عالی)؛ تولیدات نمادین؛ تولیدات شنیداری، دیداری و ارتباطی تولیدات نوشتاری و تولیدات مناسک مذهبی به عنوان متغیر مستقل، و نسل‌های آینده به عنوان متغیر وابسته انتخاب شده‌اند.

## ۲-۳- سؤالات و فرضیه‌های تحقیق

این تحقیق باهدف تبیین راهبردهای سیاست‌گذاری فرهنگی علوم و معارف دفاع مقدس به منظور حفظ و انتقال آن به نسل‌های آینده، در پی پاسخ به این پرسش است که عوامل مؤثر در حفظ و انتقال علوم و معارف دوران دفاع مقدس به نسل‌های فعلی و آتی چیست.

<sup>۱</sup> Compute

در پاسخ، این فرضیه مطرح شده است که: سیاست‌گذاری فرهنگی در جهت تولیدات فرهنگی در زمینه دفاع مقدس، اساسی‌ترین راهبرد حفظ و انتقال فرهنگ دفاع مقدس به نسل‌های آینده است. این تولیدات شامل تولیدات آموزشی (آموزش و پرورش و آموزش عالی)، تولید محصولات نمادین، تولید محصولات شنیداری، دیداری و ارتباطی، تولید محصولات نوشتاری و تولید مناسک مذهبی است که به نظر می‌رسد در این میان، تولید محصولات شنیداری، دیداری و ارتباطی بیشترین تأثیر را دارد.

### ۳- نتایج و یافته‌های تحقیق

#### ۳-۱- یافته‌های توصیفی

در جدول ۱، تشریح آمار توصیفی پاسخ‌دهندگان به پرسش‌نامه در جامعه آماری آمده است.

انحراف معیار	میانگین	رتبه				گویه	شاخص
		خیلی کم	کم	متوسط	زیاد		
۱/۳۲۱	۲/۴۹	۲۸	۳۱	۱۵	۱۶	۱۰	تولیدات آموزشی (آموزش و پرورش و آموزش عالی)
۰/۸۵۷	۳/۳۵	۰	۱۵	۴۵	۳۰	۱۰	
۱/۰۷۲	۳/۳۹	۳	۲۰	۲۸	۳۳	۱۶	
۰/۹۳۶	۳/۵۵	۰	۱۵	۳۱	۳۸	۱۶	
۱/۱۷۲	۳/۶	۰	۲۶	۱۸	۲۶	۳۰	
۱/۲۶۳	۳/۱۷	۱۶	۱۰	۲۹	۳۱	۱۴	

انحراف معیار	میانگین	رتبه					گویه	شاخص
		خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد		
۱/۳۳۳	۲/۸۶	۱۰	۴۵	۱۵	۹	۲۱	انتقال علوم و معارف دفاع مقدس به دانشجویان مقاطع مختلف دانشگاهی	
۱/۵۴۵	۳/۱۲	۲۲	۲۰	۹	۲۲	۲۷	ایجاد مرکز مطالعات تخصصی دفاع مقدس	
۱/۱۱۶	۲/۱۹	۳۴	۳۱	۱۹	۱۴	۲	تربیت پژوهشگر در حوزه دفاع مقدس	
۱/۳۹۱	۳/۳۲	۹	۳۰	۹	۲۴	۲۸	تربیت استاد در حوزه‌ی دفاع مقدس	
۱/۲۲۳	۳/۱۷	۹	۲۷	۱۵	۳۶	۱۳	استقرار تمثال قهرمانان ملی دفاع مقدس در میدانی شهر	تولید محصولات نهادین
۱/۲۶۵	۳/۳۴	۷	۲۵	۱۷	۲۹	۲۲	یادمان‌های عملیات‌های دفاع مقدس	
۱/۴۷۹	۳/۲۹	۱۹	۱۰	۲۵	۱۵	۳۱	تقاشی‌های دیواری مربوط به دفاع مقدس	
۱/۳۶۴	۳/۴۱	۸	۲۵	۱۶	۲۰	۳۱	دفن شهدای گمنام در اماکن مختلف شهرها	
۱/۳۴۲	۳/۴۲	۹	۲۳	۱۲	۲۹	۲۷	استفاده از جانبازان در برنامه‌های مختلف بصری و دیداری	
۱/۲۲۳	۳/۱۷	۹	۲۷	۱۵	۳۶	۱۳	برنامه‌های رادیویی	تولید محصولات شنیداری، دیداری و ارتباطی
۱/۳۲۱	۳/۵۴	۱۶	۲	۱۸	۴۰	۲۴	سریال‌ها و مستندهای تلویزیونی	
۱/۲۸۳	۴/۱۲	۲	۲۱	۱۲	۱۵	۵۰	سینما	
۱/۳۴۴	۳/۵	۱۰	۲۰	۷	۳۶	۲۷	تئاتر	
۰/۹۲۵	۲/۸۲	۲	۴۵	۲۴	۲۷	۲	پرده خوانی و نقالی	
۱/۳۹۱	۳/۳۲	۹	۳۰	۹	۲۴	۲۸	وبلاگ و سایت	
۱/۲۳	۲/۹۸	۹	۳۷	۱۳	۲۹	۱۲	خدمات خطوط ارتباطی	

انحراف معیار	میانگین	رتبه				خیلی زیاد	گویه	شاخص
		خیلی کم	کم	متوسط	زیاد			
							موبایل (همراه اول، ایرانسل و...)	
۰/۹۰۲	۳/۱۲	۰	۲۸	۳۹	۲۶	۷	کتاب داستانی و رمان	تولید محصولات نوشتاری
۰/۶۵۱	۴	۰	۰	۲۱	۵۸	۲۱	روزنامه و مطبوعات عمومی	
۰/۹۸۶	۳/۶۶	۳	۸	۲۹	۴۰	۲۰	مجلات علمی - پژوهشی دفاع مقدس	
۰/۸۷	۳/۶۴	۲	۱۰	۲۰	۵۸	۱۰	کتاب دانشگاهی با رویکرد دفاع مقدس	
۱/۳۹۷	۳/۹۲	۹	۱۰	۱۷	۸	۵۶	تولید تاریخ شفاهی دفاع مقدس	
۱/۰۴۴	۴/۰۲	۴	۳	۲۰	۳۳	۴۰	در دسترس گذاشتن استاد دفاع مقدس	
۱/۳۴۷	۲/۹۴	۱۸	۲۴	۱۹	۲۴	۱۵	کتاب ملزس (عمومی و متوسطه) با رویکرد دفاع مقدس	
۱/۲۹۸	۳/۶۴	۱۵	۱	۱۵	۴۳	۲۶	برگزاری مراسم عزاداری برای شهدا و عملیات‌های عاشوراگونه	
۱/۲۹	۳/۹۵	۷	۱۰	۱۳	۲۱	۴۹	بازدید از مناطق عملیاتی دفاع مقدس	
۱/۰۰۷	۳/۹	۳	۶	۹	۴۰	۴۲	شاخص‌سازی شهدای ۸ سال دفاع مقدس در سطح ملی و مقطعی (استان، شهرستان، شهر و روستا)	

### ۳-۲- یافته‌های استنباطی

اساس مطالعات صورت‌گرفته در این تحقیق بر مبنای این فرضیه است که «راهبرد حفظ و انتقال علوم و معارف دوران دفاع مقدس، سیاست‌گذاری فرهنگی در جهت تولیدات فرهنگی در زمینه دفاع مقدس است». این راهبردها عبارت‌اند از: سیاست‌گذاری فرهنگی در قالب پنج راهبرد تولیدات آموزشی



(آموزش و پرورش و آموزش عالی)، تولیدات نمادین، تولیدات شنیداری و دیداری و ارتباطی، تولیدات نوشتاری و تولیدات مناسک مذهبی.

برای ارزیابی فرضیه تحقیق و تأثیر مجموع متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته، از آزمون رگرسیون چندگانه به شیوه ایترا<sup>۱</sup> استفاده شده است. به این منظور، تمام متغیرهای وابسته، هم‌زمان وارد تحلیل می‌شود و اثرات آن بر روی متغیر وابسته مورد بررسی قرار می‌گیرد. در آزمون رگرسیون، هدف، پیش‌بینی تغییرات متغیر وابسته از طریق متغیرهای مستقل است. همچنین این آزمون، سهم هر یک از مقادیر متغیر مستقل را در تبیین متغیر وابسته تعیین می‌کند (کلانتری، ۱۳۸۹: ۱۶۹). در فرضیه تحقیق به جهت ارزیابی رابطه یک متغیر وابسته با چند متغیر مستقل، از رگرسیون چندگانه استفاده می‌شود. در صورتی که رابطه بین متغیرها معنادار باشد، می‌توان سهم تأثیرگذاری متغیرهای وابسته را از متغیر مستقل مشخص کرد.

نتایج آزمون رگرسیون: در جدول ۲، ضریب همبستگی چندگانه ( $R$ ) برابر با ۰/۹۰۵، شدت رابطه بین متغیر وابسته و متغیرهای مستقل را نشان می‌دهد. ضریب تعیین ( $R^2$ ) نیز بیانگر این است که ۸۲ درصد از راهبردهای حفظ و انتقال علوم و معارف دوران دفاع مقدس به نسل‌های آینده (متغیر وابسته) متأثر از پنج عامل تولیدات آموزشی (آموزش و پرورش و آموزش عالی)، تولیدات نمادین، تولیدات شنیداری و دیداری و ارتباطی، تولیدات نوشتاری و تولیدات مناسک مذهبی است و ۱۸ درصد نیز به عوامل دیگری بستگی دارد. این ضریب، بیانگر شدت بالای تأثیرگذاری متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته است. به عبارت دیگر، مقدار تغییرات متغیر وابسته را از متغیرهای مستقل تبیین می‌کند.

جدول ۲: نتایج آزمون رگرسیون چندگانه

ضریب همبستگی	$R^2$	ضریب تعدیل شده $R^2$
905a.	۰/۸۲۰	۰/۸۱۰

در جدول ۳، ضریب بتا نیز بیانگر رابطه مستقیم بین متغیرهای مستقل و وابسته است. از این رو، نتایج آزمون در جدول ۳ برای برآورد سهم هر کدام از متغیرهای مستقل در حفظ و انتقال علوم و معارف دوران دفاع مقدس به نسل‌های آینده نشان می‌دهد که متغیر تولیدات آموزشی (آموزش و پرورش و آموزش عالی) با ۵۲/۴ درصد، بیشترین تأثیر و سپس تولیدات نوشتاری با ۴۲/۷ درصد، تولیدات آموزشی با ۴۱/۴ درصد،

<sup>۱</sup> Enter

تولیدات مناسک مذهبی با ۲۱ درصد و در نهایت، تولید محصولات نمادین با ۱۹/۲ درصد، کمترین تأثیر را در حفظ و انتقال علوم و معارف دوران دفاع مقدس به نسل‌های آینده داشته‌اند.

همچنین سطح معناداری محاسبه شده (۰/۰۰۰) کمتر از ۰/۰۵ است که نشان می‌دهد در سطح احتمال ۹۹ درصد، فرض (H0) رد شده و فرض (H1) مبنی بر اینکه راهبرد حفظ و انتقال علوم و معارف دوران دفاع مقدس به نسل‌های آینده (متغیر وابسته) متأثر از سیاست‌گذاری فرهنگی در قالب پنج راهبرد تولیدات آموزشی (آموزش و پرورش و آموزش عالی)، تولیدات نمادین، تولیدات شنیداری و دیداری و ارتباطی، تولیدات نوشتاری و تولیدات مناسک مذهبی است، پذیرفته می‌شود.

جدول ۳: سهم تأثیرگذاری هر کدام از متغیرهای مستقل در حفظ و انتقال علوم و معارف دوران دفاع مقدس

به نسل‌های آینده

متغیرها	مقدار beta	مقدار t	سطح معناداری
تولید محصولات شنیداری، دیداری و ارتباط	۰/۵۲۴	۱۰/۹۳۸	۰/۰۰۰
تولید محصولات نوشتاری	۰/۴۲۷	۹/۲۸۰	۰/۰۰۰
تولید محصولات آموزشی	۰/۴۱۴	۸/۶۷۶	۰/۰۰۰
تولید محصولات مناسکی	۰/۲۱۰	۴/۷۰۲	۰/۰۰۰
تولید محصولات نمادین	۰/۱۹۲	۴/۳۱۱	۰/۰۰۰

#### ۴- تجزیه و تحلیل و نتیجه‌گیری

نتایج آزمون‌های آماری و میدانی نشان می‌دهد که تولید محصولات شنیداری، دیداری و ارتباطی، بیشترین تأثیر را در حفظ و انتقال علوم و معارف دفاع مقدس به نسل‌های آینده دارد. در بین این محصولات نیز، سینما بیشترین رتبه را از سوی پاسخ‌دهندگان دریافت کرده است. به نظر می‌رسد تأثیرات عمیق هنر هفتم (سینما) از نظر پاسخ‌دهندگان، اهمیتی راهبردی داشته است. اهمیت سینما تا آنجاست که بسیاری از سیاست‌های امریکا از طریق هالیوود برای جهانیان زمینه‌سازی می‌شود.

با نگاه به نتایج تحقیق مشخص می‌شود که پس از سینما، مجموعه‌های تلویزیونی به‌عنوان همزاد سینما قرار دارد. مطابق جدول ۳، دو راهبرد تولید محصولات نوشتاری و آموزشی، به ترتیب در رتبه دوم و سوم قرار دارند. با این حال، رتبه هر دو راهبرد، بسیار به هم نزدیک است و این امر نشان‌دهنده ارتباط نزدیک این دو راهبرد به هم است. به همین منوال، دو راهبرد تولید محصولات مناسک مذهبی و تولیدات نمادین با فاصله زیاد با سایر راهبردها در انتهای جدول قرار دارند که این امر نشان‌دهنده رویکرد علم‌گرایانه پاسخ‌دهندگان به موضوع حفظ و انتقال علوم و معارف دفاع مقدس برای نسل‌های آینده است.

باین‌حال، با مشخص‌کردن میانگین کل معیارهای مشخص شده برای راهبردهای حفظ و انتقال فرهنگ دفاع مقدس به نسل‌های آینده، ۲۰ عامل برتر مشخص شده‌اند. ماهیت این عوامل نشان می‌دهد که ترکیبی از راهبردهای فرض شده در این مقاله از سوی پاسخ‌دهندگان مورد تأکید قرار گرفته شده است. از این‌رو، فرضیه مقاله به اثبات می‌رسد.

ردیف	معیارهای راهبردها	میانگین رتبه
۱	سینما	۴/۱۲
۲	روزنامه و مطبوعات عمومی	۴
۳	در دسترس گذاشتن اسناد دفاع مقدس	۴
۴	بازدید از مناطق عملیاتی دفاع مقدس	۳/۹۵
۵	تدوین تاریخ شفاهی دفاع مقدس	۳/۹۲
۶	شاخص‌سازی شهدای ۸ سال دفاع مقدس در سطح ملی و منطقه‌ای	۳/۹
۷	شاخص‌سازی شهدای ۸ سال دفاع مقدس در سطح ملی و منطقه‌ای	۳/۶۶
۸	کتاب‌دانشگاهی با رویکرد دفاع مقدس	۳/۶۴
۹	برگزاری مراسم عزاداری برای شهدا و عملیات‌های عاشورا گونه	۳/۶۴
۱۰	انتقال علوم و معارف دفاع مقدس به رشته‌های دانشگاه‌های (ارشد)	۳/۶
۱۱	سریال‌ها و مستندهای تلویزیونی	۳/۵۴
۱۲	تئاتر	۳/۵
۱۳	استفاده از جانبازان در برنامه‌های مختلف بصری و دیداری	۳/۴۲
۱۴	دفن شهدای گمنام در اماکن مختلف شهرها	۳/۴۱
۱۵	انتقال علوم و معارف دفاع مقدس به دروس مدارس (عمومی و متوسطه)	۳/۳۹
۱۶	ارائه‌ی درس آمادگی دفاعی برای دانش‌آموزان مقطع متوسطه	۳/۳۵
۱۷	انتقال علوم و معارف دفاع مقدس به رشته‌های دانشگاهی (کارشناسی)	۳/۳۵
۱۸	یادمان‌های عملیات‌های دفاع مقدس	۳/۳۴
۱۹	تربیت استاد در حوزه‌ی دفاع مقدس	۳/۳۲
۲۰	وبلاگ و سایت	۳/۳۲
۲۱	نقاشی‌های دیواری مربوط به دفاع مقدس	۳/۲۹
۲۲	انتقال علوم و معارف دفاع مقدس به رشته‌های دانشگاهی (دکتری)	۳/۱۷
۲۳	استقرار تمثال قهرمانان ملی دفاع مقدس در میدانی شهر	۳/۱۷
۲۴	برنامه‌های رادیویی	۳/۱۷
۲۵	ایجاد مرکز مطالعات تخصصی دفاع مقدس	۳/۱۲

ردیف	معیارهای راهبردها	میانگین رتبه
۲۶	کتاب داستانی و رمان	۳/۱۲
۲۷	خدمات خطوط ارتباط موبایل (همراه اول، ایرانسل و ...)	۲/۹۸
۲۸	کتاب مدارس (عمومی و متوسطه) با رویکرد دفاع مقدس	۲/۹۴
۲۹	ارائه‌ی درس آشنایی با دفاع مقدس برای دانشجویان مقاطع مختلف دانشگاهی	۲/۸۶
۳۰	پرده خوانی و نقلی	۲/۸۲
۳۱	انتقال علوم و معارف دفاع مقدس به برنامه‌های آموزشی و تربیتی مهد کودکها	۲/۴۹
۳۲	تربیت پژوهشگر در حوزه‌ی دفاع مقدس	۲/۱۹
میانگین کل		۳/۳

- موارد ۱ تا ۱۵ «معیارها و عوامل بالاتر از میانگین کل» می‌باشند

ماهیت این عوامل نشان می‌دهد که ترکیبی از راهبردهای فرض شده در این مقاله از سوی پاسخ‌دهندگان مورد تأکید قرار گرفته است. از این رو، فرضیه مقاله به اثبات می‌رسد. همچنین اثبات فرضیه مبتنی بر نظریه دیوید ریزمن است. هم‌داستان با وی می‌توان گفت سیر تحول فرهنگ در جوامع و دگرگونی‌های آن‌ها، ناشی از تحول ارتباطات و وسایل ارتباطی است و نقش رسانه‌ها در تغییر سنت‌های فرهنگی و ایجاد شکاف نسلی اشاره غیرقابل انکار است. در واقع، رسانه‌ها فرهنگ افراد را می‌سازند، آن‌ها هم نه در میان جمع خانواده و یا در گوشه عزلت، بلکه در میان گروه دوستان و همسالان. تأثیر آموزشی رسانه‌ها در تمام طول حیات انسان تداوم می‌یابد و رسانه‌هایی مانند تلویزیون، رادیو و فناوری‌های نوین ارتباطات و اطلاعات دائماً افراد کلیشه‌ای و متحدالشکل توده را هدایت می‌کنند و به رفتار آن‌ها نظم می‌بخشند.

## منابع

- ابراهیمی نژاد، مهدی (۱۳۷۹)، مدیریت استراتژیک در بازرگانی و صنایع، تهران: سمت.
- اجلالی، پرویز (۱۳۷۹)، سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی فرهنگی در ایران، تهران، نشر آن.
- اشتریان، کیومرث (۱۳۸۱)، روش سیاست‌گذاری فرهنگی، تهران، نشر کتاب آشنا.
- امام خمینی، سید روح‌الله (۱۳۸۵)، صحیفه امام: مجموعه آثار امام خمینی (ره)، جلد‌های ۷، ۱۸ و ۲۰، تهران، مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی، مؤسسه چاپ و نشر عروج.
- بهادری، افسانه (۱۳۷۶)، درآمدی بر سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی فرهنگی، تهران، مرکز پژوهش‌های بنیادی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- پناهی، محمدحسین (۱۳۸۳)، «شکاف نسلی موجود در ایران و اثر تحصیلات بر آن»، فصلنامه علوم اجتماعی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی، شماره ۱۷، پاییز.
- پهلوان، چنگیز. (۱۳۸۲) فرهنگ‌شناسی، تهران: نشر قطره.
- حسین لی، رسول. (۱۳۷۹) مبانی و اصول سیاست فرهنگی در جمهوری اسلامی ایران (مجموعه مقالات)، تهران: نشر آن.
- دادگران، سید محمد (۱۳۸۴)، مبانی ارتباط‌جمعی، تهران، نشر مروارید و فیروزه، چاپ هشتم.
- رابرتسون، یان (۱۳۷۴)، درآمدی بر جامعه (با تأکید بر نظریه‌های کارکردگرایی، ستیز و کنش متقابل نمادی)، ترجمه حسین بهروان، چاپ دوم، مشهد، نشر آستان قدس رضوی.
- گل محمدی، احمد (۱۳۸۱)، جهانی‌شدن فرهنگ هویت، تهران، نشر نی.
- محسنی، منوچهر (۱۳۷۹)، بررسی آگاهی‌ها، نگرش‌ها و رفتارهای اجتماعی - فرهنگی در ایران، تهران، دبیرخانه شورای فرهنگ عمومی کشور.
- مشبکی، اصغر، علی اصغر، پور عزت (۱۳۸۱)، مدیریت فرهنگ جامعه، نشریه سخن، سمت، شماره ۸ مطهری، مرتضی (۱۳۹۱)، شرح مبسوط منظومه، ناشر، صدرا.
- مطهری، مرتضی (۱۳۹۱)، مقدمه‌ای بر جهان‌بینی اسلامی: انسان و ایمان، ناشر: صدرا.
- مطهری، مرتضی (۱۳۸۹)، مقدمه‌ای بر جهان‌بینی اسلامی: جامعه و تاریخ، ناشر، صدرا.
- مقام معظم رهبری، در دیدار مدیران و هنرمندان دفاع مقدس ۱۳۷۹/۰۷/۰۶.
- مهدی‌زاده، سید محمد (۱۳۸۰)، نظریه‌های ارتباطات جمعی، تهران، جزوه درسی، دانشکده علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی.

یوسفی، نریمان (۱۳۸۳)، شکاف بین نسل‌ها؛ تهران، پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی.

Allen, Tim & Skelton Tracey (1999), Culture and Global Change, Publisher: Taylor & Francis, Edition: illustrated.

Bhabha K. Homi(2004), The Location of Culture ,Publisher: Rout ledge; 2 edition.