

فصلنامه جامع دفاع مقدس

سال اول، شماره ۱، پاییز ۱۳۹۵؛ ص ۵۷-۷۷

راهبرد سیاست‌گذاری فرهنگی در زمینه علوم و معارف دفاع مقدس به منظور

حفظ و انتقال آن به نسل‌های آینده

هادی مراد پیری

دانشیار دانشگاه جامع امام حسین (ع)

(دریافت: ۹۵/۰۶/۰۸، پذیرش: ۹۵/۰۶/۲۹)

چکیده

دوران هشت ساله دفاع مقدس به فرموده مقام معظم رهبری «اوج افتخارات ملت ایران است». بنابراین برای حفظ و انتقال ارزش‌های دفاع مقدس و فرهنگ ایثار و شهادت به نسل آینده می‌بایست این فرهنگ با جدیت در برنامه‌ریزی فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی کشور مد نظر قرار گیرد. از این رو 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 که مبتنی بر مطالعات میدانی است، نشان می‌دهد که سیاست‌گذاری فرهنگی در قالب ۵ راهبرد تولید محصولات تولیدات آموزشی (آموزش و پرورش و آموزش عالی)، تولیدات نمادین، تولیدات شنیداری، دیداری و ارتباطی، تولیدات نوشتاری، تولیدات مناسک مذهبی در حفظ و انتقال علوم و معارف دفاع مقدس مؤثر هستند که در این میان تولیدات شنیداری، دیداری و ارتباطی بیشترین تأثیر و تولیدات نمادین کمترین تأثیر را دارند.

کلید واژه‌ها: دفاع مقدس، سیاست‌گذاری فرهنگی، راهبرد حفظ و انتقال، شکاف بین نسلی.

مقدمه

کشورها برای تدوین سیاست فرهنگی خود راهبردهایی متنوعی را متناسب با دیدگاه‌های سیاسی و وضعیت اجتماعی خود مد نظر قرار می‌دهند. هدف این راهبردها حراست از هویت ملی از طریق حفظ و حراست میراث فرهنگی و احیای گذشته تاریخی در راستای تقویت غرور ملی و مذهبی تأکید دارد. به عبارت دیگر نظام‌های سیاسی همواره تلاش می‌کنند تا مردم خود را با تاریخ ملی و حوادث و رویدادهای تاریخ‌ساز و ویژه خود آشنا سازند تا ملت در مسیر دست‌یابی به اهداف خرد و کلان خود، کامیابی‌ها و ناکامی‌های گذشته را راهبرد حرکت رو به جلوی خود قرار دهند. این امر از طریق سیاست‌گذاری فرهنگی حکومت‌ها صورت می‌گیرد. سیاست فرهنگی مقوله‌ای است دارای اهمیت راهبردی که بر کلیه زمینه‌های توسعه اثر می‌گذارد. دفاع مقدس یکی از مقاطع بسیار درخشان انقلاب اسلامی و با افتخار برای ملت ایران است و از جنبه‌های گوناگون تاکنون مورد بررسی قرار گرفته است. تجربه دوران هشت ساله جنگ تحمیلی بزرگ‌ترین حادثه تاریخ‌ساز کشور پس از انقلاب اسلامی است. این جنگ تنها رویدادی بود که کشور به لحاظ جغرافیایی یک وجب از خاک خود را از دست نداد. تا پیش از این، در جنگ‌های سابق، 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 که تا پیروزی انقلاب اسلامی نیز ادامه داشت. از این رو شکست رژیم بعث و حامیانش در تجزیه خاک کشور و همچنین پیروزی انقلاب اسلامی نقطه عطفی در تاریخ ملی ما محسوب می‌شود. از این رو حفظ و انتقال فرهنگ و معارف دوران دفاع مقدس یکی از دغدغه‌های رهبران و مدیران سیاسی کشور است. زیرا صیانت از فرهنگ ج.ا.ا. تنها از طریق مقابله با استحاله فرهنگی ج.ا.ا. از سوی غرب امکان پذیر است. علاوه بر این چنین رویکردی این پیامد را نیز دربر خواهد 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 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؟

بیان مسئله

حماسه دفاع مقدس در مقابله با تهاجم دشمن تا دندان مسلح ارتش عراق و حامیان او بر کسی پوشیده نیست. این حماسه از فرهنگ و باورهای ملی مؤمن و مسلمان سرچشمه گرفته است که محققین و کارشناسان حوزه، فرهنگ و علوم دفاعی باید آن‌ها را کنکاش نموده و به نسل آینده منتقل نمایند. حضرت امام خمینی (ره) در این باره می‌فرمایند: «آن‌ها حساب همه چیز را می‌کردند الا یک حساب و آن حساب، معنویت بود. آن‌ها توجه به این نداشتند که ملت همه با هم

علاقه به خدا دارند و علاقه به اسلام.» (صحیفه نور جلد ۱۳ صفحه ۲۷۷)
 مقام معظم رهبری حضرت امام خامنه‌ای (مدظله العالی) می‌فرماید: «محاسباتشان از عنصر توکل و ایمان به خدا خالی بود و آن را در زندگی ما به حساب نیاورده بودن.» (حدیث ولایت جلد ۵ صفحه ۱۲۴)

از این رو این مقاله به دنبال احصاء راهبردهای سیاست‌گذاری فرهنگی در خصوص علوم و معارف دفاع مقدس به منظور حفظ و انتقال به نسل‌های حال حاضر و آینده می‌باشد.

سؤالات تحقیق

سؤال اصلی:

راهبردهای مؤثر در حفظ و انتقال علوم و معارف دفاع مقدس به نسل‌های فعلی و آینده چیست؟
 سؤالات فرعی:

- ۱- آیا تولید محصولات آموزشی در حفظ و انتقال علوم و معارف دفاع به نسل آینده نقش مؤثری دارد؟
- ۲- آیا تولید محصولات شنیداری، دیداری و ارتباطی در حفظ و انتقال علوم و معارف دفاع مقدس به نسل آینده نقش مؤثری دارد؟
- ۳- آیا تولید محصولات نوشتاری در حفظ و انتقال علوم و معارف دفاع مقدس به نسل آینده نقش مؤثری دارد؟
- ۴- آیا تولید محصولات نمادین در حفظ و انتقال علوم و معارف دفاع مقدس به نسل آینده نقش مؤثری دارد؟
- ۵- آیا مناسک سازی نقش مؤثری در انتقال علوم و معارف دفاع به نسل آینده دارد؟

فرضیه تحقیق

سیاست‌گذاری در جهت تولیدات فرهنگی در زمینه دفاع مقدس، اساسی‌ترین راهبرد حفظ و انتقال فرهنگ دفاع مقدس به نسل‌های فعلی و آینده خواهد بود.

اهداف تحقیق

هدف اصلی این تحقیق بررسی راهبردهای تأثیرگذار در احصاء و انتقال علوم و معارف دفاع مقدس است.

اهداف فرعی تحقیق عبارت است از:

- تبیین راهبردهای حفظ ارزش‌های دفاع مقدس،
- تبیین راهبردهای انتقال فرهنگ و ایثار و شهادت به نسل آینده.

اهمیت و ضرورت تحقیق:

- اجراء نمودن تدابیر و منویات مقام معظم رهبری در خصوص احصاء و انتقال علوم و معارف دفاع مقدس به نسل آینده،
- شناخت بخشی از ویژگی‌های فرهنگی و معنوی دفاع مقدس،
- تحلیل شناخت اقتضانات و ضرورت انتقال فرهنگ و ایثار و شهادت به نسل آینده.

بحث نظری

۱. فرهنگ و پویش‌های آن

۱-۱. فرهنگ از دیگاه شهید مطهری

شهید مطهری 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). همچنین اضافه می‌کند: «... جامعه‌ها و تمدن‌ها و فرهنگ‌های امروزین را فرضاً مختلف النوع و مختلف الماهیه ندانیم، مختلف کیفیه، مختلف الشكل و مختلف اللون بودن آن‌ها را نمی‌توان انکار کرد. آینده جوامع بشر چگونه است؟ آیا این فرهنگ‌ها و تمدن‌ها و این جامعه‌ها و ملیت‌ها برای همیشه به وضع موجود ادامه می‌دهند یا حرکت انسانیت به سوی تمدن و فرهنگ یگانه و جامعه یگانه است و همه این‌ها در آینده رنگ خاص خود را خواهند باخت و به یک رنگ که رنگ اصلی است و رنگ انسانیت است - در خواهند آمد؟ این مسئله نیز وابسته است به ماهیت جامعه و نوع وابستگی روح جمعی و روح فردی به یکدیگر... باید گفت جامعه‌ها و فرهنگ‌ها و تمدن‌ها به سوی یگانه شدن متحد الشكل شدن و درنهایت امر در یکدیگر ادغام شدن سیر می‌کنند و آینده جوامع انسانی، جامعه جهانی تکامل یافته است که در آن همه ارزش‌های انسانی ... به فعلیت می‌رسد و انسان به کمال حقیقی و سعادت واقعی خود و بالاخره به انسانیت اصیل خود خواهد رسید» (مطهری، ۱۳۹۱: ۵۶). به این ترتیب می‌توان گفت فرهنگ عبارت از مجموعه‌ای از احساسات، اندیشه‌ها، عواطف و ارزش‌ها و گرایشاتی است که از یک طرف ریشه در فطرت انسان‌ها دارد یعنی از روان آن‌ها سرچشمه گرفته و از طرف دیگر عوامل اجتماعی نیز روی آن تأثیرات خاصی بر جای می‌گذارد. استاد در بخش دیگری از همان کتاب به طرح ابتدای فرهنگ به فطرت پرداخته است و می‌نویسد: «آیا فرهنگ اصیل انسانی ماهیت یگانه دارد؟ یا فرهنگ یگانه در کار نیست. فرهنگ ماهیت قومی، ملی یا طبقاتی دارد. آنچه وجود دارد یا در آینده وجود خواهد داشت فرهنگ‌هاست نه فرهنگ؟ این مسئله نیز وابسته به این است که آیا نوعیت انسان از فطرتی یگانه یا اصیل برخوردار است و همان فطرت اصیل و یگانه به فرهنگ انسان یگانگی می‌دهد؟ یا چنین فطرت یگانه‌ای در کار نیست. فرهنگ‌ها ساخته عوامل تاریخی قومی و جغرافیایی و یا ساخته گرایش‌های

منفعت طلبانه طبقاتی است؟ اسلام به حکم اینکه در جهان بینی‌اش قائل به فطرت یگانه است، هم طرفدار ایدئولوژی یگانه است و هم طرفدار فرهنگ یگانه.» (مطهری، ۱۳۹۱: ص ۶۱-۶۰)

استاد مطهری معتقد است با شناخت آسیب‌های فرهنگی و عوامل مؤثر در این مسیر، برای ایجاد تحول فرهنگی، فعالیت‌های متعدد فرهنگی ضروری است. استاد مطهری 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 نامتخصص 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 (همان)

از این رو ایشان به مهندسی و سیاست‌گذاری فرهنگی معتقد است و در این راستا از فرهنگ ویژه دین اسلام به نام فرهنگ اسلامی سخن می‌گوید. در مرحله دوم این فرهنگ اسلامی را دارای رسالتی خاص می‌داند و در مرحله سوم برداشتن گام‌هایی خاص و طی مراحل ویژه را برای تحقق رسالت فرهنگ اسلامی برمی‌شمارد که می‌توان از آن گام‌ها به عنوان نوعی مهندسی فرهنگی تعبیر کرد. ایشان می‌نویسد:

«اینکه گفته می‌شود مذهب عقیده است و ملیت شخصیت و رابطه این دو رابطه عقیده و شخصیت است. به معنای نفی بزرگ‌ترین رسالت مذهب است. مذهب آن هم مذهبی مانند اسلام بزرگ‌ترین رسالتش دادن یک جهان‌بینی بر اساس شناخت صحیح از نظام کلی موجود بر محور توحید و ساختن شخصیت روحی و اخلاقی بر اساس همان جهان‌بینی و پرورش افراد جامعه بر این اساس است که لازمه‌اش پایه‌گذاری فرهنگی نوین است که فرهنگ بشری است نه فرهنگ ملی. اینکه اسلام فرهنگی به جهان عرضه کرد که امروز به نام فرهنگ اسلامی شناخته می‌شود نه از آن جهت بود که هر مذهبی کما بیش با فرهنگ موجود مردم خود در می‌آمیزد و از آن متأثر می‌شود... بلکه از آن جهت بود که فرهنگ سازی در متن رسالت این مذهب قرار گرفته است. رسالت اسلام بر تخلیه انسان‌ها است از فرهنگ‌هایی که دارند و نباید داشته باشند و تخلیه آن‌ها به آنچه ندارند و باید داشته باشند و تثبیت آن‌ها در آنچه دارند و باید هم داشته باشند.» (مطهری، ۱۳۸۹: ۵۵)

همچنان که ملاحظه می‌شود استاد مطهری بعد از بحث درباره اینکه فرهنگ سازی در متن رسالت

دین اسلام است، سه حرکت و گام را برای ساختن یا به عبارت دیگر مهندسی فرهنگی اسلامی برمی‌شمارد؛ تخلیه، تحلیه و تثبیت فرهنگی. مطهری برای مهندسی فرهنگی مورد نظر خویش سه مرحله را در نظر می‌گیرد و هر کدام از این مراحل را هم با مفهوم خاصی بیان می‌کند. این مفاهیم عبارتند از: تخلیه فرهنگی، تحلیه فرهنگی و تثبیت فرهنگی. البته باید در نظر داشت که این سه مرحله در عالم واقع از یکدیگر جدا نیستند ولی در عالم نظر و به لحاظ نظری و تحلیلی می‌توان آن‌ها را جدا از هم در نظر آورده و به تبیین و موشکافی هر کدام از آن‌ها پرداخت. باید دید که هر کدام از این مراحل واجد چه معنایی بوده و دارای چه الزام‌هایی می‌باشند. با نگاهی به نوشته‌ها و کلیه فعالیت‌های فکری و فرهنگی استاد مطهری درمی‌یابیم که ایشان تلاش کرده‌اند در پروژه فعالیت فکری و فرهنگی خود همین برنامه پژوهشی را پیاده کنند.

بنابراین استاد مطهری در یک جامعه اسلامی، مهندسی فرهنگی را با سه حرکت تخلیه، تحلیه و تثبیت فرهنگی امکان‌پذیر می‌داند و اضلاع مثلث مهندسی فرهنگی در ساختار اندیشه ایشان دارای سه ضلع تخلیه، تحلیه و تثبیت فرهنگی می‌باشد. به عبارت دیگر از دیدگاه این متفکر بزرگ مقوله مهندسی فرهنگی در یک جامعه اسلامی با تخلیه برخی افکار و اندیشه‌ها از یک طرف، تحلیه مردم به برخی دیگر از افکار، احساسات و اندیشه‌ها از طرف دیگر و تثبیت این افکار و اندیشه‌ها و اعمال در آن‌ها از جانب سوم جامعه تحقق در می‌پوشد (مرامی: ۱۳۸۷).

۱-۲. فرهنگ از دیدگاه امام (ره)

فرهنگ از نظر امام خمینی (ره) آن چیزی است که فرد یا جامعه‌ای بر آن اساس تربیت شده است، فکر می‌کند و رفتار می‌نماید. در اندیشه امام (ره)، فرهنگ مرزهای مشخصی دارد. در این ارتباط می‌توان به گزاره‌هایی چون «پیشرفت مادی فرهنگ نیست.» و «صنعت، فرهنگ نیست.» اشاره نمود. ایشان می‌فرمایند: «... ما الان از فرهنگ و اکثر علوم، احتیاجی به خارج نداریم و اگر در صنعت هم مانند آن‌ها نیستیم، نباید خودمان را ببازیم و بگوییم که آن‌ها پیشرفته هستند و ما همه چیزمان باید خارجی باشد، نه مسئله این جور نیست...» (صحیفه امام جلد ۱۸، ص ۲۱۹)

ایشان در جلد ۱۲ صحیفه نور، ص ۶ می‌فرمایند: «... آن‌ها می‌خواهند ما وابسته باشیم و چیزهایی که به ما می‌دهند چیزهایی است که وابستگی می‌آورد. استقلال نمی‌خواهند داشته باشیم. استقلال فرهنگی نمی‌خواهند داشته باشیم. استقلال فکری نمی‌خواهند داشته باشیم. عمالی که آن‌ها تربیت کرده‌اند در بین خودشان، و صادر کردند برای ما، آن‌ها هم کمک کرده‌اند به آن‌ها. طرز فکر جامعه ما را به نحوی عوض کردند که اگر یک مطلبی غربی نباشد، جامعه ما نمی‌پذیرد این را ...» هم چنین ایشان در جای دیگری می‌فرمایند: «... لکن برای ساختن یک مملکتی که در طول باید گفت ۲۵۰۰ سال تا حالا، اگر بخواهیم کاری به آن نداشته باشیم در طول چند سالی که خود ما یعنی

من شاهدش بودم آن‌ها با تمام قوا در خراب کردن این مملکت کوشش کردند. در خراب کردن فرهنگ، خراب کردن تبلیغات و وسایل تبلیغی از قبیل روزنامه‌ها، مجلات، رادیو-تلویزیون و هر چیزی را که شما خیال کنید؛ چیزهایی را که باید برای این مملکت خدمت بکنند، آموزنده باشد، تربیت بکنند مملکت را...» (صحیفه امام (ره) جلد ۱۰: ۲۱)

امام (ره) هویت و موجودیت هر جامعه را فرهنگ آن جامعه می‌دانند. در این خصوص ایشان می‌فرمایند: «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 می‌دهد 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 جامعه‌ای وابسته و مرتزق از فرهنگ مخالف باشد، ناچار دیگر ابعاد آن جامعه به جانب مخالف گرایش پیدا می‌کند و بالاخره در آن مستهلک می‌شود و موجودیت هر جامعه از استقلال فرهنگ آن نشات می‌گیرد و ساده اندیشی است که گمان شود با وابستگی فرهنگی، استقلال در ابعاد دیگر یا یکی از آن‌ها امکان‌پذیر است. بی جهت و من باب اتفاق نیست که هدف اصلی استعمارگران که در رأس تمام اهداف آنان است، هجوم به فرهنگ جوامع زیر سلطه است.» (جلد ۱۵ ص ۱۶۰ پیام امام به مناسبت آغاز سال تحصیلی ۱۳۶۰/۶/۳۱)

همچنین در جای دیگری می‌فرمایند: «ما باید به استقلال فرهنگی برسیم که استقلال فرهنگی پایه و اساس کشوری آزاد و مستقل است.» (جلد ۱۷ ص ۳۵ پیام امام به مناسبت آغاز سال تحصیلی ۱۳۶۱-۱۳۶۲ مورخه ۱۳۶۱/۷/۱)

به جهت اهمیتی که نظام فرهنگی در نظام اجتماعی کل دارد اگر نظام فرهنگی به انحراف کشیده شود و همچنین اگر فرهنگ یک جامعه استقلال خود را از دست بدهد با گذشت زمان انحراف به بقیه افراد جامعه نیز سرایت می‌کند و افراد این انحراف را با آغوش باز می‌پذیرند.

امام (ره) درباره انحراف فرهنگ می‌فرمایند: «درباره فرهنگ هر چه گفته شود کم است و می‌دانید و می‌دانیم اگر انحرافی در فرهنگ یک کشور پیدا شود و همه ارگان‌ها و مقامات آن رژیم به صراط مستقیم انسانی و الهی پایبند باشند و به استقلال و آزادی ملت از قیود شیطانی عقیده داشته باشند و آن را تعقیب کنند و ملت نیز به تبعیت از اسلام و خواسته‌های ارزنده آن پایبند باشد، دیری نخواهد گذشت که انحراف فرهنگی بر همه غلبه کند و همه را خواهی نخواهی به انحراف کشاند و نسل آتیه را آنچنان کند که انحراف به صورت زیبا و مستقیم را راه نجات بداند و اسلام انحرافی را به جای اسلام حقیقی بپذیرد.» (جلد ۱۷ ص ۲۰۳ پیام امام به مناسبت چهارمین سالگرد پیروزی انقلاب اسلامی ۱۳۶۱/۱۱/۲۲)

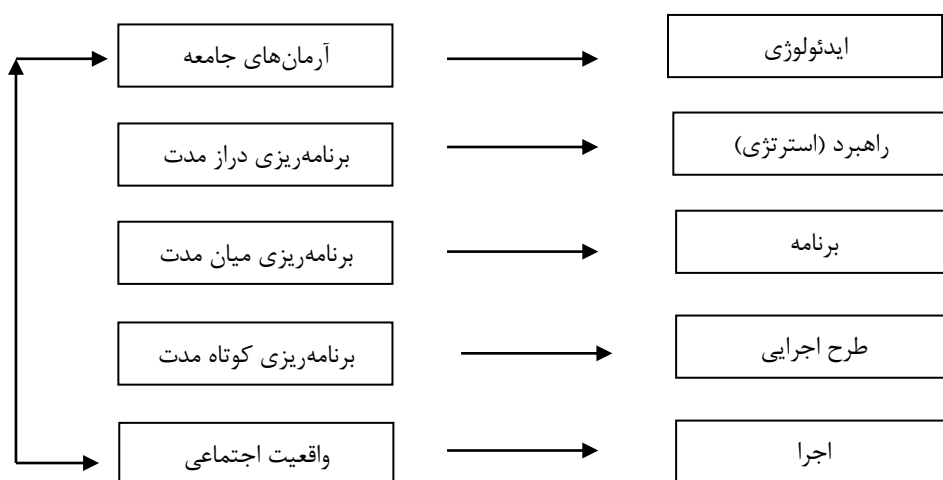
۲- سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی فرهنگی

سیاست در سطح کلان عبارت است از تدوین راه حل عملی برای دستیابی به هدفی ویژه (اشتریان، ۱۳۸۱: ۵۱) سیاست یا خط مشی در سطح خرد و سازمانی عبارت است از راهنمای انجام کار جهت نحوه تخصیص منابع و تجهیزات و نیز تعیین وظایف در سازمان به نحوی که مدیران اجرایی بتوانند استراتژی سازمان را به طور صحیح اجرا کنند. سیاست‌ها راهنمای عمل و اقدام هستند و بر چگونگی اجرای وظایف تعیین شده سازمان دلالت می‌کنند (ابراهیمی نژاد، ۱۳۷۹، ۱۵).

تیین مفهوم سیاست وابسته به درک رابطه آن با ارزش‌ها، اهداف و برنامه‌هاست و به همین خاطر لازم است (سلسله مراتب 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 انسان شناسی و جامعه‌شناسی اوست. هدف عبارت است از مقاصدی کلی و دقیق که برای تحقق ارزش‌ها تعیین می‌شوند و منطبق بر آن‌هایند. اهداف، ماهیتاً خردتر و متنوع‌تر از ارزش‌ها هستند. بنابراین مجموعه‌ای از اهداف در عرصه‌های گوناگون می‌توانند به ارزشی خاص رهنمون شوند. (سیاست) درجه‌ای خردتر از هدف قرار می‌گیرد. رابطه سیاست با هدف همچون رابطه هدف با ارزش، رابطه طولی است. بنابراین به منظور دستیابی به هدف خاص می‌باید مجموعه‌ای از سیاست‌ها تدوین شوند تا علی‌رغم اجرا در زمینه‌های مختلف قابلیت همگرایی و تمرکز در کسب هدفی خاص را داشته باشند (اشتریان، ۱۳۸۱: ۶۹ و ۷۰). تبدیل سیاست‌های کلان به سیاست‌های خردتر، در نهایت آن‌ها را به برنامه‌های اجرایی، عملیاتی و اقدام پذیر خواهد رساند که به صورتی کمی تنظیم شده و قابلیت ارزیابی دارند. در ارتباط با مقوله فرهنگ، سیاست‌گذاری فرهنگی عبارت است از تعیین خط مشی‌ها و راهبردهای کلان فرهنگی برای رسیدن به اهداف چهار گانه توسعه فرهنگی یعنی همکاری‌های فرهنگی، مشارکت فرهنگی، میراث فرهنگی و هویت فرهنگی که یونسکو نخستین بار با ارائه مفهوم توسعه فرهنگی آن را مطرح نمود (حسین لی، ۱۳۷۹: ۲). بر اساس برنامه دهه جهانی توسعه فرهنگی که از سوی نهاد علمی، آموزشی و فرهنگی ملل متحد (یونسکو) تدوین شده و مبنای برنامه‌های جهانی در قرن جدید قرار گرفته است، اهداف توسعه فرهنگی در همه کشورهای جهان عبارتند 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، تکنیک‌ها و ابزارهایی چون سیاست‌گذاری فرهنگی، برنامه‌ریزی فرهنگی، آموزش فرهنگی، پژوهش فرهنگی، اطلاع‌رسانی فرهنگی، اقتصاد فرهنگی و حقوق فرهنگی هستند (اجلالی، ۱۳۷۹، ص ۱۱).

از دیدگاه علم سیاست‌گذاری، سیاست فرهنگی مقوله‌ای است دارای اهمیت راهبردی (اشتریان،

۱۰، ۱۳۸۱). سازمان یونسکو در سند (مشکلات و چشم‌اندازها) کنفرانس جهانی سیاست‌گذاری فرهنگی (مکزیکوسیتی، ۱۹۸۲) بر این نکته تأکید دارد همان‌طور که دولت‌ها برای اقتصاد، علم، آموزش و پرورش و رفاه سیاست‌گذاری می‌کنند در مورد فرهنگ نیز باید سیاست‌هایی را طراحی نمایند (اجلالی، ۵۱، ۱۳۷۹). سیاست‌گذاری فرهنگی از نوع برنامه‌ریزی راهبردی است که از آرمان‌ها و ارزش‌های جامعه (ایدئولوژی) الهام می‌گیرد و دو نوع برنامه‌ریزی میان مدت (برنامه‌ها) و برنامه‌ریزی کوتاه مدت (طرح‌های اجرایی) را هدایت می‌کند (اجلالی، ۱۳۷۹: ۵۹). سیاست‌گذاری فرهنگی در تطابق با روش برنامه‌ریزی راهبردی معنا پیدا می‌کند.



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

بر اساس این رابطه می‌بایست در سیاست‌گذاری فرهنگی پیش‌زمینه‌هایی زیر را مورد توجه قرار داد:

- 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 یک جامعه که در شیوه زندگی، نظام‌های ارزشی، روابط اجتماعی و تولید فکری بروز می‌یابد).
- 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 صدا سیما)، محیط زیست 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 فرداست. 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).

از آنجا که سیاست‌گذاری فرهنگی بخشی از سیاست‌گذاری کلان ملی است، بنابراین همانند آن می‌تواند از دو سطح مکمل برخوردار باشد. سطح نخست یا کلان نگر که 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 خرد نگر 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 که تأکید آن لازم به نظر می‌رسد این است که در هر جامعه دو سطح از سیاست‌گذاری فرهنگی - کلان نگر و خرد نگر - لازم و ملزوم و در واقع مکمل یکدیگرند. یعنی سیاست‌گذاری کلان نگر، در سطح اسنادی چون سند چشم‌انداز بیست ساله کشور یا برنامه‌ریزی توسعه پنج ساله حتماً باید با سیاست‌گذاری خرد نگر، در سطح فعالیت‌های خاص حوزه فرهنگ در دوره‌های زمانی کوتاه‌تر (همراه و هم جهت) باشد تا قابلیت برنامه‌ریزی و اجرا بیابد و الا بسنده کردن به یک سطح و رها نمودن سطح مکمل آن موجب اختلال در فرایندهای تکمیلی چون برنامه‌ریزی فرهنگی، اجرا و نظارت و بازنگری خواهد شد. از مهم‌ترین زمینه‌های نظری مفهوم سیاست فرهنگی می‌توان به موارد زیر 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، تحول مفهومی فرهنگ: از حوزه نگرش‌ها، باورها و ارزش‌ها به حوزه محصولات فرهنگی و 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 و در کنفرانس مختلف یونسکو 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 نماید.
- 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 گردد.

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

۳- شکاف نسلی

مفهوم شکاف نسلی به چگونگی تداوم فرهنگی یک جامعه از نسلی به نسل دیگر مربوط می‌شود. اگر در فرآیند اجتماعی کردن کودکان، نوجوانان و جوانان، فرهنگ یک جامعه تا حد مطلوبی از نسلی به نسل دیگر منتقل شود و باز تولید فرهنگی به نحو احسن انجام پذیرد، میزان اشتراک فرهنگی دو نسل بالا می‌رود. 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 فرآیند اجتماعی کردن به علل داخلی و خارجی دچار مشکل شود و به طور ناقص انجام گیرد و فرهنگی جامعه در حد مطلوبی 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 تأثیرگذار هستند. در این میان وسایل ارتباط جمعی نقش بارزی دارند. در ذیل 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.

در همین ارتباط، یکی از نظریه پردازان امریکایی به نام "دیوید رایزمن"^۱ در کتاب خود به نام "انبوه 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 کرده است. وی 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 از طریق اشتراک سنت‌ها باز می‌یابد و همین باعث می‌شود که وحدت و هویت اقوام انسانی (نسل‌های انسانی) تأمین شود. سنت‌ها به عنوان راه‌ها و شیوه‌های عمل و میراث نیاکان، بعدی تقدس آمیز دارند و همین امر هر گونه شک و تردیدی در مورد آن‌ها را از بین می‌برد. در این دوره راه‌های آینده، همان راه‌هایی است که نیاکان جامعه ما 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 چهره به چهره است

¹ Raizman

(مهدی زاده، ۱۳۸۰: ۲۴).

"رایزمن" بر این باور است که تربیت فردی در مرحله نخست، از طریق حماسه‌ها، افسانه‌ها و اسطوره‌ها شکل می‌گیرد که به صورت شفاهی به فرد منتقل می‌شود و نقش این نوع تربیت هم‌زمان، هم سنت‌ها را متذکر می‌شود و هم نشان می‌دهند 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 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 به ویژه چاپ و مکتوبات که انگاره‌های فردی را رواج می‌دهند، انجام می‌گیرد. در حالی که اسطوره‌ها و حماسه‌ها با حلقه زدن بر گرد اجاق قبیله بازگو می‌شد و سینه به سینه از نسلی به نسل دیگر منتقل می‌شد. نسل از درون هدایت شده کتاب خود را در انزوا و در خلوت و یا در گوشه‌ای از اتاق خود می‌خواند (دادگران، ۱۳۸۴: ۸۶).

دوره سوم، دوره دگر راهبر است که دوران ظهور وسایل ارتباط جمعی است. در این دوره عده‌ای با استفاده از قدرت جادویی وسایل ارتباط جمعی، توده‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهند و الگوهای خاص فکری و اجتماعی خود را القا می‌کنند. به زعم "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)، آن 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 تکنولوژی‌های نوین ارتباطات و اطلاعات) دائماً افراد کلیشه‌ای و متحدالشکل توده را هدایت می‌کنند و به رفتار آن‌ها نظم می‌بخشند (دادگران، ۱۳۸۴: ۸۶ و ۸۷).

۴- فرهنگ دفاع مقدس

آنچه جنگ تحمیلی را از سایر جنگ‌ها متمایز کرده است، جنبه‌های فرهنگی و ارزش‌های حاکم بر آن بود. 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 به عنوان شکل دهنده نظام رفتاری افراد دارای بیشترین تأثیر در کنش‌های آن‌ها بوده 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 فرآیند جامعه‌پذیری آن‌ها را به‌دست 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 به مثابه پدیده‌های اجتماعی، نقش اساسی در شکل‌گیری، کنترل و پیش‌بینی کنش‌ها و گرایش‌های افراد جامعه داشته، 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: ۳۸).

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. این فرهنگ حاکم بر دفاع مقدس را شهید سید مرتضی آوینی اینگونه توصیف می‌نماید:

برخلاف جنگ‌های مرسوم تاریخ که تصرف و فتح سرزمین‌ها هدف اصلی است، فتح الفتوح امام (ره) فتح سرزمین‌ها و خاک نیست بلکه حضرت امام (ره) تجلی شورانگیز ایمان و سیطره ارزش‌های اسلامی در نهاد رزمندگان و جهادگران عرصه توحید را فتح الفتوح می‌نامد:

«مبارک باد بر بقیه‌الله - ارواحنا له الفداء - وجود چنین رزمندگان ارزشمند و مجاهدان فی سبیل‌الله که آبروی اسلام را حفظ و ملت ایران را رو سپید و مجاهدان راه خدا را سرافراز نمودید. ... اینجانب از دور دست 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 ابرقدرت‌ها و مزدوران آنان را از کشور خود بریدید و سخاوتمندانه در راه شرف و عزت اسلام جهاد کردید. یا لَیْتَنی کُنْتُ مَعَكُمْ فَأَفُوزَ فَوْزاً عَظِیماً.» (صحیفه نور - ۱۳۶۰/۸/۹)

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 این راستا 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.

از این رو و بر مبنای خواست امام (ره) امروزه و در زمان حاضر نیز فرهنگ دفاع مقدس می‌تواند به عنوان یک الگو در صحنه دیگری از بقای اجتماعی ایران معاصر مطرح باشد. مشروط به آنکه آن

ارزش‌ها و فرهنگ در جامعه دچار تغییر نشده باشد. این سطوح ارزشی چه بوده که عامل تحول روحی در ملت بوده تا جایی که توانسته طی هشت سال جنگ در مملکت، فضا را عوض کند و صبر و استقامت و انسجام و وحدت و یکپارچگی و مقاومت کم نظیر ملی را در برابر بیگانگان رقم بزند. تحول روحی که در قرون گذشته نظیر آن دیده نشده است و "گنجی" که نه تنها به راحتی به دست نیامده، که بهای سنگینی از منابع عظیم انسانی و مادی این ملت در پای آن ریخته شده است. با این وجود پس از پایان جنگ این فرهنگ در چنبره مصرف‌گرایی و روزمرگی به مرور به انزوا رفت. در این راستا حضرت امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی) می‌فرمایند 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، به گونه‌ای که «ما یک هزارم آنچه را که درباره این جنگ می‌باید تبیین و موشکافی کرد، هنوز بیان نکرده‌ایم.» (مقام معظم رهبری؛ در دیدار مدیران و هنرمندان دفاع مقدس ۱۳۷۹ / ۷/۶)

روش‌شناسی تحقیق

روش گردآوری اطلاعات با توجه به ماهیت مطالعه حاضر به صورت میدانی بوده است. بر این 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 فرضیات تحقیق، اطلاعات مورد نیاز برای آزمون فرضیات 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 که ۵۰ نفر به روش تصادفی انتخاب شدند و اطلاعات مورد نیاز جمع‌آوری شد.

در ابتدا گزینه‌های هر سؤال را که به صورت طیف لیکرت هستند امتیازبندی می‌کنیم. بدین صورت که خیلی کم (۱)، کم (۲)، متوسط (۳)، زیاد (۴) و خیلی زیاد (۵) در محیط SPSS کدگذاری می‌شود. سپس گویه‌های مربوط به هر یک از عامل‌ها محاسبه^۱ شده است. در ادامه برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون رگرسیون استفاده شده است.

محاسبه روایی و پایایی پرسشنامه

به منظور ارتقا روایی پرسش‌نامه این تحقیق، از نظریات علمی صاحب‌نظران و کارشناسان نظامی استفاده شده است. همچنین به منظور بررسی میزان پایایی پرسش‌نامه از ضریب الفای کرونباخ استفاده و ضریب پایایی برای پرسش‌نامه ۰/۷۳۱ است. نتایج به دست آمده بیانگر آن است که ضریب پایایی معنادار و در سطح مناسبی قرار دارد.

¹ compute

تعداد سؤالات	آلفای کرونباخ
۳۲	۰/۷۳۱

متغیرهای تحقیق

با واکاوی منابع نظری ۵ عامل تولیدات آموزشی (آموزش و پرورش و آموزش عالی و حوزه‌های علمیه و...)، تولیدات نمادین، تولیدات شنیداری، دیداری و ارتباطی، تولیدات نوشتاری، تولیدات مناسک مذهبی به عنوان متغیر مستقل و نسل‌های آینده به عنوان متغیر وابسته انتخاب کرده‌ایم.

نتایج و یافته‌های تحقیق

۱- یافته‌های توصیفی

در جدول (۱) به تشریح آمار توصیفی افراد پاسخ دهنده به پرسشنامه در جامعه آماری پرداخته می‌شود:

انحراف معیار	میانگین	رتبه					گویه	شاخص
		خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد		
۱/۳۲۱	۲/۴۹	۲۸	۳۱	۱۵	۱۶	۱۰	انتقال علوم و معارف دفاع مقدس به برنامه‌های آموزشی و تربیتی مهد کودکها	تولیدات فرهنگی در زمینه دفاع مقدس (آموزش و پرورش و آموزش عالی و حوزه علمیه و...) تولیدات آموزشی
۰/۸۵۷	۳/۳۵	۰	۱۵	۴۵	۳۰	۱۰	ارائه درس آمادگی دفاعی برای دانش‌آموزان مقطع متوسطه	
۱/۰۷۲	۳/۳۹	۳	۲۰	۲۸	۳۳	۱۶	انتقال علوم و معارف دفاع مقدس به دروس مدارس (عمومی و متوسطه)	
۰/۹۳۶	۳/۵۵	۰	۱۵	۳۱	۳۸	۱۶	انتقال علوم و معارف دفاع مقدس به رشته‌های دانشگاهی (کارشناسی)	
۱/۱۷۲	۳/۶	۰	۲۶	۱۸	۲۶	۳۰	انتقال علوم و معارف دفاع مقدس به رشته‌های دانشگاهی (کارشناسی ارشد)	
۱/۲۶۳	۳/۱۷	۱۶	۱۰	۲۹	۳۱	۱۴	انتقال علوم و معارف دفاع مقدس به رشته‌های دانشگاهی (دکتری)	
۱/۳۳۳	۲/۸۶	۱۰	۴۵	۱۵	۹	۲۱	ارائه درس آشنایی با دفاع مقدس برای دانشجویان مقاطع مختلف دانشگاهی	
۱/۵۴۵	۳/۱۲	۲۲	۲۰	۹	۲۲	۲۷	ایجاد مراکز 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 حوزه دفاع مقدس	

۱/۲۲۳	۳/۱۷	۹	۲۷	۱۵	۳۶	۱۳	استقرار تمثال قهرمانان ملی دفاع مقدس در میادین شهر	تولید محصولات نمادین
۱/۲۶۵	۳/۳۴	۷	۲۵	۱۷	۲۹	۲۲	یادمان‌های عملیات‌های دفاع مقدس	
۱/۴۷۹	۳/۲۹	۱۹	۱۰	۲۵	۱۵	۳۱	نقاشی‌های 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 جانپازان 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	پرده‌خوانی و نقالی	
۱/۳۹۱	۳/۳۲	۹	۳۰	۹	۲۴	۲۸	ویلاگ و سایت	
۱/۲۳	۲/۹۸	۹	۳۷	۱۳	۲۹	۱۲	خدمات خطوط ارتباط تلفن همراه (همراه اول، ایرانسل و...)	تولید محصولات نوشتاری
۰/۹۰۲	۳/۱۲	۰	۲۸	۳۹	۲۶	۷	کتب داستانی و رمان	
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	کتب دانشگاهی با رویکرد دفاع مقدس	
۱/۳۹۷	۳/۹۲	۹	۱۰	۱۷	۸	۵۶	تدوین تاریخ شفاهی دفاع مقدس	
۱/۰۴۴	۴/۰۲	۴	۳	۲۰	۳۳	۴۰	در دسترس گذاشتن اسناد دفاع مقدس	
۱/۳۴۷	۲/۹۴	۱۸	۲۴	۱۹	۲۴	۱۵	کتب مدارس (عمومی و متوسطه) با رویکرد دفاع مقدس	
۱/۲۹۸	۳/۶۴	۱۵	۱	۱۵	۴۳	۲۶	برگزاری مراسم عزاداری برای شهدا و عملیات‌های عاشورا گونه	
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 منطقه‌ای (استان، شهرستان، شهر و روستا)	مسئک سازی

۲. یافته‌های استنباطی

اساس مطالعات صورت گرفته در این تحقیق بر مبنای این فرضیه که راهبرد حفظ و انتقال علوم و معارف دوران دفاع مقدس سیاست‌گذاری فرهنگی در راستای تولیدات فرهنگی در زمینه دفاع

مقدس است. این راهبردها عبارتند از: سیاست‌گذاری فرهنگی در قالب ۵ راهبرد تولیدات آموزشی (آموزش و پرورش و آموزش عالی)، تولیدات نمادین، تولیدات شنیداری، دیداری و ارتباطی، تولیدات نوشتاری، تولیدات مناسک مذهبی که در این میان به نظر می‌رسد تولیدات شنیداری، دیداری و ارتباطی تأثیر بیشتری دارد.

از این رو برای ارزیابی فرضیه تحقیق، تأثیر مجموع متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته از آزمون رگرسیون چندگانه به شیوه Enter استفاده شده است. به این منظور کلیه متغیرهای وابسته هم‌زمان وارد تحلیل شده 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 این تحقیق به جهت ارزیابی رابطه یک متغیر وابسته با چند متغیر مستقل از رگرسیون چندگانه استفاده می‌شود. در صورتی که رابطه بین متغیرها معنی‌دار باشد، می‌توان سهم تأثیرگذاری متغیرهای وابسته را از متغیر مستقل مشخص کرد.

۲-۱. 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 راهبردهایی حفظ و انتقال علوم و معارف دوران دفاع مقدس به نسل‌های آینده (متغیر وابسته) متأثر از ۵ عامل تولیدات آموزشی (آموزش و پرورش و آموزش عالی)، تولیدات نمادین، تولیدات شنیداری، دیداری و ارتباطی، تولیدات نوشتاری، 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 می‌نماید.

جدول ۲. نتایج آزمون رگرسیون چندگانه

ضریب تعدیل شده R^2	R^2	ضریب همبستگی	
۰/۸۱۰	۰/۸۲۰	۹۰۵a	

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، 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 دهنده در سطح احتمال ۹۹ درصد فرض H 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 ۵ راهبرد تولیدات آموزشی (آموزش و پرورش و آموزش عالی)، تولیدات نمادین، تولیدات شنیداری، دیداری و ارتباطی، تولیدات نوشتاری، 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 ارتباطی	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

تجزیه تحلیل و نتیجه‌گیری

نتایج آزمون‌های آماری و میدانی نشان می‌دهد که تولید محصولات شنیداری، دیداری و ارتباطی بیشترین تأثیر را 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 استراتژیک داشته است. اهمیت سینما تا آنجا است که بسیاری از سیاست‌های آمریکا از طریق هالیوود برای جهانیان زمینه‌سازی می‌شود. با نگاه به نتایج تحقیق مشخص می‌شود که پس از سینما، سریال‌های تلویزیونی به عنوان 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 نشان دهنده 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 نشان دهنده رویکرد علم‌گرایانه پاسخ‌دهندگان به موضوع حفظ و انتقال علوم و معارف دفاع مقدس برای نسل‌های آینده است. با این حال با مشخص کردن میانگین کل معیارهای مشخص شده برای راهبردهای حفظ و انتقال فرهنگ دفاع مقدس به نسل‌های آینده ۲۰ عامل برتر را مشخص شده است. ماهیت این عوامل نشان می‌دهد که ترکیبی از راهبردهای فرض شده در این

مقاله از سوی پاسخ‌دهندگان مورد تأکید قرار گرفته شده است. از این رو فرضیه مقاله به اثبات می‌رسد. همچنین اثبات فرضیه مبتنی بر نظریه دیوید رایزن است. وی در این نظریه معتقد است که سیر تحول فرهنگ در جوامع و دگرگونی‌های آن‌ها را ناشی از تحول ارتباطات و وسایل ارتباطی می‌داند. وی سیر زندگی بشر را به سه دوره تقسیم‌بندی کرده است. وی در این دوره‌ها، به نقش رسانه‌ها در تغییر سنت‌های فرهنگی و ایجاد شکاف نسلی اشاره کرده است.

معیارها و عوامل بالاتر از میانگین کل

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 (استان، شهرستان، شهر و روستا)	۳/۹
۷	مجلات علمی - پژوهشی دفاع مقدس	۳/۶۶
۸	کتاب‌های دانشگاهی 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 دانشگاه‌هایی (کارشناسی 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	ارائه درس آمادگی دفاعی برای دانش‌آموزان مقطع متوسطه	۳/۳۵
۱۷	انتقال علوم و معارف دفاع مقدس به رشته‌های دانشگاه‌هایی (کارشناسی)	۳/۳۵
۱۸	یادمان‌های عملیات‌های دفاع مقدس	۳/۳۴
۱۹	تربیت استاد در حوزه دفاع مقدس	۳/۳۲

۳/۳۲	وبلاگ و سایت	۲۰
۳/۲۹	نقاشی‌های دیواری مربوط به دفاع مقدس	۲۱
۳/۱۷	انتقال علوم و معارف دفاع مقدس به رشته‌های دانشگاه‌هایی (دکتری)	۲۲
۳/۱۷	استقرار تمثال قهرمانان ملی دفاع مقدس در میداين شهر	۲۳
۳/۱۷	برنامه‌های رادیویی	۲۴
۳/۱۲	ایجاد مراکز مطالعات تخصصی دفاع مقدس	۲۵
۳/۱۲	کتب داستانی و رمان	۲۶
۲/۹۸	خدمات خطوط ارتباط تلفن همراه (همراه اول، ایرانسل و...)	۲۷
۲/۹۴	کتب مدارس (عمومی و متوسطه) با رویکرد دفاع مقدس	۲۸
۲/۸۶	ارائه درس آشنایی با دفاع مقدس برای دانشجویان مقاطع مختلف دانشگاهی	۲۹
۲/۸۲	پرده خوانی و نقالی	۳۰
۲/۴۹	انتقال علوم و معارف دفاع مقدس به برنامه‌های آموزشی و تربیتی مهد کودک‌ها	۳۱
۲/۱۹	تربیت پژوهشگر در حوزه دفاع مقدس	۳۲
۳/۳	میانگین کل	۳۳

منابع

- ۱- دادگران، سید محمد (۱۳۸۴)، مبانی ارتباط جمعی، تهران، نشر مروارید و فیروزه، چاپ هشتم.
- ۲- مهدی زاده، سید محمد (۱۳۸۰)، نظریه‌های ارتباطات جمعی، تهران، جزوه درسی (پلی کیپی) دانشکده علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی.
- ۳- رابرتسون، یان (۱۳۷۴)، درآمدی بر جامعه (با تأکید بر نظریه‌های کارکرد گرایی، ستیز و کنش متقابل نمادی)، حسین بهروان، چاپ دوم، مشهد، نشر آستان قدس رضوی.
- ۴- پناهی، محمد حسین (۱۳۸۳)، «شکاف نسلی موجود در ایران و اثر تحصیلات بر آن»، فصلنامه علوم اجتماعی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی، شماره ۱۷.
- ۵- بهادری، افسانه (۱۳۷۶) درآمدی بر سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی فرهنگی، تهران، مرکز پژوهش‌های بنیادی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- ۶- پهلوان، چنگیز (۱۳۸۲)، فرهنگ‌شناسی، تهران، نشر قطره.
- ۷- اشتریان، کیومرث (۱۳۸۱)، روش سیاست‌گذاری فرهنگی، تهران، نشر کتاب آشنا.
- ۸- اجلالی، پرویز (۱۳۷۹)، سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی فرهنگی در ایران، تهران، نشر آن.

- ۹- حسین‌لی، رسول (۱۳۷۹)، مبانی و اصول سیاست فرهنگی در جمهوری اسلامی ایران (مجموعه مقالات)، تهران، نشر آن.
- ۱۰- ابراهیمی‌نژاد، مهدی (۱۳۷۹)، مدیریت استراتژیک در بازرگانی و صنایع، تهران، سمت.
- ۱۱- مشبکی، اصغر، علی‌اصغر پورعزت (۱۳۸۱) مدیریت فرهنگ جامعه، نشریه سخن سمت، شماره ۸.
- ۱۲- محسنی، منوچهر (۱۳۷۹)، بررسی آگاهی‌ها، نگرش‌ها و رفتارهای اجتماعی - فرهنگی در ایران، تهران، دبیرخانه شورای فرهنگ عمومی کشور.
- ۱۳- یوسفی، نریمان (۱۳۸۳)، شکاف بین نسل‌ها، تهران، پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی.
- ۱۴- مقام معظم رهبری، در دیدار مدیران و هنرمندان دفاع مقدس ۱۳۷۹ / ۷/۶.
- ۱۵- مرامی، علیرضا (۱۳۸۷)، مهندسی فرهنگی از دیدگاه استاد مطهری و کاربری آن در دانشگاه‌ها، سایت بسیج دانشجویی دانشگاه صنعتی امیرکبیر.
- ۱۶- مطهری، مرتضی (۱۳۹۱)، شرح مبسوط منظومه، صدا.
- ۱۷- مطهری، مرتضی (۱۳۹۱)، مقدمه‌ای بر جهان‌بینی اسلامی: انسان و ایمان، صدا.
- ۱۸- مطهری، مرتضی (۱۳۸۹)، مقدمه‌ای بر جهان‌بینی اسلامی: جامعه و تاریخ، صدا.

The Strategy of Cultural Policymaking on Sciences and Teaching of the Holy Defense in Order to Preserve and Transfer them to the Next Generation

H. Morad Piri

Abstract

The eight – Year Period of the Holy Defense, as stated by the Supreme Leader, is the “pinnacle of the pride Iranian people can take”. So can it be concluded that the culture of sacrifice and martyrdom along with the values of the holy defense ought to be taken into account in the economic, social, and cultural programs in the country in order that these may be preserved and transferred to the next generation. Having this in mind, the author seeks to answer the question of “What strategies can be effective in preserving and transferring the teaching and sciences of the holy defense to the next generation ”?

The results of the research, as they are based on field studies, indicate that cultural policymaking on manufacturing five kinds of products- namely, educational products, symbolic products, audio/visual and communicational products, religious rituals products- can be effective in preserving and transferring the teachings and science of the Holy defense to the next generation, among which the audio/ visual and communicational products are most effective and symbolic products are least so.

Keywords: Holy Defense; Culture; Cultural Policy-Making; Preservation and Transference; Generation Gap