

مطالعه اثربخشی مستند روایت‌فتح بر التزام دینی مخاطبان نوجوان*

عبداله حمیدزاده^۱، احمد الستی^۲، ایمان زکریایی کرمانی^۳،
فاطمه احمدی^۴

چکیده

ویژگی رسانه‌های تصویری، مبلغان دینی را بر آن داشته تا از این عامل ارتباطی در رساندن پیام و متأثر نمودن مخاطبان به نحو مطلوب استفاده نمایند. افراد مختلف جامعه، اعم از بزرگسال، نوجوان و کودک، در معرض تأثیرات تلویزیون قرار دارند و فیلم‌های مستند به‌عنوان گونه‌ای از فیلم می‌توانند بر ذهن و رفتار مخاطبان تأثیر گذار باشند. این مقاله با هدف بررسی اثر گذاری مستند روایت فتح بر التزام دینی مخاطبان صورت پذیرفته است و مذهب به عنوان پیام و رسانه به‌منزله حامل و ناقل پیام به سوی مخاطب در نظر گرفته شده است. در این راستا برای گردآوری داده‌ها، از پرسشنامه ساخته شده توسط محقق استفاده شده است. جامعه آماری مورد نظر شامل کلیه دانش‌آموزان دختر دوم دبیرستان‌های غیرانتفاعی و با استفاده از فرمول کوکران به‌عنوان حجم نمونه به‌صورت نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شده است. نتایج حاصل نشان داد که مستند روایت فتح بر التزام دینی مخاطبان مؤثر است.

واژه‌های کلیدی

رسانه، فیلم مستند، روایت فتح، التزام دینی، مخاطبان نوجوان

این مقاله مستخرج از رساله دکتری نویسنده اول با عنوان «تبیین روایت‌شناسی مستندهای جنگی روایت‌فتح» به راهنمایی دکتر احمد الستی و دکتر ایمان زکریایی کرمانی در دانشگاه هنر اصفهان در حال انجام است.

fr.hamidzdh@gmail.com

a.alasti@yahoo.com

i.zakariaee@gmail.com

rx.ahmadi@yahoo.com

۱. دانشجوی دکتری پژوهش هنر دانشگاه هنر اصفهان

۲. دکترای زیبایی‌شناسی سینما، استادیار دانشگاه تهران

۳. دکترای پژوهش هنر، استادیار دانشگاه هنر اصفهان

۴. دانشجوی دکتری زیبایی‌شناسی نمایش دانشگاه لایپزیک آلمان

۱. مقدمه و بیان مسئله

به دلیل اهمیت بیش از حد رسانه‌ها در تحقیقات دین پژوهی و تأثیرات مثبت یا منفی آنها بر این حوزه، نزدیک دو دهه است که حوزه مطالعات جدیدی به وجود آمده است و سه موضوع رسانه، دین و فرهنگ را تواما مورد بررسی قرار می‌دهد. یکی از تأثیرات منفی رسانه‌ها، زوال ساختارهای دینی در کشورهای غربی است و متأثر از فرایندی، که بر فردگرایی و خود مختاری فردی تأکید دارد. امروزه کشورهای اسلامی با همان شدت کشورهای غربی، زیر فشار تأثیرات رسانه‌ای هستند و همین موضوع باعث شده که رسانه‌ها، الگوها و هنجارهای مرسوم و معمول جامعه را نیز دچار مخاطره قرار دهند. حال باید دید آیا می‌توان در عرصه رسانه، اخلاق و ارزش‌های دینی را رعایت کرد و صادقانه به نشر و تبلیغ دین پرداخت.

جدا از فضای عمومی رسانه‌ای در کشورهای اسلامی، رسانه‌های ایران کاملاً متفاوت از دیگر کشورها عمل می‌کنند. رسانه ملی در ایران تلاش می‌کند به کارکردهای مورد انتظار رسانه‌های مدرن در چارچوب فضایل اخلاقی و توصیه‌های دینی دست یابد (خجسته، ۱۳۸۲، به نقل از زین‌العابدینی، ۱۳۹۲: ۴۷). انقلاب اسلامی ایران در یک وجهه مذهبی به پیروزی رسید. در پی این دگرگونی نهادهای سیاسی، فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و حتی جمعیتی از این ایدئولوژی تأثیر پذیرفتند، اما جامعه ایرانی، نوسانات، حوادث، جنگ و تحولات مهمی را پس از انقلاب به خود دیده است در این میان بهترین و گویاترین سندها، به‌خصوص در ثبت پدیده‌ای اجتماعی مثل جنگ، فیلم‌های مستند می‌باشند. گریسون^۱ (به نقل از هیوارد^۲، ۱۳۹۳: ۲۹۲) معتقد بود که فیلم مستند باید ابزاری برای اطلاع‌رسانی آموزش و تبلیغ و تهییج باشد. از طرفی بیل نیکولز^۳ تعریف مستند را ساده‌تر از «عشق» یا «فرهنگ» نمی‌داند. چرا که همیشه نسبی یا مقایسه‌ای است. وی با تردید از مستند در جایگاه غیرداستانی معناکاو می‌کند؛ اما در تعریفی ساده بیان می‌کند که مستندها به‌وضوح و صادقانه به

۱. Gerisen یکی از نظریه‌پردازان فیلم مستند در دهه ۱۹۲۰ انگلستان

2. Hivard

3. Nichols, Bill

امر واقع دست می‌یابند که از جذابیت کلی آن است (نیکولز، ۲۰۱۰: ۱۵-۱۸). از این رو متخصصان علوم اجتماعی و متدولوژیست‌ها، نیز آثار مستند را یکی از مهمترین اسناد برای مطالعه پدیده‌های اجتماعی و به خصوص پدیده پیچیده‌ای مثل جنگ بشمار می‌آورند.

رسانه ملی در ایران تلاش می‌کند به کارکردهای مورد انتظار رسانه‌های مدرن در چهار چوب فضایل اخلاقی و توصیه‌های دینی دست یابند (میرعابدینی، ۱۳۸۲: ۱۴۳-۱۵۶). در این میان بهترین و گویاترین سندها، برای آشناسازی نسل جوان خصوصا در ثبت پدیده‌ایی اجتماعی مثل جنگ، فیلم‌های مستند می‌باشند. البته درک مخاطب در سینمای مستند از اهمیتی خاص برخوردار است، از این رو متخصصان علوم اجتماعی و متدولوژیست‌ها، نیز آثار مستند را یکی از مهمترین اسناد برای مطالعه پدیده‌های اجتماعی و خصوصا پدیده پیچیده‌ای مثل جنگ بشمار می‌آورند.

در کشور ما دین جزو ارکان اصلی است و جامعه از طریق هنجارها و ارزش‌های موجود آن تأثیرپذیر می‌باشد، اما نسل جوان با نوعی دوگانگی در ابعاد مختلف زندگی برخورد می‌کنند که ناشی از بحران‌های سیاسی، اقتصادی و جنگ است. از طرفی با توجه به وسعت و تنوع رسانه‌های تأثیرگذار، سنجش دینداری و پژوهش‌های انجام شده در حوزه دین ضروری و اهمیت می‌یابد، تا درصد شکل‌گیری نظام ارزشی، تأثیرپذیری، ماندگاری، تغییر یا سستی در ارزش‌های دینی افراد به‌ویژه جوانان مشخص شود. با توجه به پخش مستندهای روایت فتح از رسانه ملی، به‌رغم فاصله زمانی و مکانی رخدادهای آن برای مخاطبان جوان، همچنین پارادکس موجود بین جنسیت مخاطب (دختران) و موضوعیت مستند (جنگ)، مسأله اصلی این پژوهش میزان تأثیر مستندهای جنگی بر التزام دینی مخاطبان جوان خواهد بود. و در ذیل آن انتقال پیام، چالش و انگیزه لازم برای هدایت یا تغییر نگرش ایجاد خواهد کرد؟

۱-۱. هدف و سؤال تحقیق

هدف این مقاله بررسی تأثیر مثبت مستندهای جنگی روایت فتح بر التزام دینی مخاطبان است. همچنین آشکارسازی این پرسش که آیا مستندسازان دفاع مقدس از

طریق این رسانه ارتباطی توانسته‌اند در ارائه پیام و تبیین مفاهیم با مخاطبان ارتباط برقرار کرده و آنها را متأثر سازند؟ و در نهایت آیا مستندها توانسته است که بر رفتار دینی مخاطبان تاثیرگذار باشند؟ این حوزه مطالعاتی به‌طور عمده به روابط بین دین، رسانه‌ها و فرهنگ در یک شبکه به هم پیوسته توجه دارد. بنابراین، مذهب به‌عنوان پیام و رسانه به‌منزله حامل و ناقل پیام به سوی مخاطب در نظر گرفته می‌شود.

۱-۲. پیشینه پژوهش

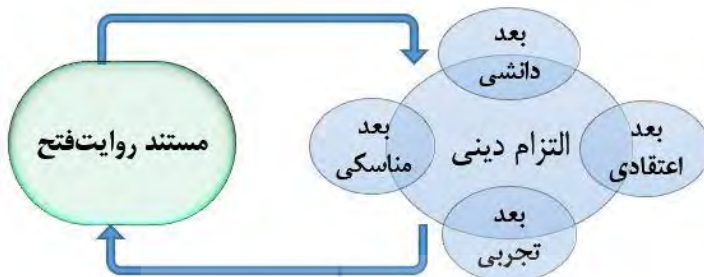
ذات‌اصغر (۱۳۸۶) در پژوهش خود با عنوان «بررسی زیباشناسی شکل در فیلم‌های مستند جنگی ایران با تأکید بر مجموعه مستند روایت‌فتح» بیشتر از زاویه شکل‌شناسی و زیباشناسی به این مسأله پرداخته است. ناصری‌منش (۱۳۸۶) در پژوهشی با‌عنوان «بررسی فیلم‌های سینمای جنگی ایرانی و بازتاب فرهنگی و ارزشی آن»، گرانی و هزینه بر بودن تولید فیلم‌های جنگی، کم‌رغبتی دولت به حمایت از ساخت آثار جنگی، ضعف در آثار سینمای دفاع مقدس، قربانی شدن مفهوم دفاع مقدس در تنش‌های سیاسی و تماشاگرزدایی سینمای دفاع مقدس را مطرح می‌کند. از طرف دیگر آشتیانی‌پور (۱۳۸۲) پژوهشی با‌عنوان «روایت‌فتح و قابلیت‌های مستندسازی دفاع مقدس در تلویزیون بین سال‌های ۱۳۶۸-۱۳۵۹» از منظر مخاطب‌شناسی مجموعه روایت فتح انجام داده است و از دیدگاه تأثیرگذاری ذهنی و ارتباطی بر مخاطب به این مجموعه نگریسته است. همچنین می‌توان اشاره کرد به مجموعه پژوهش‌هایی که با‌عنوان «جامعه‌شناسی سینمای جنگ و دفاع مقدس» توسط معدنی (۱۳۹۱) انجام شده است. وی در بخش نخست به سینمای جنگ پرداخته و در بخش دوم نیز فیلم‌های مستند جنگی را معرفی می‌کند و در آخر مجموعه مقالاتی که به کوشش نامورمطلق و کنگرانی (۱۳۹۵) با‌عنوان «نشانه‌شناسی فیلم‌های مستند دفاع مقدس» نیز صورت گرفته، مجموعه سینمای دفاع مقدس را پیکره مناسب برای مطالعات بین‌رشته‌ای با رویکردهای نشانه‌شناسی فرهنگی، ترامنتیت، تحلیل‌گفتمان و مطالعه تأثیر روایت (نقلی - محاکاتی) اذعان کرده است. در این کتاب روایت فتح از منظر نشانه‌شناسی مطالعه و بررسی شده است.

۳-۱. فرضیات پژوهش

به نظر می‌رسد ساختارمستند روایت‌فتح بر ابعاد التزام دینی مخاطبان مؤثر است.

۴-۱. مدل مفهومی پژوهش

مدل کلی برای انجام تحقیق مورد نظر در شکل ۱ آمده است:



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

۵-۱. روش پژوهش

این پژوهش، از لحاظ هدف کاربردی است و از نظر روش از نوع تحقیقات زمینه‌یابی است. از نظر کنترل شرایط پژوهش یک مطالعه پیمایشی^۱ و از نظر زمانی یک مطالعه مقطعی^۲ است که گردآوری داده‌ها به روش مصاحبه و با پرسشنامه انجام شده است.

۱-۵-۱. جامعه آماری، حجم نمونه، روش نمونه‌گیری

در هر پژوهش جامعه آماری تحقیق بنا بر ضرورت موضوع و مسأله تحقیق مشخص می‌شود،

جامعه آماری در این تحقیق شامل کلیه دانش‌آموزان دختر دوم دبیرستان‌های غیرانتفاعی منطقه یک تهران می‌باشد که جمعا ۱۰۸۸ نفر می‌باشد و از این تعداد ۳۸۲ نفر با استفاده از فرمول کوکران^۳ به‌عنوان حجم نمونه و به‌صورت نمونه‌گیری تصادفی

1. Survey
2. Cross Sectional
3. Cochran Charle

ساده انتخاب شده‌اند. در این پژوهش برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه ساخته شده توسط محقق استفاده شد.

۱-۵-۲. ابزار گردآوری اطلاعات

در این پژوهش با استفاده از دو روش کتابخانه‌ای و میدانی داده‌ها و اطلاعات مورد نیاز جمع‌آوری گردیده است. برای گردآوری داده‌های میدانی از پرسشنامه ساخته محقق استفاده می‌شود. این پرسشنامه مشتمل بر ۷۰ سؤال بود که در نهایت ۲۳ سؤال بدست آمد. بنابراین، پرسشنامه نهایی شامل ۲۳ عبارت است که ۴ بعد (زیر مقیاس) دینداری را به شرح زیر می‌سنجد:

جدول ۱. الگوی دینداری گلاک و استارک

مقیاس ثانویه	مقیاس اولیه	ابعاد عمومی التزام دینی
شاخص برگزیدگی	شاخص راست‌کیشی ^۱	اعتقادی - باور (ایدئولوژیکی)
شاخص اخلاق‌گرایی		
شاخص مشارکتی شاخص ارتباطی شاخص معاشرتی	شاخص مناسکی (آداب و رسوم عمومیت یافته)	عمل - مناسک (نمود بیرونی)
	شاخص عبادی (اعمال غیررسمی فردی - دعا)	
	شاخص تجربه دینی (تجربه، عواطف کاملاً قلبی)	تجربه (نمود درونی)
	شاخص دانش دینی (اطلاعات اساسی در اصول عقاید دین و متون دینی)	پیامدی (ریشه در باور، عمل، تجربه و دانش دینی)

کلیه عبارات پرسشنامه که انتظار می‌رود پیروان هر دین آنها را به جا آورند (مانند: آیا نماز می‌خوانید؟ یا هر چند وقت یک بار برای ادای نماز جماعت به مسجد می‌روید؟). در طول پیوستار پنج درجه‌ای لیکرت از کاملاً مخالف تا کاملاً موافق ارزش‌گذاری شده‌اند. برای تعیین روایی پرسشنامه مورد استفاده در این پژوهش ابتدا یک پرسشنامه

مقدماتی تهیه شد و پس از رؤیت کارشناسان با استفاده از ضریب توافق روایی پرسشنامه نهایی به دست آمد. همچنین به‌منظور اعتبار آن از آلفای کرونباخ استفاده می‌شود که میزان آلفا ۸۶ درصد به دست آمد.

۲. ادبیات نظری

آرایش همه عناصر بصری درون قاب تصویر، اساس ارتباط دیداری است (وارد، ۱۳۹۷: ۸). از این‌رو، افراد مختلف جامعه، اعم از بزرگسال، نوجوان و کودک، در معرض تأثیرات تلویزیون قرار دارند و فیلم‌های مستند به‌عنوان گونه‌ای از فیلم می‌توانند بر ذهن و رفتار مخاطبان تأثیرگذار باشند. این مقاله با هدف بررسی اثرگذاری مستند روایت فتح بر التزام دینی مخاطبان صورت پذیرفته است و مذهب به عنوان پیام و رسانه به منزله حامل و ناقل پیام به سوی مخاطب در نظر گرفته شده است. این پژوهش الگوی دینداری گلاک و استارک را شاخص قرار داده و برای گردآوری داده‌ها، از پرسشنامه ساخته شده توسط محقق استفاده کرده است. جامعه آماری مورد نظر شامل همه دانش‌آموزان دختر دوم دبیرستان‌های غیرانتفاعی و با استفاده از فرمول کوکران برای حجم نمونه به‌صورت نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شده است. یافته‌ها و نتایج حاصل نشان می‌دهد که مستند روایت فتح بر التزام دینی مخاطبان مؤثر است.

بوتول^۱ معتقد است: «جنگ احتمالاً نیرومندترین و مؤثرترین شکل تماس تمدن‌هاست... [که] از تمام شکل‌های تحول حیات اجتماعی مهمتر است، جنگ نوعی تحول شتابان است.» سپس نخستین مانع مطالعات علمی جنگ‌ها را بداهت کاذب جنگ، ناشی از عادی بودن این پدیده در جوامع می‌داند که به‌ندرت ممکن است از آن شگفت‌زده شوند. هر کس تصویری از جنگ دارد، بعضی شاهد آن بوده‌اند، جمعی ارتباط‌های عدیده‌ای داشته و بسیاری خود مستقیماً جنگیده‌اند! (بوتول، ۱۳۹۶: ۱۳-۱۲). کرنر تلویزیون را از بردارهای^۲ تحول اجتماعی می‌داند به‌نحوی که افراطی

1. Bouthoul, Gaston

۲. کمیته که اندازه و جهت دارد.

موجب تغییر تراز، سرعت و ماهیت دانش در جامعه شده است. وی عرصه دانش را جهان سیاست، ورزش، نحوه اداره جامعه، ... و اوقات فراغت برمی شمرد؛ به طوری که بیشترین تأثیر را گذاشته و به عنوان واسطه آگاهی در ساخت آگاهی و روابط اجتماعی عمل کرده است (کرنر، ۱۳۹۲: ۲۱۰). در نگاهی کل نگر مبلغان دینی بر آن اند تا از ویژگی رسانه‌های تصویری بهره برده و از این عامل ارتباطی در رساندن پیام و متأثر نمودن مخاطبان به نحو مطلوب استفاده نمایند. اما با دید جزءنگر می‌توان مستندهای روایت فتح را حامل پیامی دانست که فیلم‌ساز آن به مثابه مبلغان دینی عمل نموده است. در این راستا ابتدا مستندهای جنگی و تأثیر ارتباط رسانه‌ای آن تبیین، سپس رویکردهای مطرح در زمینه تعامل دین و رسانه بیان می‌شوند.

۲-۱. تبیین ارتباط رسانه فیلم مستند با ارتقاع سطح دینی

نقش ارتباطی مستندهای جنگی در معرفی جنگ، رخدادها، نوع جنگ و دفاع از وطن به عنوان یک مقوله اجتماعی حائز اهمیت است. پرداختن به پیام‌های آشکار و ضمنی آن در انتقال ارزش‌ها و تفکرات فیلم‌ساز و جامعه نکات قابل تعمقی هستند که می‌توان آن را در فرهنگ و جامعه امروز به صورت علمی کنکاش نمود. دین یکی از ابعاد مهم فرهنگی است. «روان‌شناسانی مانند آلپورت^۱ (۱۹۵۰) و یونگ^۲ (۱۹۶۹) به نقش و تأثیر مثبت دین بر زندگی افراد پرداخته‌اند و آن را مهم می‌دانند» (رجایی و همکاران، ۱۳۹۰: ۹۸). دین به شکل خاصی در هر فرهنگ شناخته شده‌ای وجود دارد (ولف^۳، ۲۰۱۰). بر این اساس معنایی ذاتی وجود ندارد، هر شیء در زمان و مکان دارای تقدس، معنایی مذهبی است. از سوی دیگر مذهب به عنوان بخشی از فرهنگ است که به صورت فعال به دفاع از ارزش‌ها و باورها می‌پردازد و انسان را درگیر شبکه‌ای منحصر به فرد می‌کند. تعریف دیگری که از مذهب ارائه شده آن را مجموعه‌ای از ایمان به قدرت فوق بشری، رفتارهای عادی و مناسکی صورت گرفته

1. Allport, Gordon Willard (1897-1967)

2. Jung, Carl Gustav (1875-1961)

3. Wulff

در برابر این قدرت، اطلاق می‌کند (کاپلان و سادوک، ۱۳۸۵). در هر پدیده هنری مسأله درک مخاطب مهم است. اما در سینمای مستند از اهمیتی خاص برخوردار است، زیرا سینمای مستند بدون مخاطب امکان وجود پیدا نمی‌کند (کارگزارده، ۱۳۸۲: ۷۴). از طرفی واقعیت، صداقت، حس عینی بودن چیزهایی است که مخاطب امروز از رسانه انتظار دارد.

۲-۲. رویکردهای مطرح در زمینه تعامل دین و رسانه

بر اثر فرایند رسانه‌ای کردن، ابزار و فرایندهای ارتباطی در حال دگرگون کردن دین هستند؛ زیرا در سایه این تعامل، شش نظریه مهم مطرح شده است:

۲-۲-۱. رویکرد تضادگرا^۱

طرفداران این رویکرد، معتقدند که دین نهادی سنتی است که به توزیع معرف می‌پردازد و باید به آن مثل دیگر نهادهای سنتی نگریست؛ ولی رسانه، مفهومی مدرن و کارکردهای کاملاً جدیدی است و با دین تباین دارد. رد این رویکرد، رسانه را در دنیای جدید رقیب دین می‌داند که می‌کوشد جای دین را بگیرد.

۲-۲-۲. رویکرد ذات‌گرا یا ابزارانگاران^۲ (۱۹۳۰-۱۹۴۰)

در رویکرد ذات‌گرا یا ابزارانگاران که در دوران نوسازی، متفکرانی چون ترنر^۲ آن را بکار بردند، رسانه، ابزاری برای مدرن کردن و نوسازی جامعه تلقی می‌شود. در این رویکرد، دین و رسانه دو امر جدا هستند و هر یک کار خود را می‌کنند. به همین دلیل، تا مدت‌ها نه عالمان دین و نه پژوهشگران دین، برای مطالعه پدیده‌های رسانه‌ای و به‌طور کلی پدیده‌های مرتبط با آن، جایگاه ارزشمندی قایل نبودند. این دو گروه، از دو موضع متفاوت این پدیده‌ها را طرد می‌کردند. عالمان دینی از آن جهت که برای مثال سینما و تلویزیون را فرآورده‌های بی‌دینی، ابزاری دست بی‌دینان، یا سبب بی‌دینی توده‌های مردم می‌دانستند، آنها پژوهشگران دانشگاهی دین نیز، که بیشتر، وقت خود

1. Conflict

2. Turner

را صرف مطالعه متون دینی فراورده‌های متفکران و به عبارت دقیق‌تر جلوه‌هایی از فرهنگ والا می‌کردند، پدیده‌های رسانه‌ای، امری «مبتذل» و از این‌رو، خارج از حوزه مطالعات دانشگاهی دین بود.

۲-۲-۳. رویکرد نو ذات‌گرایی (۱۹۹۰ تا کنون)

این رویکرد، از اواخر قرن بیستم، با عبارت مشهور مارشال مک لوهان آغاز شده است که می‌گوید: «رسانه خود پیام است» و این جمله در واقع نقدی بر ابزارگرایی سنتی نسبت به رسانه است. رسانه دیگر مجرا، کانال یا میانجی نیست؛ بلکه خود بر بردارنده ذاتی است که می‌تواند جهانی نمادین بیافریند. بنابراین رویکرد، رسانه نمی‌تواند دین را تعریف کند؛ چرا که خود تصویرساز است و نماد می‌آفریند و این به نوعی سکولار کردن امری قدسی وجهی سکولار می‌یابد. افزون بر آن، رسانه در جهان معاصر، مروج نوعی فرهنگ نمایش سالاری است که در نتیجه آن، فرهنگ بصری در جوامع، سلطه بیشتری یافته است. به عبارت دیگر، افراد ترجیح می‌دهند ببینند تا بخوانند و این باور کردن از راه دیدن، ویژگی فرهنگی جوامع معاصر است، شاید عمیق نشدن در آگاهی‌ها و وجود تحلیل‌های سطحی از مسائل اجتماعی و سیاسی، نوعی بی‌سوادی مدرن است که بر اثر بصری شدن آگاهی‌ها در جوامع امروز رواج داشته است.

۲-۲-۴. رویکرد کارکردگرایی (۱۹۴۰-۱۹۷۰)

در رویکرد کارکردگرا که از دهه ۱۹۴۰ تا ۱۹۷۰ حاکم بود، نوعی تعامل میان رسانه و دین پدید آمد. دین می‌تواند کارکردی برای رسانه داشته باشد و آن فراهم کردن محتوا، ارزش‌ها و نمادهاست. در مقابل، رسانه نیز به تبلیغ دین و گسترش پیام آن کمک می‌کند. بنابراین، دیدگاه کارکرد گرایانه می‌کوشد به سازشی مسألت‌آمیز میان رسانه و دین برسد و نقشی تفکیک شده برای هر یک داشته باشد. با پیدایش این دیدگاه، بحثی با عنوان کلیسای الکترونیکی در سال ۱۹۴۰ مطرح گردید که در آن

❖ سال اول، شماره اول، تابستان ۱۳۹۸
مبلغانی مشغول شده، حتی شبکه‌های دینی راه انداختند و به معرفی رسالت مذهبی خود پرداختند. درواقع، نوعی دیدگاه کارکردگرایانه را میان دو حوزه برقرار کردند.

۲-۲-۵. رویکرد فرهنگ‌گرا(۱۹۸۰)

در دیدگاه فرهنگ‌گرا، رسانه دیگر ابزار نیست، رسانه در اینجا از معانی مشترکی استفاده می‌کند که ضرورتاً دین نیست و درواقع، حوزه فرهنگ است. بنابراین، در آن نوعی استقلال رسانه از دین پدید می‌آید. در واقع، بحث‌ها کم کم به این سمت می‌رود که رسانه می‌تواند حتی به جای دین، نقش میانجیگری را در جوامع معاصر ایفاء کند.

۲-۲-۶. رویکرد نمادگرایی

در رویکرد نمادگرایی خلاق تولید و گردش خلاق نمادها، هم در عرصه دینی ممکن است و هم در عرصه رسانه‌ای؛ گرچه نقش دین می‌تواند در به دست آوردن تصورات، بنیانی‌تر و قوی‌تر باشد. رسانه‌ها قابلیت‌های متفاوتی دارند که دین با بهره‌برداری از نمادسازی‌های هر کدام از رسانه‌ها، می‌تواند با مخاطبان ارتباط برقرار کند و مخاطبان می‌توانند از واسطه‌های رسانه‌ای در بهره‌برداری از محتوای دینی، سود جویند، باید به این قابلیت‌ها توجهی دوباره داشت تا بتوان مراتب مختلفی از پیام دین را انتقال داد. برای مثال، تلویزیون و سینما که خاصیت بصری بودن در آنها پر رنگ است، هیچ‌گاه نمی‌توانند مفاهیم عرفانی را انتقال دهند؛ زیرا ذهنی بودن این مفاهیم جزء جدایی‌ناپذیر آن است (دارابی، ۱۳۹۰: ۱۶۹-۱۶۶).

۳. الگوی دینداری گلاک و استارک^۱

پدیده دینداری^۲ از موضوعات قابل توجهی است که اهمیت آن را از کثرت تلاش‌هایی می‌توان دریافت که در سال‌های اخیر برای ساخت و بکارگیری سنجه‌های دینداری

1. Gelak[Glock] and Stark

2. Religiosity

مصرف شده است. این تلاش‌ها از دل اقتضات و ضرورت‌های قابل درکی بیرون آمده است که نمی‌توانست بدون پاسخ باقی بماند. ضرورت این مطالعات به‌طور عام برخاسته از نفوذ و اعتباری است که هنوز دین برای انسان و اجتماع دارد (شجاعی‌زند، ۱۳۸۴: ۳۵). امروزه اکثر صاحب‌نظران باور دارند که اندیشیدن در مورد دین نمی‌تواند تک بعدی باشد بلکه آن پدیده‌ای چند بعدی است. هر چند که واج (۱۹۵۱) تجربه دینی را در همه ادیان سه بعدی اعلام کرده بود، اما گلاک و استارک با تعریف چند بعدی برای دینداری چهار بعد اصلی «عمل»، «باور»، «تجربه»، «دانش یا معرفت» را باعنوان ابعاد عمومی الزام دینی طرح و به نام خود پیوند زدند (سراج‌زاده، ۱۳۸۳: ۱۶۳).

۳-۱. بعد باور (اعتقادی)^۲

[ایدئولوژیکی] آن چیزی است که انتظار می‌رود پیروان یک دین بدان اعتقاد داشته باشند. گلاک و استارک این باورها را در هر دین به سه نوع تقسیم کرده‌اند: «باورهای پایه‌ای مسلم، که ناظر بر شهادت به وجود خدا و معرفی ذات و صفات اوست. باورهای غایتگرا، که هدف و خواست خدا از خلقت انسان و نقش او در راه نیل به این هدف است. باورهای «زمینه‌ساز» که روش‌های تأمین اهداف و خواست خداوند و اصول اخلاقی را که بشر برای تحقق آن اهداف باید به آنها توجه کند، دربرمی‌گیرد.» انتظار می‌رود پیروان اسلام به آنها اعتقاد داشته باشند (مانند این گفته: در روز قیامت به اعمال و رفتار ما دقیقاً رسیدگی می‌شود).

۳-۲. بعد مناسکی (عمل)^۳

[نمود بیرونی] نظام اعتقادی در هر دینی وجود دارد، اما این اعتقادات به‌صورت مناسک نمود عینی می‌یابند. «تمام ادیان بنا بر اقتضای نوع الهیات خود، نحوه خاصی از عمل و زیست را بر مؤمن الزام می‌کنند، که همان عمل دینی است. این عمل خواه

1. Wach, Joachim

2. Belief

3. Practice

ناخواه، در پرتو نظام فقهی و اخلاقی سامان می‌پذیرد. بعد عمل یا مناسک، اعمال دینی مشخصی است که عمومیت یافته نظیر عبادت‌های فردی، نماز، روزه، صدقه، زکات، شرکت در آئین‌های دینی خاص و غیره. از نظر امیل دورکیم^۱، تمامی مناسک و اعمال دینی در ادیان «کارکرد اجتماعی» دارند و هدف آنها زنده نگه‌داشتن حس تعلق به گروه و مواظبت از اعتقاد و ایمان است. مقیاس ثانویه این بعد، شاخص مشارکتی، معاشرتی و ارتباطی است.

۳-۳. بعد تجربه^۲

با احساسات، تجربیات و درون فرد دیندار مرتبط است. احساسات و عواطف دینی وجه عالی‌تری از دینداری است و برخلاف مناسک، کاملاً قلبی بوده و نمود درونی دارد. دیندارانی که این بعد را کسب می‌کنند، «مخلص» نامیده می‌شوند. در واقع تجربه واقع‌های است که شخص خواه به‌عنوان عامل و خواه به‌عنوان ناظر، آن را کسب کرده و نسبت به آن آگاه و مطلع است. تجربه دینی را غیر از تجربه‌های متعارف می‌دانند، یعنی شاخص متعلق به این تجربه یا حضوری مافوق طبیعی دارد یا موجودی است که به نحوی رابطه با جوهری روحانی همچون خدا دارد یا آن را حقیقتی غایی می‌پندارند، که توصیف‌ناپذیر است. (مانند این گفته: گاهی احساس می‌کنم که به خدا نزدیک شده‌ام).

۳-۴. بعد پیامدی (دانش)

این بعد معرفتی، عقلانی با بعد اعتقادی بسیار نزدیک است. تفاوت این دو بعد، مربوط به آگاهی و شناخت اعتقادات در بعد دانش است. معرفت دینی، آگاهی به متون دینی است که می‌تواند الگویی برای باور، عمل و تجربه دینی باشد. از نظر گلاک و استارک، بعد معرفتی در ارتباط با مطالبی است که مردم از طریق عالمان دینی درباره مذهب می‌آموزند (احمدی، ۱۳۸۸: ۴۴-۱۷). این بعد ناظر به تأثیر باورها، اعمال، تجارب و دانش دینی بر زندگی روزمره پیروان آن دین است (مانند این گفته: با پدیده

1. Durkheim

2. Experience

بدحجابی باید با قاطعیت مبارزه کرد) (شجاعی‌زند، ۱۳۸۴: ۴۳). شاخص دانش دینی، اطلاعات اساسی در اصول عقاید دین و متون دینی است.

۴. یافته‌های پژوهش

برای آزمون فرضیه‌ها ابتدا از آزمون t تک متغیره استفاده شد و سپس برای برآزش مدل ابتدا از آزمون تحلیل عاملی اکتشافی و سپس از تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد. در این تحقیق از تحلیل عاملی با دو رویکرد استفاده شده است. اول اینکه سازه‌های زیربنایی در مدل تحقیق کشف شده و سپس براساس این سازه‌ها، داده‌ها خلاصه‌سازی شود. از مدل معادلات ساختاری نیز به‌منظور نشان دادن روابط شکل گرفته بین متغیرهای تحقیق بهره برده شده است.

۴-۱. بررسی آزمون نرمال بودن داده‌ها

H_0 = داده‌ها از توزیع نرمال پیروی می‌نماید.

H_1 = داده‌ها از توزیع نرمال پیروی نمی‌نماید.

جدول ۲. مربوط به آزمون کولموگروف - اسمیرنوف جهت بررسی نرمال بودن داده‌ها

بعد مناسکی	بعد اعتقادی	بعد پیامدی	بعد تجربی	نگرش‌های مذهبی	
۳/۱۹	۳/۶۸	۴/۴۱	۳/۴۳	۳/۶۶	میانگین
۰/۶۵۰	۰/۶۲۷	۰/۷۱۷	۰/۶۵۰	۰/۵۳۲	انحراف استاندارد
۰/۶۸۷	۰/۷۶۹	۰/۲۳۹	۱/۰۱	۱/۳۳	کولموگروف - اسمیرنوف
۰/۵۴۷	۰/۶۵۸	۰/۲۵۵	۰/۱۷۸	۰/۰۵۸	(Z) سطح معناداری

نتایج آزمون کولموگروف - اسمیرنوف نشان می‌دهد میزان Z محاسبه شده در سطح آلفای ۵ صدم معنادار نیست یعنی میزان p -value از ۵ صدم بزرگتر است و فرض صفر مبنی بر یکسانی واریانس‌ها رد نمی‌شود در نتیجه می‌توان گفت نمرات مربوط به همه متغیر دارای توزیع نرمال می‌باشند. بر همین اساس لازم است از آزمون

پارامتریک برای آزمون فرضیه‌ها استفاده کرد و با توجه به فرضیه‌های پژوهشی برای بررسی رابطه بین متغیرها از تک متغیره استفاده می‌شود.

۴-۱-۱. فرضیه اول

به نظر می‌رسد ساختار مستند روایت فتح بر بعد پیامدی التزام دینی مخاطبان مؤثر است.

فرض صفر و خلاف عبارت است از:

$$H_0 = \mu \equiv \mu$$

$$H_1 = \mu \neq \mu$$

جدول ۳. آزمون t تک متغیره مربوط به تأثیر ساختار مستند روایت فتح بر بعد پیامدی التزام دینی مخاطبان

	۳= میانگین مورد انتظار						
	t	میانگین	درجه آزادی	سطح معناداری	تفاوت میانگین‌ها	سطح اطمینان ۹۵٪	
						حد بالا	حد پایین
بعد پیامدی	۳۴/۶۷	۴/۴۲	۳۰۶	۰/۰۰۰	۱/۴۲	۱/۴۹	۱/۳۳

نتایج جدول شماره ۳ نشان می‌دهد t مشاهده شده برابر با (t=۳۴/۶۷) است و فرض صفر رد می‌شود. همچنین بین میانگین مشاهده شده (۴/۴۲) و مورد انتظار (۳) تفاوت معناداری مشاهده می‌شود یعنی میزان میانگین در فاصله اطمینان در سطح آلفای ۹۵ درصد در بالای منحنی نرمال یعنی فاصله بین (۱/۳۳ و ۱/۴۹) است. در نتیجه می‌توان گفت ساختار مستند روایت فتح بر بعد پیامدی التزام دینی مخاطبان مؤثر است.

۴-۱-۲. فرضیه دوم: به نظر می‌رسد ساختار مستند روایت فتح بر بعد تجربی التزام دینی مخاطبان مؤثر است.

فرض صفر و خلاف عبارت است از:

$$H_0 = \mu \equiv \mu$$

$$H_1 = \mu \neq \mu$$

جدول ۴. آزمون t تک متغیره مربوط به تأثیر ساختار مستند روایت فتح بر بعد تجربی آگاهی دینی مخاطبان

	۳= میانگین مورد انتظار						
	t	میانگین	درجه آزادی	سطح معناداری	تفاوت میانگین‌ها	سطح اطمینان ۹۵٪	
						حد بالا	حد پایین
بعد تجربی	۱۱/۷۷	۳/۴۳	۳۰۶	۰/۰۰۰	۰/۴۳۷	۰/۵۱۰	۰/۳۶۴

نتایج جدول شماره ۴ نشان می‌دهد t مشاهده شده برابر با ($t=11/77$) است و فرض صفر رد می‌شود. همچنین بین میانگین مشاهده شده ($3/43$) و مورد انتظار (۳) تفاوت معناداری مشاهده می‌شود یعنی میزان میانگین در فاصله اطمینان در سطح آلفای ۹۵ درصد در بالای منحنی نرمال یعنی فاصله بین ($1/33$ و $1/49$) است. در نتیجه می‌توان گفت ساختار مستند روایت فتح بر بعد تجربی آگاهی دینی مخاطبان مؤثر است.

۴-۱-۳. فرضیه سوم: به نظر می‌رسد ساختار مستند روایت فتح بر بعد اعتقادی التزام دینی مخاطبان مؤثر است.
فرض صفر و خلاف عبارت است از:

$$H_0 = \mu \equiv \mu$$

$$H_1 = \mu \neq \mu$$

جدول ۵. آزمون t تک متغیره مربوط به تأثیر ساختار مستند روایت فتح بر بعد اعتقادی آگاهی دینی مخاطبان

	۳= میانگین مورد انتظار						
	t	میانگین	درجه آزادی	سطح معناداری	تفاوت میانگین‌ها	سطح اطمینان ۹۵٪	
						حد بالا	حد پایین
بعد اعتقادی	۱۹/۱۹	۳/۶۸	۳۰۶	۰/۰۰۰	۰/۶۸۷	۰/۷۵۷	۰/۶۱۶

نتایج جدول شماره ۵ نشان می‌دهد t مشاهده شده برابر با ($t=19/19$) است و فرض صفر رد می‌شود. همچنین بین میانگین مشاهده شده ($3/68$) و مورد انتظار (۳) تفاوت معناداری مشاهده می‌شود یعنی میزان میانگین در فاصله اطمینان در سطح آلفای ۹۵ درصد در بالای منحنی نرمال یعنی فاصله بین ($1/33$ و $1/49$) است. در نتیجه

می‌توان گفت ساختار مستند روایت فتح بر بعد اعتقادی التزام دینی مخاطبان مؤثر است.

۴-۱-۴. فرضیه چهارم

به نظر می‌رسد ساختار مستند روایت فتح بر بعد مناسکی التزام دینی مخاطبان مؤثر است.

فرض صفر و خلاف عبارت است از:

$$H_0 = \mu \equiv \mu$$

$$H_1 = \mu \neq \mu$$

جدول ۶. آزمون t تک متغیره مربوط به تأثیر ساختار مستند روایت فتح بر بعد مناسکی التزام دینی مخاطبان

	۳= میانگین مورد انتظار						
	t	میانگین	درجه آزادی	سطح معناداری	تفاوت میانگین‌ها	سطح اطمینان ۹۵٪	
						حد بالا	حد پایین
بعد مناسکی	۵/۱۸	۳/۱۹	۳۰۶	۰/۰۰۰	۰/۱۹۵	۰/۲۶۹	۰/۱۲۱

نتایج جدول شماره ۶ نشان می‌دهد t مشاهده شده برابر با (t=۵/۱۸) است و فرض صفر رد می‌شود. همچنین بین میانگین مشاهده شده (۳/۱۹) و مورد انتظار (۳) تفاوت معناداری مشاهده می‌شود یعنی میزان میانگین در فاصله اطمینان در سطح آلفای ۹۵ درصد در بالای منحنی نرمال یعنی فاصله بین (۰/۲۶۸ و ۰/۱۲۱) است. در نتیجه می‌توان گفت ساختار مستند روایت فتح بر بعد مناسکی التزام دینی مخاطبان مؤثر است.

۴-۲. تحلیل عاملی تأییدی

برای انجام آزمون تحلیل عاملی تأییدی ابتدا از تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شد و متغیرهای دارای بار عاملی بالا در مدل ارائه شد و سایر متغیرها حذف شد. لازم به

ذکر است برای استخراج مؤلفه‌ها از تحلیل عاملی بعد از چرخش وایمکس استفاده شد.

جدول ۷. کروییت بارتلت (KMO)^۱

کفایت نمونه‌گیری KMO	خی دو	سطح معناداری
۰/۹۰۷	۲۹۱۸/۴	۰/۰۰۰

نتایج آزمون کورییت بارتلت نشان می‌دهد مقدار شاخص کفایت نمونه‌گیری (KMO) برابر با ۹۰۹ درصد است و این مقدار در سطح آلفای ۵ درصد معنادار است، در نتیجه می‌توان گفت مقدار واریانس درون داده‌ها می‌تواند توسط عوامل (فاکتورها) تبیین شود یعنی درواقع نشان می‌دهد توانای عاملی بودن داده‌ها تأیید می‌شود و شاخص‌های مطرح شده توانایی عاملی بودن را بررسی می‌کنند.

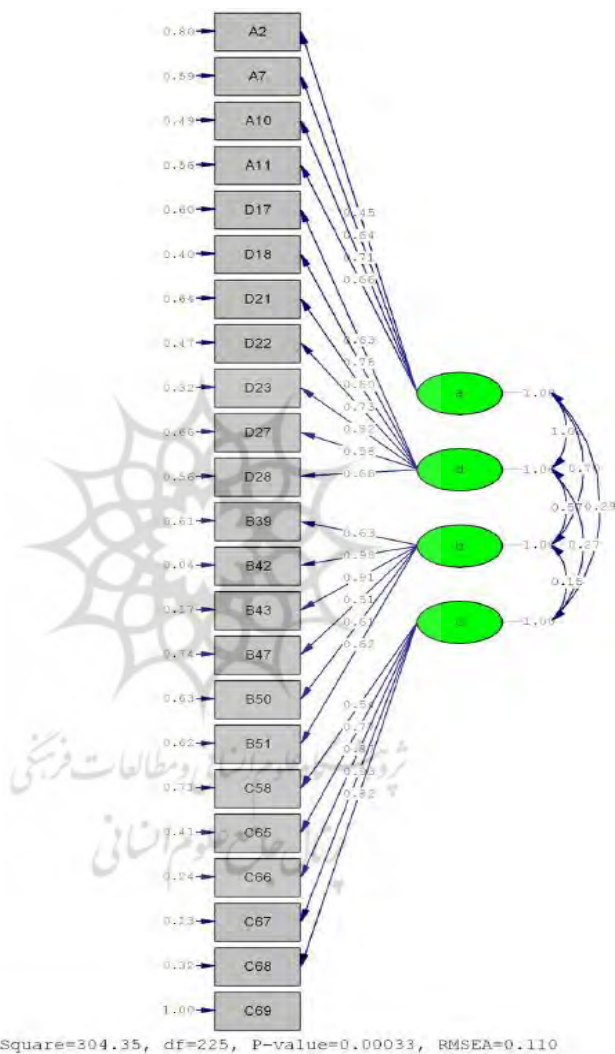
۴-۲-۱. تحلیل عاملی تأییدی برای آزمون فرضیه‌ها

تحلیل عاملی مرتبه اول: در این مرحله از تحلیل عاملی با استفاده از نرم‌افزار لیزرل، ارتباط بین ابعاد و زیرمؤلفه‌ها در همه فاکتورها، در مدل ساختاری تحقیق به‌منظور آزمون فرضیات در حالت تخمین استاندارد انجام شده است. ابعاد مورد بررسی در این قسمت شامل بعد اعتقادی، بعد پیامدی، بعد تجربی و بعد مناسکی است که در مورد این متغیرها در دو حالت تخمین استاندارد و معناداری پارامترها را نشان می‌دهد. اندرسن و گربین در سال ۲۰۰۱ استدلال می‌کنند که در تحلیل‌های عاملی تأییدی و تحلیل مسیر در مدل معادلات ساختاری می‌توان از آزمون تخمین استاندارد با هدف نشان دادن میزان روابط شکل گرفته بین متغیرها استفاده شود.

^۱ . Kmo and Bartlett's Test

۳-۴. بررسی شاخص‌های نیکویی بر ارزش

❖ سال اول، شماره اول، تابستان ۱۳۹۸



شکل ۲. مدل ساختاری تحقیق به منظور آزمون فرضیات در حالت تخمین استاندارد

❖ سال اول، شماره اول، تابستان ۱۳۹۸
شاخص‌های متفاوتی جهت تعیین برازندگی مدل با واقعیت وجود دارد که در جدول زیر آمده است:

جدول ۸. شاخص‌های برازش

مقدار	آماره‌های برازش
۳۰۴/۳۵	مجذور کای (Chi-Square)
۲۲۵	درجه آزادی df
۰/۱۴۱	ریشه خطای میانگین مجذورات ^۱ RMSEA
۰/۹۳	NNFI
۰/۱۱۰	(میانگین مجذور پس مانده) میانگین مجذور پس ماند RMR
۰/۹۳	شاخص نیکویی برازش ^۲ GFI
۰/۸۱	شاخص نیکویی بر ارزش تعدیل یافته‌ها ^۳ AGFI
۰/۸۲	PGFI
۰/۹۰	PNFI
۰/۹۲	شاخص برازندگی افزایشی ^۴ IFI

آزمون کای اسکویر، میزان تفاوت بین ماتریس کوواریانس^۵ مشاهده شده و مورد انتظار را نشان می‌دهد و با توجه به مدل شاخص‌های برازش چنین مشاهده می‌شود که مقدار کای اسکویر برای این مدل با درجه آزادی ۲۲۵ برابر با ۳۰۴/۳۵ است که از لحاظ آماری معنادار است چون سطح معناداری آن ($p=۰/۰۰۳$) نسبتاً کوچک است. می‌توان نتیجه گرفت که آزمون کای اسکویر برازش دقیق مدل با داده‌های مشاهده شده را تأیید می‌کند و این نتیجه نشان دهنده برازش نسبتاً خوب مدل است.

همچنین شاخص GFI معتبرترین شاخص برای بررسی برازندگی مدل است. GFI یعنی اندازه‌ای از مقدار نسبی واریانس‌ها^۶ و کوواریانس‌ها^۱ که به گونه‌ای مشترک

-
1. Tucker-Lewis Index
 2. Nomed X2 Index
 3. Goodness- of-fit Index
 4. Normed fit Index
 5. Covariance

۶. یا وردایی نوعی سنجش پراکندگی، عددی است که نشان می‌دهد چگونه یک سری داده حول مقدار میانگین پخش می‌شوند.

❖ سال اول، شماره اول، تابستان ۱۳۹۸

به‌وسیله مدل توجیه می‌شود و این شاخص شبیه به R^2 در رگرسیون چند متغیره است درواقع مقدار شاخص تطبیقی GFI بین صفر و یک در نوسان است و هر چه مقدار این شاخص بزرگتر باشد نشان دهنده برازش بهتر مدل است و با توجه به اینکه در این مدل مقدار GFI برابر با ۹۳ درصد است. می‌توان قضاوت کرد که مدل از برازش قابل قبولی برخوردار است. مقدار آماده ریشه میانگین توان دوم خطای تقریب $RMSA$ ۰/۱۴۱ و RMR برابر با ۰/۱۱۰ و بسیار کوچک است که این بیانگر خطای اندک مدل، و برازش قابل قبول است.

۵. بحث و نتیجه‌گیری

این مقاله با هدف بررسی التزام دینی و رابطه آن با مستندهای روایت فتح در مخاطبان نوجوان و در مقطع دوم دبیرستان‌های شهر تهران انجام شده است. بدین‌منظور ۱۰۸۸ آزمودنی که (۳۸۲ دختر) به‌صورت تصادفی و با استفاده از نمونه‌گیری تصادفی ساده از دبیرستان‌های غیرانتفاعی منطقه یک در جغرافیای شمال، مرکز شهر تهران انتخاب شدند. اطلاعات لازم با استفاده از پرسشنامه محقق، مذهب به‌عنوان پیام و رسانه به منزله حامل و ناقل پیام به‌سوی مخاطب در نظر گرفته شده است. نتایج تحلیل داده‌های پژوهش که با استفاده از فرمول کوکران به‌عنوان حجم نمونه به‌صورت نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شده‌اند، نشان داد: شناخت اجتماعی در نوجوانان، از روندی تحولی پیروی می‌کند و ثبات این التزام را با افزایش تعداد نمایش در نوجوانان تأکید می‌کند. یافته‌های تحقیق و نتایج فعالیت‌های آماری مربوط به تأثیر ساختار مستند روایت فتح بر التزام دینی مخاطبان، بیانگر تأثیر ساختار مستند روایت فتح بر آگاهی‌بخشی دینی در چهار بعد پیامدی، اعتقادی، مناسکی و تجربی است. درمجموع، نتایج تحقیق با مباحث نظری صاحب‌نظران و نتایج پژوهش‌های محققان در این رابطه قرابت و همخوانی دارد.

فرضیه پژوهش در رابطه بین آگاهی از دفاع مقدس با کیفیت ادراک شده و التزام به دین در هر چهار بعد التزام دینی؛ دانشی، تجربی، اعتقادی و مناسکی پذیرفته

شدند. در واقع می‌توان نتیجه گرفت که آگاهی از رویدادهای جنگ و تداعی ذهنی تفسیرهای راوی از طریق شکل‌گیری تداعیات مثبت، قوی و قدرتمند باعث می‌شود ساحت درک مخاطب از دین در سطح بالایی باشد. از طرفی آگاهی از رخداد جنگ باعث می‌شود که یادآوری تصویر مبارزات در رویارویی با منکرات بیشتر شده و میزان مقاومت نیز افزایش یابد. این باعث می‌شود مخاطبان در هنگام بحران انتخاب، امر صواب را تشخیص داده و از این طریق التزام در او ایجاد شود. پخش ادامه‌دار باعث می‌شود که این مستندها در زمان‌های مختلف در معرض دید مخاطبان قرار گیرند و به دلیل تکرار بیشتر باعث افزایش یادآوری، آگاهی، تداعی ذهنی و در نتیجه ثبات در التزام به دین را منجر می‌گردد. مذهب به مثابه پیام و رسانه به منزله ناقل پیام و حامل آن نقشی اساسی در شکل‌دهی ادراکات، ارزش‌ها، هویت‌سازی و معناجویی در باور مخاطب دارند. تلویزیون با ارائه مستندهایی از این‌گونه، می‌تواند نقش مهمی در هویت دینی افراد ایفاء کرده و به‌عنوان دروازه‌ایی باشد که از طریق آن، ارزش‌ها، باورها و هنجارها به افراد منتقل شود.

منابع و مأخذ

- احمدی، یعقوب(۱۳۸۸). «وضعیت دینداری و نگرش به آینده دین در میان نسل‌ها مطالعه موردی شهر سنندج»، فصلنامه معرفت فرهنگی اجتماعی، شماره اول: ۴۴ - ۱۷.
- آشتیانی پور، حمیدرضا(۱۳۸۲). **روایت‌فتح و قابلیت‌های مستند سازی دفاع مقدس در تلویزیون در فاصله ۱۳۵۹-۱۳۶۸**. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده صدا و سیما، تهران.
- بوتول، گاستون(۱۳۹۶). **جامعه‌شناسی جنگ**، ترجمه هوشنگ فرخجسته، تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.
- دارابی، علی(۱۳۹۰). **رسانه ملی و بایسته‌های دینی، مجموعه مقالات دین و رسانه: رسانه دینی و دین رسانه‌ای**، تهران: مرکز پژوهش‌های صدا و سیما.
- ذات‌صغر، احمد(۱۳۸۶). **بررسی زیباشناسی شکل در فیلم‌های مستند جنگی ایران با تأکید بر مجموعه روایت‌فتح**، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده صدا و سیما.
- رجایی، علیرضا، محمد حسین بیاضی و حمید حبیبی‌پور(۱۳۹۰). «باورهای اساسی دینی و بحران هویت و سلامت عمومی نوجوانان»، **فصلنامه روان‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تربت جام**، شماره ۲۲: ۹۷-۱۰۷.
- زین‌العابدینی، پیام(۱۳۹۲). **دین، فرهنگ و رسانه**، ماهنامه علمی تحلیلی تخصصی دانش رسانه، آبان و آذر، دوره جدید، شماره ۶: ۴۷-۴۹.
- سراج‌زاده، سیدحسین(۱۳۸۳). **بررسی تعریف عملیاتی دینداری در پژوهش‌های اجتماعی؛ چالش‌های دین و مدرنیته**، تهران، طرح نو.
- شجاعی‌زند، علیرضا(۱۳۸۴). «مدلی برای سنجش دینداری»، **فصلنامه جامعه‌شناسی ایران**، شماره ۱: ۶۶-۳۴.
- کارگرزاده، نسرين(۱۳۸۲). **ارزش‌های دفاع مقدس در سینمای ایران**، بررسی مفاهیم مرتبط با ارزش‌های دفاع مقدس در سینمای ایران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز.
- کاپلان، هرولد و جیمز سادوک(۱۳۸۲). **خلاصه روان‌پزشکی**، ج ۲، ترجمه نصرت‌اله پورافکاری، تهران، شهر آب.
- کرنر، جان(۱۳۹۲). **اندیشه‌های انتقادی در مطالعات تلویزیونی**، ترجمه مهدی رحیمیان، تهران: انتشارات دانشگاه صداوسیما.

معدنی، سعید (۱۳۹۱). **جامعه‌شناسی سینمای جنگ و دفاع مقدس**، تهران: انتشارات بهمن برنا.

میرعابدینی، احمد (۱۳۸۲)، «مروری بر مطالعات دین و رسانه در بازار جهانی‌سازی» فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی (۲) «سال دهم، شماره ۳۶: ۱۴۳-۱۵۶.

ناصری‌منش، ناصر (۱۳۸۶). **بررسی فیلم‌های سینمای جنگی ایران و بازتاب فرهنگی و ارزشی آن**، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی.

نامورمطلق، بهمن و منیژه کنگرانی (۱۳۹۵). **نشانه‌شناسی فیلم‌های مستند دفاع مقدس**، تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.

وارد، پیتر (۱۳۹۷). **ترکیب‌بندی تصویر در سینما و تلویزیون**، ترجمه حمید احمدی لاری، تهران: کتاب آبان.

هیوارد، سوزان (۱۳۹۳). **مفاهیم کلیدی در مطالعات سینمایی**، ترجمه فتاح محمدی، تهران: هزاره سوم.

- 10). Introduction to Documentary. Bloomington: ۲۰ Nichols, Bill. (Indiana University Press.
- Wach, Joachimt (1951). *Universal Religion*, J, Wach (ed.), *Type of Religious Experience: Christian & none Christian*, Chicago, University of Chicago Press
- Wulff, D.M. (2010). *Psychology of Religion: Classic and Contemporary Views*. New York: John Wiley.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی