

فضایی شدن فرهنگ ایثار و شهادت در مساجد استان خراسان رضوی

حمید مسعودی^۱

چکیده

فرهنگ و اجتماع امروزه به صورت پویا از طریق فضاهای کالبدی پیام‌رسانی شده و این فضاها نقش کنشگر را در تعاملات انسانی ایفاء می‌کنند. هدف این پژوهش، نیز بررسی فضایی شدن فرهنگ ایثار و شهادت در مساجد استان خراسان رضوی است. روش پژوهش پیمایش بوده که در آن با استفاده از یک پرسشنامه محقق ساخته بسته پاسخ به گردآوری داده‌ها پرداخته شده است. با مروری که بر رویکرد فضایی شدن، فرهنگ فضایی شده و نظریهٔ رسانش نوآوری و اقناع و اشاعه گردید، نقش مساجد از منظر شاخص‌های پیام‌رسانی فرهنگی - فضایی مورد ارزیابی قرار گرفت. یافته‌ها نشان می‌دهد که در سطح منظرسازی به شاخص‌هایی همچون نصب تصاویر، پیام‌های هفتگی و روزانه، نصب خاطرات، دست‌نوشته و نصب وصیت‌نامه اشاره گردید که امتیازی کمتر از متوسط توسط پاسخگویان داده شده است. از سوی دیگر در بخش محتوا نیز مواردی همچون تجهیز کتابخانه، ویت‌رین و سی‌دی‌ها و نرم‌افزارهای مرتبط با ایثار و شهادت نیز امتیاز کمتر داده شده و در بخش برنامه‌ها که شامل مواردی همچون سخنرانی، حضور خانواده‌های شهدا، جشن، فعالیت‌های کانون‌ها نیز کمترین امتیاز گرفته شده است. در نهایت سه شاخص پژوهش مقداری کمتر از متوسط را گرفته و این بدان معناست که مساجد استان اگرچه ظرفیت بالایی در ترویج فرهنگ ایثار و شهادت دارند اما از این ظرفیت غفلت شده است.

واژه‌های کلیدی

فضایی شدن فرهنگ، ایثار، شهادت، ترویج فرهنگ، مسجد.

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۸/۰۸ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۰۹/۰۹

* این مقاله بر اساس نظر داوران و سردبیر فصلنامه، پژوهشی است.

مقاله پیش‌رو از طرح پژوهشی حمایت شده توسط بنیاد شهید و امور ایثارگران استان خراسان رضوی با عنوان «بررسی و تبیین تأثیر مساجد بر شهادت‌طلبی، ایثارگری و گرایش به ارزش‌های اسلامی» استخراج شده است.

Hmdmasoudi@birjand.ac.ir

۱. عضو هیئت علمی گروه جامعه‌شناسی دانشگاه بیرجند.

مقدمه

تحلیل اجتماعی اصولاً مبتنی بر تحلیل در سطح کلان جامعه و از سوی دیگر تحلیل از خرد تا کلان و پیوند این دو است؛ به عبارت دیگر در مطالعات اجتماعی، محقق به دنبال کشف روابط پدیده‌ها، روابط انسان‌ها و روابط انسان‌ها با ساختارها است، اما باید پذیرفت که امروزه مفهوم فضا^۱ و جایگاه انسان در تعامل با آن اهمیت دوچندان یافته است. فضاهایی که انسان در آن حضور می‌یابد بر کنش‌ها و تعاملات انسانی و از سوی دیگر مناسک و رفتارهای جمعی تأثیرگذار است. فضا چه در سطح خرد (خانه، محل کار) و چه در سطح کلان (شهر، ساختمان‌های شهری، پارک‌ها) اگرچه می‌تواند توسط انسان با اهداف خاص طراحی گردد ولی خود نیز می‌تواند بر رفتارهای وی مؤثر باشد. فضاهای فرهنگی از جمله این موارد است.

فضاهای فرهنگی با اهداف خاص دینی، مذهبی، فرهنگی و اجتماعی طراحی و اجرا می‌شوند، اما پس از اجرا بر کنش‌ها و واکنش‌های انسان‌هایی که در آنها حضور می‌یابند مؤثر هستند. یکی از این فضاهای فرهنگی که در کشور ما سالیان طولانی است که نقش محوری ایفاء می‌کند، مسجد است. مسجد در شهرها اسلامی رکن اصلی است و این نقش در مثلث مؤمن، رفتار و کالبد (نقی‌زاده، ۱۳۸۷: ۴۶) خود را نشان می‌دهد. در این شهرها مسجد و بازار مکمل یکدیگر بوده و هر دو تضمین‌کننده فعالیت شهری هستند. در تاریخ ایران نیز مهم‌ترین فضاهای شهری حول دو عنصر مذهب و تجارت شکل می‌گیرند (اسماعیلیان و پورجعفر، ۱۳۹۰: ۱۲).

در نگاه نخست نقش مسجد به‌عنوان کالبدی اسلامی به‌طور کلی مطرح و این نقش در فضای شهری با مسائلی همچون تقویت روابط چهره به چهره بین مردم، القای حس مکان و هویت، حس غرور و تعلق، افزایش اعتماد متقابل، ارتقای کنترل غیررسمی و

مشارکت شهری و خیرخواهانه (اردشیری و همکاران، ۱۳۹۲: ۳۸)، ارتباط داشته و از سوی دیگر با فرهنگ‌سازی و تقویت فرهنگ شهر و شاخص‌های زندگی متعالی انسانی رابطه مستقیمی دارد.

فضایی‌شدن فرهنگ^۱ به معنای تلفیق کنش اجتماعی و فضا است؛ به عبارت دیگر هرگاه فضا نقش کنشگری مؤثر بر کنش انسانی را ایفاء نماید و در نوع رفتار و منش انسان مؤثر افتد، این فضا با سایر فضاهای عمومی متفاوت خواهد شد، به طوری که می‌تواند نقش کنشگر فضایی را به خود بگیرد. مسجد با فضای خاص خود می‌تواند بر کنش انسان‌ها تأثیر گذاشته و آنها را به سمت مناسکی همچون نماز، دعا، نیایش و مفاهیم اسلامی دیگر سوق دهد. این فضای فرهنگی مذهبی، مفاهیم اسلامی را به همراه داشته و در تاریخ کشور نیز شاهد نمایش مفاهیم بسیاری از این دست بوده‌ایم.

به طوری که مشخص است، مساجد از بدو تأسیس علاوه بر اینکه جایگاه عبادت و محل ادای فرایض دینی مسلمانان بود، به عنوان یک کانون فراگیر، مرکز تمام فعالیت‌های آموزشی، سیاسی و اجتماعی آنان نیز به شمار می‌آمد و این مهم در ابعاد فرهنگی و اجتماعی برجسته گردید. به طوری که در دوران دفاع مقدس مساجد پایگاه‌هایی برای امدادسانی، سخنرانی‌ها و تبلیغات برای حضور جوانان در خط مقدم جبهه گردید و این نتیجه عاید شد که مساجد در تقویت روحیه حضور در جبهه‌ها، همراهی با رزمندگان و از سوی دیگر اعتقاد به شهادت و ایثارگری نقش پیدا کرده (عباس‌پور، ۱۳۸۲) و نقش مساجد پس از انقلاب اسلامی پررنگ‌تر گردید.

از یک‌سو مساجد ظرفیت‌های بالایی در ترویج فرهنگ ایثار و شهادت داشته و راهکار مهم در این زمینه به شمار می‌آیند، اما ممکن است این ظرفیت‌ها نادیده گرفته شده و به اجرای برنامه‌های سطحی ختم شود. در نتیجه مساجد می‌توانند جایگاه مهمی

را در ترویج فرهنگ ایثار و شهادت داشته باشند اما اینکه چرا این موضوع به طور عمیق‌تر مورد کنکاش مدیران فرهنگی قرار نگرفته است جای تأمل دارد (اسکافی و مسعودی، ۱۳۹۲).

از این رو شایسته است تا مطالعه‌های جامعی درباره ابعاد عبادی، فرهنگی، نظامی، اجتماعی، سیاسی مسجد صورت گیرد؛ اما آنچه ما در این تحقیق به آن اشاره خواهیم کرد نقش و تأثیرگذاری این نهاد مقدس بر شهادت‌طلبی، ایثارگری است. ترویج فرهنگ ایثار و شهادت را نیز می‌توان در رابطه با فضا و کالبد در سه بخش، پیام‌رسانی تصویری، پیام‌رسانی در قالب برنامه‌ها و تجهیز فضای فرهنگی با امکانات به میان آورد. این‌گونه است که فرهنگ فضایی می‌شود و در این پژوهش نیز رابطه فضای اسلامی و ارزش‌ها را با توجه به این سه بعد در نظر گرفته و شالوده آن را بنا نهاده‌ایم. از آنجا که مسجد در کشور ما اهمیت بسزایی دارد، هر نوع پیامی که از آن منتشر می‌شود نیز مهم است. مقوله ایثار و شهادت نیز می‌تواند از این فرصت استفاده کرده و ترویج شود.

تاکنون پژوهش‌هایی در زمره فضا و کنش، فضا و فرهنگ انجام گرفته است؛ اما نوع نگاه پیام‌رسانی فضای فرهنگی در قالب فضایی‌شدن فرهنگ کمتر به چشم می‌خورد. به همین منظور در این پژوهش به مسئله نو در زمینه فضایی‌شدن فرهنگ ایثار و شهادت در مساجد استان خراسان رضوی پرداخته می‌شود. این پژوهش، توسط بنیاد شهید این استان حمایت شده و بنابراین، در این مقاله نیز به آن پرداخته شده است.

پیشینه پژوهش

اگر فضایی‌شدن فرهنگ در مساجد را به معنای تأثیر این کالبد فرهنگی مذهبی در اجتماع و فرهنگ مردم بدانیم می‌توانیم به مروری بر پژوهش‌هایی در این زمینه بپردازیم. امان‌پور (۱۳۸۹) به ارائه راهکارهای عملی ترویج و گسترش فرهنگ صداقت و شهادت در مجتمع‌های زیستی شهری با انجام سازوکارهای علمی، هنری و

جامعه‌شناختی و با شناخت و بهره‌گیری از ابزارهای ارتباطی جدید (مولتی‌مدیا) می‌پردازد. هاشمی (۱۳۸۹) راهکارهای ترویج فرهنگ ایثار و شهادت در جامعه را شمرده و در آن به استفاده از نهادهای دینی برای این کار اشاره می‌کند. نورانی (۱۳۸۸) در آسیب‌شناسی شیوه‌های ترویج فرهنگ ایثار و شهادت یکی از آسیب‌های مهم در ترویج را عدم توجه به عمق تبلیغات اسلامی را بیان می‌کند. بهمنی (۱۳۸۹) مهم‌ترین روش ترویج فرهنگ ایثار و شهادت را استفاده از نهادهای آموزشی در فضایی فرهنگی و مبتنی بر آموزه‌های دینی و علمی و عملیاتی کردن فرهنگ ایثار و شهادت می‌داند. محمدی و صفرزاده (۱۳۸۹)، تشکیل هیئت‌ها و انجمن‌های مردمی برای ترویج فرهنگ ایثار و شهادت را یکی از استراتژی‌های ترویج فرهنگ ایثار و شهادت در جامعه می‌دانند.

فاضلی (۱۳۸۷) چهار گفتمان شامل گفتمان سنتی، گفتمان سکولار، گفتمان ایدئولوژیک - انقلابی و گفتمان ایدئولوژیک - انتقادی به‌مثابه گفتمان‌های غالب مسجد در ایران معرفی می‌کند که تبلیغ و ترویج فرهنگ ایثار و شهادت در گفتمان سنتی و انقلابی به چشم می‌خورد. تقوایی و معروفی (۱۳۸۹) معتقد هستند که مساجد به ارتقای کیفیت محیط اجتماعی محلات منجر می‌شوند؛ اما در پژوهشی مناسب عباسپور (۱۳۸۲) بیان می‌کند که بین حضور در مسجد و داشتن روحیه شهادت‌طلبی، ایثارگری و گرایش به ارزش‌های اسلامی، همبستگی مستقیم و مثبت وجود دارد. به نظر طالقانی و همکاران (۱۳۸۹) مهم‌ترین و اثرگذارترین عامل در موفقیت و اثربخشی نماز جماعت مساجد، شایستگی‌های امام جماعت و فضایل اخلاقی - رفتاری اوست. نظری و حسن‌پور (۱۳۹۱) در پژوهشی خود به این نتیجه می‌رسند که ساختارهای قدرت در نظام جمهوری اسلامی ایران مبتنی بر مفهوم منتشرشده‌ای از فرهنگ است که درون تمام ساختارهای سیاسی و اجتماعی و از جمله مسجد حضور دارد و به تولید و بازتولید قدرت می‌پردازد. کاظمی و کلاتری (۱۳۹۰) بیان می‌دارند که بهره‌مندی از ویژگی‌های

معنایی برای طراحی معماری مسجد در پیام‌رسانی توحیدی مؤثر است و بستر مناسبی را برای ادراک مخاطب و تبلیغ اندیشه معنوی مهیا می‌سازد.

رضایی تبار و همکاران (۱۳۹۱) الگوی تعاملی توانمندسازی از طریق مشارکت‌های اجتماعی در کمیته امداد امام خمینی (ره) با رویکرد مسجدمحوری را بررسی و شاخص‌های کاهش فقر، احیای آموزه‌های دینی در زمینه انفاق و نوع‌دوستی، احیای جایگاه مساجد در نظام اسلامی، افزایش همبستگی و سرمایه اجتماعی، افزایش رضایتمندی و عزت نفس نیازمندان، کاهش هزینه‌های اجرایی و تشکیلاتی و در نتیجه افزایش بهره‌وری عرضه خدمات حمایتی به محروم‌ترین اقشار جامعه را به کمک مساجد ممکن می‌دانند.

مهدوی‌نژاد و مشایخی (۱۳۸۹) در ابتدا دودسته کارکرد مسجد یعنی آیینی و فرهنگی - اجتماعی را ذکر کرده و برآیند این دو کارکرد را زمینه‌ساز اقبال عمومی و استقبال مردم از مساجد می‌دانند. آنها نتیجه می‌گیرند، زمانی که مساجد برای انجام تنوعی از فعالیت‌های فرهنگی اجتماعی مناسب‌سازی شوند، در شهرها و محلات در مرکز فعالیت‌های اجتماعی قرار می‌گیرند، دامنه فعالیت زمانی‌شان دائمی است؛ فرآیند طراحی در جستجوی کیفیتی است که بیش از هر چیز بر ارتقاء حضور شهروندان در بخش‌های مختلف مسجد و در طول تمام شبانه‌روز تکیه دارد، مسجدی که بخشی از زندگی محله‌ای - شهری است.

با بررسی پیشینه‌ها این نتیجه عاید می‌شود که مسجد ظرفیت‌های بالایی در زمینه فرهنگی و اجتماعی دارد. از سوی دیگر ایثارگری و شهادت نیز از ابعاد و شاخص‌های دین‌داری و ارزش‌های اسلامی می‌باشند. لذا که می‌توان این موضوع را کنکاش نمود که مساجد می‌توانند زمینه‌ساز ترویج فرهنگ ایثارگری و شهادت باشند؛ اما آیا این مسئله در مساجد امروز تبیین می‌شود و آیا از این ظرفیت‌ها به‌درستی استفاده می‌گردد؟

چارچوب نظری

فضامداری و فضایی شدن اجتماع و فرهنگ

فضامداری یا فضایی شدن^۱ به اشکال فضایی که فعالیت‌های اجتماعی و فرایندها، پدیده‌های مادی مبتنی بر آن اشاره دارد (Shields, 1991). این عبارت با جغرافیا، جامعه‌شناسی، طراحی شهری و مطالعات فرهنگی مرتبط است. به‌طور کلی این عبارت به احساس کلی از فضای اجتماعی در زمان، مکان یا زمان خاص اشاره می‌کند. این عبارت برای نخستین بار در کتاب راب و شیلدز مطرح شد که در آن فضامداری اجتماعی^۲ به‌عنوان ترجمه انگلیسی از لغت فرانسوی^۳ لوفور فرانسوی^۴ در نظر گرفته شد. اگرچه شیلدز این مفهوم را برای احساس کلی از مشخصه فرهنگی اجتماعی فضا بکار برد، اما میشل فوکو خیلی خلاصه‌تر آن را در تبیین قدرت و فضا که به صورت دیالکتیکی به‌عنوان بخشی از فرایند تولید مارکسیستی در نظر گرفت (Lefebvre, 1974).

میشل فوکو (۱۹۷۵-۱۹۸۴) ارتباط بین قدرت و فضا را به‌واسطه معماری که از سوی ساختار بر زندگی فردی مؤثر است تبیین می‌کند. فوکو با این رویکرد نقش فضا و مکان را در پژوهش‌های تاریخی بر کاربست قدرت تقریر داده و از سوی دیگر برای آیندگان نیز نگاشت مفهومی را سبب می‌گردد (Elden, 2001: 152). به بیان وی هدف هر نوع فناوری این است که فعالیت، بقا، تکامل و ساماندهی افراد را در فضا صورت دهد (Hacking, 1985). همچنین دوسرتو در مقاله قدم‌زدن در شهر معتقد است، عابر پیاده نظم «خوانایی» را که طراحان به شهر داده‌اند دوگانه کرده و به‌گونه‌ای شخصی نظم مذکور را از آن خویش می‌کند. تقریباً همان‌گونه که خواب جای زندگی در بیداری

1. Spatialization
2. Social Spatialization
3. L'espace
4. Henri Lefebvre's French

را می‌گیرد و آن را مبهم و دوگانه می‌سازد و به بیان وی شهر پیچیده‌ترین مفهومی است که انسان تولید کرده است (De Certeau, 1988: 133). هنری لوفور (۱۹۹۱) نیز فضا را به عنوان تولید اجتماعی که ساختار را با تولید خود محصور کرده است، در نظر می‌گیرد. وی این دیدگاه را با شفافیت در فضا، کنش و برداشت اجتماعی تدقیق می‌کند. این سه دیدگاه به صورت خلاصه و سطحی به مسئله تعامل انسان با فضا می‌پردازند و امروزه نوع نگاه به مسئله فضایی شدن ابعاد دیگری به خود گرفته است.

نظریات جدید در زمینه فضایی شدن اجتماع و فرهنگ را می‌توان در دیدگاه‌هایی همچون فرایندهای تولید اجتماعی فضا، ساخت اجتماعی فضا^۲ که به چگونگی فضایی شدن فرهنگ می‌پردازند، دنبال کرد. در این دیدگاه‌ها تولید اجتماعی فضا شامل تمامی عوامل اعم از اجتماعی، اقتصادی، ایدئولوژیک و فناورانه است. ایثارگری و شهادت از مفاهیم حائز اهمیت در فرهنگ جامعه است و نهادها، مراکز و گروه‌های مختلفی رسالت آن را برای ترویج برعهده دارند. مساجد نیز از محورهای مهم در ترویج شعائر دینی و معارف اسلامی هستند که این دو بخشی از فرهنگ مردم را شکل می‌دهد؛ بنابراین، فضایی شدن فرهنگ به معنای اخص آن در این پژوهش پیام‌رسانی مساجد در زمینه ترویج فرهنگ ایثار و شهادت است.

فرهنگ ایثار و شهادت

فرهنگ ایثار و شهادت در جامعه نیازمند ترویج و آموزش در سطوح خرد و کلان است تا ضمن ایجاد کارکردهای مثبت در این مسیر زمینه‌های لازم جهت شناخت هر چه بهتر و بیشتر شهدا، شهادت و ایثار را فراهم نماید. ترویج در لغت به معنی رایج کردن، متداول کردن، روان کردن است. ترویج، نوعی ترغیب در جهت توسعه منابع انسانی

-
1. Social Processes Of The Social Production Of Space
 2. Social Construction Of Space

است (انوری، ۱۳۸۱). ترویج به طور کلی به صورت مستقیم یا غیرمستقیم و یا به شکل رودررو یا غیرحضوری انجام می پذیرد. ترویج حضوری همچون سخنرانی‌ها، برگزاری همایش‌ها، فراهمایی‌ها، کنگره‌ها و روضه‌خوانی‌ها، ترویجی هستند که مروج و مخاطب رودررو باهم مواجه می‌شوند و پیام و مفهوم ارائه شده بی‌واسطه به سمع و نظر مخاطب می‌رسد و بازخورد و بازتاب این پیام قابل مشاهده است؛ اگرچه این برنامه‌ها سطحی است و نمی‌تواند در امر ترویج فرهنگ ایثار و شهادت تعمیق کند. اما در ترویج غیرحضوری مروج، پیام و مفهوم خود را در قالب رسانه‌ای به سمع و نظر مخاطب می‌رساند. همچون کتاب، نمایشنامه، فیلم، رادیو، تلویزیون، روزنامه. در این گونه ترویج، پیام که به شکل غیرمستقیم به مخاطب انتقال می‌یابد، امکان اینکه بازتاب هم‌زمان نظرات و احساسات مخاطبان و مروجین برسد، وجود ندارد (نورانی، ۱۳۸۸).

فضایی شدن فرهنگی مسجد با رویکرد کارکردی

مسجد به عنوان یک فضای فرهنگی به عنوان پیام‌رسان فرهنگی شناخته شده است و کارکردهایی (فرهنگی، مناسکی، مذهبی، آموزشی، خدماتی و اجتماعی) دارد که این موضوع سبب فضایی شدن فرهنگ در آن می‌شود. مسجد در صدر اسلام به عنوان نخستین و بااهمیت‌ترین نهاد اجتماعی دارای وظایف و کارکردهای چندی بود، به گونه‌ای که افزون بر مهم‌ترین کارکرد آن عبادت؛ فعالیت‌های آموزشی، نظامی و سیاسی نیز در آن جریان داشت. مساجد بزرگ بعدی به ویژه در سده‌های میانه، فعالیت‌های گسترده‌تری از فعالیت‌های غیرعبادی یافتند (هیلن براند، ۱۳۸۰: ۴۲). مسجد نه تنها به عنوان جایگاه اصلی اجتماع مؤمنان برای برگزاری مراسم مورد استفاده بود، بلکه کانون معارف و احکام اسلامی، مرکز جهاد تبلیغاتی و ارشادی، قرارگاه سیاسی و اداره دولت نیز به شمار می‌رفت (زرگر، ۱۳۸۶: ۱۴). همچنین فعالیت‌های آموزشی، خدمات اجتماعی، نظامی، قضایی و فرهنگی نیز در مساجد صورت می‌

گرفت؛ که همه آنها با الگوبرداری از مسجد نبی اکرم (ص) شکل گرفته‌اند. نحوه و حدود این فعالیت‌ها در فقه تبیین شده است (مهدوی‌نژاد و مشایخی، ۱۳۸۹: ۷۸-۶۵).
 با این روند، اگرچه بنیان مساجد خود به یک اثر هنری تبدیل شد؛ ولی درعین‌حال، مسجد به‌عنوان محل تولید و عرضه مهم‌ترین آثار هنری مسلمانان، خود به کارگاهی بزرگ برای آموزش و رشد هنری و نمایشگاهی از تنوع کار هنرمندان مسلمان نیز تبدیل شده بود. روند عرضه آثار هنری در مسجد، نه فقط در معماری و تزئینات مسجد، بلکه در هنرهای دراماتیک نیز دامنه داشت. برای مثال نقل است که پیامبر اکرم (ص) در مسجد خود نشسته بود که یکی از یاران به حضور ایشان آمد و اشعاری را خواند پیامبر خدا این ابیات را نیکو شمرد و فرمود: همانا برخی بیان‌ها افسون‌اند و برخی شعرها حکمت (محمدی ری‌شهری، ۱۳۸۶: ۱۶۱).

رسائش نوآوری در فضاهای اسلامی

تبلیغ، هر دو جنبه هنری و علمی را در برمی‌گیرد. اگر هنرمند معمار بخواهد در مرحله بیان اندیشه‌ها و احساس‌ها و نیز اثرگذاری آن به مخاطب از طریق ارائه اثر، جاودان ماندگار باشد، باید با تمسک به معنویت و آشنایی با حقایق نظام آفرینش به کشف اثر دست یابد. لذا، اگر انسان به‌سوی ادراک مفاهیم جاودان الهی حرکت نماید یا کوشش کند آموزه‌های معنوی را در بناهای خویش مورداستفاده قرار دهد، به‌صورت ناخودآگاه تمامی نیازهای فیزیکی و مادی او نیز برطرف می‌شود. از این‌رو، هنر و معماری اسلامی، تلاش در جهت دستیابی به فطرت آدمی است که همانا تقرب یافتن به کمال را در عمل و اندیشه پی‌ریزی کرده است و رسیدن به نظام توحیدی را از اصول برپایی هر اثر در رفتار و تبلیغ آن قرار می‌دهد. آنچه از محصول معماری و پیام هنر اسلامی دریافت می‌شود، عرضه اعتقاد و نگرش معمار و هنرمند اهل تدبر به آموزه‌های دینی است. هنر

او مبلغ این حقیقت آشکار است که نظام مادی و معنوی هم سو و هم‌راستا در تعالی اندیشه و وحدت‌آفرین در جامعه اسلامی سیر نموده است.

آثار معماری و ابنیه تاریخی و نیز آثار دینی نمایانگر و مبلغ احساس عمیق و اندیشه متعالی است که از اعماق وجود هنرمند مؤمن سرچشمه گرفته و حرکت‌های عظیم در آثار هنری نسل‌های بعدی را پی‌ریزی نموده است. بررسی آثار چنین می‌نمایاند که تنگناهای جهان مادی دایره‌ی محدودی از هنر را ایجاب می‌کند، در حالی‌که عالم نامتناهی معنویت، آثار نامحدودی را متناسب با فضای معنوی، روحانی و ملکوتی آن را در بر خواهد داشت. تبلیغ و پیام‌رسانی در هنر و معماری اسلامی با هدف‌گذاری حقیقی و فطری، تنها گزاره را توحید معرفی می‌کند. در پایان به این نکته باید اشاره داشت که پدیده عصر مدرن در حوزه هنر، پیاده‌سازی نظام خیالی و اندیشه ماتریالیستی را تبلیغ می‌کند. در حالی‌که معماری و هنر اسلامی در پی کشف آهنگ آفرینش و تجلی نظام توحیدی است.

در بینش اسلامی، علاوه بر جنبه‌های ظاهری توجه به جنبه‌های باطنی پدیده‌های عالم اهمیت دارد. شناخت از حقیقت اشیاء و پدیده‌ها، همان آگاهی از معنای مستتر در پس کالبد بوده و فرم، محتوا و پیام جنبه‌هایی است که چون وحدت در کثرت، روایت باری تعالی را دارد. در حوزه هنر و معماری اسلامی آشنایی با مبانی تفکر و اندیشه اسلامی در کشف اثر هنری نقش مؤثر ایفاء کرده و طرح مایه آن بازخورد جنبه‌های صوری و معنایی را نیز طلب می‌کند. به همین منظور ابزارهای پیام‌رسانی معنوی در معماری اسلامی باعث افزایش توان فهم و درک مخاطب از فضای معماری می‌گردد و تقرب او را به جنبه‌های توحیدی مهیا خواهد نمود. نسبت بین ظاهر و باطن یا صورت و معنا لازمه برپایی اثر معماری است و از وجوه وحدت‌آفرین در معماری اسلامی محسوب می‌گردد. بهره‌گیری از تبلیغ و پیام‌رسانی، ابزاری اثربخش در تبیین این نسبت

است و در ادراک مخاطب و نیز آشکار ساختن حقیقت و صورت باطنی اشیا مؤثر و جزء لاینفک معماری اسلامی است (کاظمی و کلانتری، ۱۳۹۰).

فضای مسجد و رسانش نوآوری فرهنگ ایثار و شهادت

اینکه مساجد یا هر کالبد دیگری چگونه می‌توانند به معرفی، تبلیغ و ترویج موضوعی خاص که در اینجا فرهنگ ایثار و شهادت است، بپردازند، مستلزم این است که مروری بر نظریه‌ها و سیر ترویج و تبلیغ داشته باشیم. نظریه ترویج، انتشار و رسانش نوآوری ابتدا در زمینه‌های کشاورزی و صنعتی و دربارهٔ میزان پذیرش تغییرات فناورانه بکار می‌رفت، اما امروزه در حوزه‌های اجتماعی و آموزشی نیز از آن استفاده روزمره می‌شود (Nutley & Davies, 2000). در این راستا رسانش نوآوری موضوعیت یافته و تأکید بر ابعاد پنهان، آشکار و وابسته به ترویج نوآوری بوده است. مساجد به‌عنوان کالدهای اسلامی نیز از این قاعده مستثنی نبوده و الگوی ترویجی و کارکردی آنها در زمینه ترویج فرهنگ ایثار و شهادت به سمت استفاده از الگوهای رسانش نوآوری حرکت نموده است.

انتشار نوآوری، فرایندی است که نوآوری از طریق کانال‌های ارتباطی خاص و طی یک دورهٔ زمانی به اعضای یک نظام اجتماعی منتقل می‌شود. چهار عنصر این تعریف عبارت است از: نوآوری، کانال ارتباطی، زمان مورد نیاز و نظام اجتماعی. نوآوری می‌تواند ایده، شیوه یا شیء تازه و بکری باشد یا اینکه تازه جلوه کند. به خلاف اسم ظاهری نوآوری، نیازی نیست که نوآوری یک ایده بسیار تازه باشد، بلکه کافی است که ایده، شیوه یا شیء باشد که از دیدگاه افرادی که آن را می‌پذیرند، تازه و نو جلوه کند (Rogers, 1995: 11) و نوآوری آن نیست که هرچه را قدیمی است، دور بریزیم و هر چه را مدرن است، بپذیریم، بلکه بدین معناست که آنچه را محکم و مثبت است، چه قدیمی و چه جدید، در ترکیبی پویا و خلاق قرار دهیم (لطف‌آبادی و نوروزی، ۱۳۸۵).

می توان این گونه استنباط نمود که مساجد در زمینه ترویج فرهنگ ایثار و شهادت بایستی اولاً موضوعیت یافته، کانال های مناسب را استفاده و در زمان و ساختار اجتماعی مناسب ایفاء گردد. در ادامه به این موضوع خواهیم پرداخت که منظور ما از نقش مساجد در ترویج فرهنگ ایثار و شهادت بیشتر به جنبه کانال های ارتباطی ارتباط پیدا می کند. کانال های ارتباطی مساجد در زمینه ترویج فرهنگی ایثار و شهادت، از طرق مختلف همچون استفاده از فضای سخنرانی و خطبه خوانی، نصب تصاویر، عکس ها و مطالب مرتبط و در نهایت برگزاری برنامه های مرتبط به دلیل فضای مناسب در نظر گرفته می شود.

از سوی دیگر در همین رابطه، فرایند ارتباط اقناعی دارای سه عنصر است که هر کدام از آنها ویژگی خاص خود را دارند سه عنصر، پیام رسان، مخاطب و پیام در فرایند ارتباط اقناعی نقش مهمی را ایفا می کند. پیام رسان چهار ویژگی، مهارت ارتباطی، نگرش، دانش و موقعیت، مخاطب ویژگی های روان شناختی، جامعه شناختی داشته و پیام نیز باید قابل فهم، مستدل، قالب بندی شده و نتیجه بخش باشد (به نقل از فتح الهی و کاملی، ۱۳۹۴). به طوری که پیام رسان (خطیب، سخنران، تصویر و...)، مخاطب (نماز گزاران) و در نهایت پیام (فرهنگ ایثار و شهادت) در مساجد به خوبی قابل تبیین و بررسی است. نگاه از این جنبه نیز می تواند به نقش مساجد در ترویج فرهنگ ایثار و شهادت کمک نماید.

ارائه فرضیات پژوهش

در نتیجه، با مروری که بر کارکرد مساجد، تئوری رسانش نوآوری و جایگاه تبلیغ و ترویج در فضاهای اسلامی همچون مساجد گردید، می توان این گونه نتیجه گرفت که ارتباط مساجد و ترویج فرهنگ ایثار و شهادت ارتباطی از نوع رسانش نوآوری در فضاهای اسلامی است و این موضوع با توجه به پیشینه های تجربی از سه بعد قابل

جمع‌بندی است. به عبارتی دیگر بر اساس این مبانی مساجد از سه جنبه تصویرسازی که در آن به استفاده از تصاویر، عکس‌ها، فیلم‌ها و آنچه به چشم می‌آید، تجهیز که در آن بر به‌کارگیری امکانات و تجهیزات فرهنگی تأکید می‌گردد و در نهایت برنامه‌های اجرایی که در آن به انجام سخنرانی‌ها، مراسم و یادواره‌ها، تبلیغ و اطلاع‌رسانی‌ها پرداخته می‌شود، در زمینه ترویج فرهنگ ایثار و شهادت نقش ایفاء می‌کنند. این سه بخش، محور اصلی طراحی فرضیات قرار گرفته است. به طوری که سه فرضیه زیر ارائه می‌گردد:

الف) به نظر می‌رسد، فضایی شدن شاخص ایثارگری و شهادت‌طلبی در مساجد استان خراسان رضوی به صورت تصویرسازی انجام شده است؛

ب) به نظر می‌رسد، فضایی شدن شاخص ایثارگری و شهادت‌طلبی در مساجد استان خراسان رضوی به صورت تجهیز امکانات انجام شده است؛

ج) به نظر می‌رسد، فضایی شدن شاخص ایثارگری و شهادت‌طلبی در مساجد استان خراسان رضوی به صورت اجرای برنامه‌های فرهنگی انجام شده است.

منظور از وضعیت مناسب در این پژوهش این است که مقدار شاخص‌های مورد نظر بیشتر از متوسط باشد. متوسط نیز حد میانی یا میانگین شاخص است. گویه‌ها در قالب لیکرت پنج‌گزینه‌ای طراحی شده و بنابراین، شاخص نهایی نیز در بازه یک تا پنج ساخته شده و حد میانگین آن نیز ۲/۵ است. بنابراین اگر شاخصی بالاتر از این مقدار باشد گوییم مناسب است.

روش پژوهش

روش مورد استفاده در این پژوهش، پیمایش است. ابزار مورد استفاده پرسشنامه محقق ساخته با ۳۶ پرسش و باهدف جمع‌آوری اطلاعات در مورد گرایش جامعه آماری مورد مطالعه به ارزش‌های اسلامی در حوزه جهاد و دفاع، شهادت‌طلبی و ایثارگری است.

این شاخص‌ها از مبانی نظری، پیشینه و تعریف فضایی‌شدن گردآوری شده است. بدیهی است پرسش‌ها متناسب با مؤلفه‌های نهاد مسجد و دربردارنده ویژگی‌های مختلف یک نهاد همچون تأمین نیازهای جامعه و حاکمیت ارزش‌ها و هنجارها خواهد بود. در بخش کیفی نیز ابزار مورداستفاده مصاحبه بی‌رهنمود یا غیرساخت‌یافته مدنظر قرار می‌گیرند. جامعه آماری در پژوهش کلیه‌ی افراد بالای ۲۰ سال استان در طبقات مختلف استفاده‌کننده از مساجد شهر مشهد است. با توجه به اینکه هرگز نمی‌توان آمار دقیق نمازگزاران را به دست آورد، تعداد مساجد استان و شهر مسجد ملاک نظر قرار گرفت. با توجه به آمار امور مساجد استان حدود، ۷۰۰۰ مسجد در استان خراسان رضوی وجود دارد که از این تعداد ۱۲۰۰ مسجد در شهر مشهد است؛ بنابراین ملاک عمل نیز این آمار در نظر گرفته شد. در مجموع تعداد ۴۲ مسجد و از بین آن‌ها ۴۲۰ نمازگزار به صورت نمونه‌گیری تصادفی ساده محور بررسی این پژوهش قرار گرفت. با توجه به اینکه تعداد نمازگزاران مشخص نیست ولی لیست مساجد در اختیار است ملاک انتخاب نمونه مساجد در نظر گرفته شده و تعداد آنها و همچنین شهرهای مربوطه نیز توسط کارفرما در اختیار محققین قرار گرفت. اما شیوه انتخاب مساجد در تمامی مراحل به صورت تصادفی ساده بوده است. همچنین مقاله حاضر از طرح پژوهشی حمایت شده توسط بنیاد شهید و امور ایثارگران کشور استخراج شده است.

ابزار جمع‌آوری اطلاعات به صورت کلی شامل شاخص‌های زیر بود:

فضایی‌شدن فرهنگ ایثارگری و شهادت‌طلبی در قالب تصویرسازی: اعم از تصاویر شهدا، خاطرات، نمادهای فرهنگی شهدا.

فضایی‌شدن فرهنگ ایثارگری و شهادت‌طلبی در قالب تجهیز امکانات: ویتترین شهدا، کتابخانه، ساختار مدیریتی و روحانی.

فضایی‌شدن فرهنگ ایثارگری و شهادت‌طلبی در قالب اجرای برنامه‌های فرهنگی: پاسداشت شهدا و ایثارگران، دعوت در برنامه‌ها و مراسم‌ها، جلسات و هم‌اندیشی.

پژوهش پیش‌رو اگرچه در عنوان به نظر علی است اما در اصل تحلیل تک متغیره برای هرکدام از مفاهیم فوق است. لذاست که متغیر مستقل و وابسته در آن مطرح نیست و آزمون‌های آماری نیز از نوع تک متغیره است.

برای بررسی اعتبار در این پژوهش از اعتبار محتوایی با توافق داوران و روایی سازه با تحلیل عاملی تأییدی ابزار پژوهش و برای پایایی نیز از آلفای کرونباخ شد که در شاخص ایثارگری (۸۱ درصد) و در شاخص شهادت‌طلبی نیز (۸۹ درصد) به دست آمد. جهت آزمون فرضیات مسیری از توصیف به استنباط طی شده است. به این صورت که ابتدا توصیف یافته‌های پژوهش، سپس بررسی پیش‌فرض‌های آزمون فرضیات که در آن نرمال بودن داده‌ها، کمی بودن و در نهایت تعداد نمونه هر آزمون بررسی و در نهایت آزمون اصلی فرضیات صورت گرفته است. اشاره می‌شود که در راستای فهم بهتر موضوع و تدقیق ابعاد آن همبستگی درونی نیز موردسنجش قرار گرفته است.

یافته‌های پژوهش

از آنجاکه این پژوهش به بررسی نقش مساجد می‌پردازد دارای بخش توصیفی برجسته‌تری است اما بخش استنباطی نیز آزمون رابطه بین شاخص‌ها، آزمون فرضیات، اولویت‌بندی شاخص‌ها و در نهایت مقایسه شاخص‌ها بین مشهد و شهرستان‌ها را در برمی‌گیرد؛ بنابراین، یافته‌های پژوهش در بخش‌های توصیف کلی، بررسی پیش‌فرض‌ها و در نهایت آزمون فرضیات انجام می‌گیرند. در ابتدا اینکه، از بین کل پاسخگویان ۷۱ درصد (۲۹۸ نفر) مربوط به مشهد و ۲۹ درصد (۱۲۲ نفر) دیگر نیز مربوط به شهرها می‌باشند. از سوی دیگر از بین شهرها نیز به تصادف شهرهای تربت‌جام، نیشابور، تربت‌حیدریه و قوچان انتخاب گردیده‌اند. این انتخاب ضمن تصادفی بودن مبتنی بر موقعیت جغرافیایی، موقعیت فرهنگی و اجتماعی و قومیت و همچنین اهمیت شهر در

استان بوده است. همچنین، نیمی از پاسخگویان مرد و نیم دیگر زن، ۲۵ درصد مجرد ۱۰۵ نفر و ۷۴ درصد متأهل ۳۱۵ نفر و بیشتر آنها نیز دارای مدرک دیپلم و پس از آن نیز سیکل می‌باشند و در نهایت میانگین سنی پاسخگویان ۳۸ سال، تعداد اعضای خانواده ۴ نفر و میانگین درآمد نیز ۸۲۳ هزار تومان است.

جدول ۱. توصیف شاخص‌های اصلی پژوهش

شاخص‌ها	شاخص کلی شهادت‌طلبی	شاخص کلی ایثارگری	شاخص تصویری سازی	شاخص تجهیز	شاخص برنامه
میانگین	۲/۳۳۷۷	۲/۴۳۷۰	۲/۱۰۱۷	۲/۳۸۲۹	۲/۴۱۶۳
انحراف معیار	۰/۸۷۵۶۰	۰/۹۷۷۱۳	۹۲۰۴۵	۹۴۶۰۶	۰/۹۹۰۵۴

جدول شماره ۱، نشان‌دهنده این است که میانگین شاخص کلی نقش مسجد در شهادت‌طلبی (۲/۳۳)، نقش مسجد در ایثارگری (۲/۴۳) است؛ اما از سوی دیگر میانگین سه سطح تحلیلی شاخص تصویرسازی (۲/۱۰)، شاخص تجهیز (۲/۳۸) و شاخص برنامه نیز (۲/۴۱) است. شایان‌ذکر است که این میانگین در بازه یک تا پنج قرار دارد.

جدول ۲. همبستگی درونی شاخص‌های پژوهش

شاخص‌ها	شاخص تصویرسازی	شاخص تجهیز	شاخص برنامه
شاخص تصویرسازی	۱		
شاخص تجهیز	۰/۷۴۰	۱	
شاخص برنامه	۰/۷۰	۰/۸۷	۱
** همبستگی معنادار در سطح ۰/۰۱			

با توجه به جدول شماره ۲، می‌توان گفت که بین شاخص‌های ایثارگری و شهادت در سه سطح تصویرسازی، تجهیز و برنامه همبستگی مثبت و معنادار وجود دارد. این

بدان معناست که بین این شاخص‌ها رابطه درونی قوی وجود داشته و از یک مجموعه مفهومی تبعیت می‌کنند.

با توجه به اینکه شاخص‌های سه‌گانه پژوهش نرمال می‌باشند. جهت سنجش این مسئله که آیا این شاخص‌ها دارای مقداری کمتر یا بیشتر از متوسط می‌باشند از آزمون تک نمونه‌ای^۱ از زیرمجموعه‌های آزمون t استفاده شده است.

جدول ۳. آزمون فرضیات پژوهش

مقدار معناداری	مقدار t	خطای استاندارد	انحراف معیار	میانگین	شاخص‌ها
۰/۰۰۰	۸/۸۳۷	۰/۰۴۵۰۷	۰/۹۲۰۴۵	۲/۱۰۱۷	شاخص تصویرسازی
۰/۰۱۲	۲/۵۳۰	۰/۰۴۶۲۷	۰/۹۴۶۰۶	۲/۳۸۲۹	شاخص تجهیز
۰/۰۸۵	۱/۷۲۶	۰/۰۴۸۵۱	۰/۹۹۰۵۴	۲/۴۱۶۳	شاخص برنامه

با توجه به جدول شماره ۳، در رابطه با هر سه فرضیه به شرح زیر می‌توان قضاوت نمود.

■ با توجه به اینکه میانگین شاخص تصویرسازی کمتر از متوسط $(2/5)$ بوده و از سوی دیگر این اختلاف با توجه به پایین بودن سطح معناداری، قابل قبول و معنادار است می‌توان گفت که نقش مسجد در ایثارگری و شهادت‌طلبی در بخش تصویرسازی کمتر از متوسط و قابل تعمیم به جامعه آماری است (تأیید فرضیه آماری). شایان ذکر است که فرضیه آماری و فرضیه محقق با هم تفاوت دارند. فرضیه آماری اختلاف با میانگین است نه مناسب بودن آن بنابراین فرضیه آماری در این بین تأیید شده ولی مقدار آن کمتر از متوسط است. به عبارتی دیگر چون فرضیات

1. One-sample statistics

^۱ انتخاب این عدد به منزله حد وسط بین ۱ تا ۵ است که شاخص‌ها نیز در این بازه ساخته شده است.

تک‌بعدی است، اختلاف با میانگین یک مسئله و کمتر یا بیشتر از بودن نیز موضوع دیگری است. پس فرضیه محقق مبنی بر مناسب بودن تأیید نشده است.

■ با توجه به اینکه میانگین شاخص تجهیز کمتر از متوسط (۲/۵ درصد) بوده و از سوی دیگر این اختلاف با توجه به پایین بودن سطح معناداری، قابل قبول و معنادار است می‌توان گفت که نقش مسجد در ایثارگری و شهادت‌طلبی در بخش تجهیز کمتر از متوسط و قابل‌تعمیم به جامعه آماری است (تأیید فرضیه آماری). در این رابطه نیز توضیح فرضیه قبل صادق است.

■ اگرچه میانگین شاخص برنامه کمتر از متوسط (۲/۵ درصد) است ولی از سوی دیگر این اختلاف با توجه به بالا بودن سطح معناداری، قابل قبول و معنادار نیست و می‌توان گفت که نقش مسجد در ایثارگری و شهادت‌طلبی در بخش برنامه متوسط است (رد فرضیه آماری). در این رابطه نیز توضیح فرضیه اول صادق است.

بنابراین، مساجد در هر سه بخش تأثیر کم دارند ولی این ضعف در دو بخش تصویرسازی و تجهیز بیشتر از اجرای برنامه‌ها است. با توجه به اینکه سطوح معناداری در دو شاخص تصویرسازی و تجهیز کمتر از پنج درصد است فرضیه آماری رد می‌شود ولی این بدان معنا نیست که میزان این دو شاخص بیشتر از متوسط و مثبت است. در شاخص برنامه نیز مقدار شاخص نزدیک به متوسط بوده و فرضیه آماری تأیید شده است.

مقایسه میانگین در اندازه‌های تکراری و آزمون فریدمن برای اولویت‌بندی شاخص‌های سه‌گانه صورت گرفت. جدول شماره ۴ نشان‌دهنده این است که شاخص برنامه بیشترین مقدار، شاخص تجهیز متوسط و شاخص تصویرسازی نیز کمترین میزان را در ترویج فرهنگ ایثار و شهادت به خود اختصاص داده است.

جدول ۴: مقایسه شاخص‌های اصلی با یکدیگر

شاخص‌ها	میانگین	انحراف معیار	معناداری اثر پیلاي	مقدار فریدمن	معناداری فریدمن
شاخص تصویرسازی	۲/۱۷/۱۰	۰/۹۲۰۴۵	۰/۰۰۱	۶۵/۵۵۷	۰/۰۰
شاخص تجهیز	۲/۳۸۲۹	۰/۹۴۶۰۶			
شاخص برنامه	۲/۴۱۶۳	۰/۹۹۰۵۴			

در نهایت اینکه مقایسه‌ای نیز بین مقادیر شاخص‌ها به تفکیک مشهد و شهرستان‌ها صورت گرفته است و نتایج نیز در جدول شماره ۵ خلاصه شده است. در این رابطه از آزمون مقایسه میانگین در جوامع مستقل استفاده شده است.

جدول ۵: مقایسه میانگین شاخص‌های اصلی در مشهد و شهرستان

شاخص‌ها	مساجد در:	تعداد	میانگین	انحراف معیار	مقدار t	معناداری
شاخص تصویرسازی	مشهد	۳۰۰	۲/۰۹	۰/۹۴	۱/۱۸	۰/۳۸
	شهرستان	۱۲۰	۲/۱۱	۰/۸۶		
شاخص تجهیز	مشهد	۳۰۰	۲/۳۸	۰/۹۸	۱/۰۷	۰/۴۱
	شهرستان	۱۲۰	۲/۳۸	۰/۸۵		
شاخص برنامه	مشهد	۳۰۰	۲/۳۶	۰/۹۷	۲/۱۹	۰/۰۴
	شهرستان	۱۲۰	۲/۵۴	۰/۹۵		

جدول شماره ۵ نیز نشان‌دهنده این است که دو شاخص تصویرسازی و تجهیز در مشهد و شهرستان با یکدیگر اختلاف معناداری ندارد اما شاخص برنامه‌های مرتبط با ایثار و شهادت در شهرستان‌ها وضعیت مناسب‌تری نسبت به شهر مشهد دارد و این اختلاف نیز معنادار است.

بحث و نتیجه گیری

استفاده از فضاهای خاص فرهنگی در راستای فرهنگ‌سازی در قالب فضایی شدن فرهنگ امری است که اگرچه در کشور اجرا می‌گردد، اما از نظر علمی کمتر بدان توجه شده است. در این پژوهش نیز هدف اصلی پررنگ نمودن این مسئله از نقطه نظر فضایی شدن فرهنگ ایثار و شهادت بوده است. حفظ و اشاعه‌ی روحیه‌ی ایثارگری و شهادت‌طلبی نه تنها در افزایش کمالات انسانی، نقش بسزایی ایفا می‌کند بلکه ضامن مصونیت و حفظ جامعه در برابر اهریمنان است؛ و در این راستا ارزش‌های اسلامی نیز به‌نوعی نمود خود را بازمی‌یابد. باین‌وجود، هرچند در دوران شکل‌گیری انقلاب شکوهمند اسلامی و در دوران دفاع مقدس، فضای جامعه آکنده از شوق به شهادت و کشته شدن در راه خدا گردید و از انواع روش‌ها در راستای ترویج فرهنگ ایثار و شهادت بهره جسته شد. اگرچه این برنامه‌ها دارای مشکلاتی بود ولی همچنان جای خالی برخی از مسائل همچون نقش مساجد در این زمره احساس می‌شود.



شکل ۱. مسجد و فرهنگی شدن ایثار و شهادت

در این راستا، نخستین قدم شناسایی بسترها و عوامل تأثیرگذاری بر شکل‌گیری و گسترش ایثارگری و همچنین اخلاق مبتنی بر شهادت و ارزش‌های اسلامی است تا بر

مبنای آن بتوان برای دستیابی به اهداف فوق، برنامه‌ریزی کرد. به نظر می‌رسد که یکی از کانون‌های اصلی تربیت معنوی و هدایت جامعه به سوی ارزش‌های اسلامی و همچنین ترویج فرهنگ ایثار و شهادت، مساجد هستند. مسجد به‌عنوان مرکز جماعات مذهبی و معبد مسلمین از صدر اسلام تاکنون نقش برجسته‌ای در حفظ و گسترش دستاوردهای اسلام داشته است. به‌نوعی که مساجد کارکردهای فرهنگی (برگزاری نماز جماعت، خطبه‌خوانی، روضه‌خوانی)، نظامی (آموزش فکری اجتماعی و نظامی، تهییج مردم و رزمندگان، مدیریت جنگ، آموزش کمک‌های اولیه، محافظت از مردم)، تبلیغی (ارتباطات اسلامی با مردم، تدریس و آموزش مبلغ، توزیع بسته‌های آموزشی)، سیاسی (رأی‌گیری، مشاوره‌ها، آیین حکومت‌داری، تجمع مسلمین) از جمله این کارکردها بوده است؛ اما در حال حاضر که در دوران صلح و آرامش به سر می‌بریم، مساجد نقش‌های مختلفی را ایفا می‌کنند. حفظ یاد و خاطره شهدای جنگ و تجلیل مداوم از شهدای هر محله در مساجد همان محل از جمله این نقش‌هاست. دسته‌هایی از اهالی محل در مناسبت‌های گوناگون برای بازدید از خانواده‌های شهدا در مسجد محل تجمع کردند و پس از سازمان‌دهی، به منزل شهدا می‌رفتند. همچنین اجرای فیلم‌ها و سرودهای مرتبط با ترویج فرهنگ ایثار و شهادت، نصب پوسترها و عکس‌ها و خاطرات و وصیت‌نامه شهدا، فعالیت کانون‌های فرهنگی، فعالیت پایگاه‌های بسیج و این موارد از جمله موضوعاتی است که امروزه در مساجد به‌روشنی به چشم می‌خورد.

نتایج این پژوهش نشان داده است که در حال حاضر در زمره مسائل اساسی دفاع مقدس و زمینه مشترک آن با کارکرد مساجد فاصله وجود دارد و لازم است در این زمینه قدم‌هایی برداشته شود. یافته‌های این پژوهش نشان داده است که خطبای مساجد در بین سخنرانی‌های خود کمتر به مباحث ایثار و شهادت پرداخته و بیشتر به سوی بیان مسائل اخلاقی و ارزش‌های اسلامی اشاره می‌کنند.

در رابطه با فرضیه اول این نتیجه عاید گردید که در زمینه فضایی‌شدن فرهنگ ایثار و شهادت در قالب تصویرسازی در فضای مسجد اگرچه ظرفیت‌های بسیاری وجود دارد اما میزان استفاده از این ظرفیت ضعیف و لذا ارزیابی نمازگزاران نیز کمتر از متوسط به دست آمد.

همچنین در رابطه با فرضیه دوم نیز مسئله قبل حاکم بوده و در تجهیز مساجد ضعف وجود دارد؛ اما در فرضیه سوم وضعیت کمی بهتر بوده و فضایی‌شدن ایثارگری و شهادت در قالب برگزاری برنامه‌ها مناسب است.

پیشنهاد‌های پژوهش

با توجه به این سه فرضیه مهم پیشنهاد‌های زیر ارائه می‌گردد:

۱. تدوین سند چشم‌انداز در زمینه جایگاه مساجد در شهادت‌طلبی، ایثارگری و گرایش به ارزش‌های اسلامی؛
۲. راه‌اندازی شبکه مجازی ایثار و شهادت در مساجد؛
۳. تقویت کانون‌های فرهنگی مساجد در زمینه ایثار و شهادت؛
۴. تقویت و حمایت از پایگاه‌های بسیج در زمینه ایثار و شهادت؛
۵. استفاده از توان شورای اجتماعی محلات در زمینه ایثار و شهادت در مساجد؛
۶. تفاهم با سازمان امور مساجد کشور در زمینه ایثار و شهادت؛
۷. برگزاری مسابقه و هم‌اندیشی با موضوع ایثار و شهادت مشترک با مساجد؛
۸. تجهیز کتابخانه‌های مساجد در زمینه ایثار و شهادت؛
۹. استفاده از توان بانوان در زمینه ایثار و شهادت؛
۱۰. نصب وصیت‌نامه، تصاویر، خاطرات و دست‌نوشته شهدا در قالب پیام‌های هفتگی و روزانه.

این پژوهش توانست اهمیت جایگاه مساجد در ترویج فرهنگ ایثار و شهادت را نمایان سازد و امید می‌رود با پیشنهادهایی که داده می‌شود این موضوع از رویکرد دیگری برخوردار شده و در استان خراسان رضوی نیز بیشتر شاهد استفاده از ظرفیت مساجد باشیم؛ بنابراین لازم است کارفرمای محترم با دقت نظر بیشتری به‌مرور پیشنهادهای بر خواسته از پژوهش بپردازد.



منابع و مأخذ

اردشیری، مهیار؛ خلیل حاجی پور و سمیه حکیمی (۱۳۹۲). «بررسی نقش و جایگاه ساختار کالبدی محله‌های شهری بر شکل‌گیری سرمایه اجتماعی»، *مجله پژوهش و برنامه‌ریزی شهری*، شماره ۱۳: ۳۵-۵۶.

اسکافی، مریم و حمید مسعودی (۱۳۹۲). *بررسی عملکرد سازمان‌های استان خراسان رضوی در زمینه ترویج فرهنگ ایثار و شهادت*، طرح پژوهشی، ناظر غلامرضا صدیق اورعی، بنیاد شهید و امور ایثارگران.

اسماعیلیان، سحر و محمدرضا پورجعفر (۱۳۹۰). «در جستجوی معیارهای شکل‌دهنده شبکه فضاهای شهری در بافت تاریخی ایران، نمونه موردی: اصفهان، دردمشت»، *مدیریت شهری*، شماره ۳۱: ۸۲-۶۵.

امان‌پور، سعید (۱۳۸۹). *راهکارهای عملی ترویج و گسترش فرهنگ صداقت و شهادت در مجتمع‌های زیستی شهری*، همایش ملی راه‌های ترویج و گسترش فرهنگ صداقت و شهادت در دانشگاه‌ها، مؤسسه آموزش عالی باختر.

انوری، حسن، (۱۳۸۱). *فرهنگ بزرگ سخن*، تهران: نشر سخن.

بهمنی، فرانک (۱۳۸۹). *راهکارهای تقویت فرهنگ ایثار و شهادت بین دانش‌آموزان و دانشجویان*، مجموعه مقالات همایش ملی فرهنگ ایثار و شهادت، دانشگاه زنجان.

پورجعفر، محمدرضا (۱۳۸۱). «توجه به معیارهای طراحی شهری و معماری در مساجد قدیمی (مورد مطالعه مسجد جامع دهلی)»، *مجله مدرسه هنر*، شماره ۱: صص ۷۵-۹۰.

تقوایی علی‌اکبر و سکینه معروفی (۱۳۸۹). «ارزیابی نقش مساجد در ارتقا کیفیت محیط، مطالعه موردی: مسجد امیر تهران»، *مدیریت شهری*، شماره ۲۵: ۲۳۴-۲۱۹.

طالقانی غلامرضا، حسن عابدی جعفری، ابوالحسن فقیهی و رسول عباسی (۱۳۸۹). «مدیریت مسجد: تدوین الگوی شایستگی منابع انسانی»، *پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی*، شماره ۳-۴: ۸۰-۵۵.

عباسپور، نورعلی (۱۳۸۲). *ایثار و شهادت در آینه مسجد*، نشر شاهد.

فاضلی نعمت‌اله (۱۳۸۷). «مسجد و مدرنیت: مروری تحلیلی و جامعه‌شناختی به گفتمان‌های مسجد در ایران»، پژوهشنامه علوم انسانی و اجتماعی نیمه اول ۱۳۸۷؛ (ویژه‌نامه پژوهش‌های اجتماعی) شماره ۱: ۹۹-۱۳۲.

فتح‌الهی، ابراهیم و ابراهیم کاملی (۱۳۹۴). «فرایند اقناع در قرآن کریم»، فصلنامه علمی و پژوهشی تحقیقات علوم قرآن و حدیث دانشگاه الزهرا (س)، شماره ۱: ۷۵-۹۹.

کاظمی سیدمحمد، حسین کلاتری خلیل‌آباد (۱۳۹۰). «ابزارهای پیام‌رسانی معنوی در معماری مسجد با تأکید بر نقش ایدئولوژی اسلامی مطالعات شهر ایرانی اسلامی» شماره ۶: ۴۶-۴۱.

لطف‌آبادی، حسین و وحیده نوروزی (۱۳۸۵). «خرد مینوی، دانش عینی و رشد یافتگی شخصیت علمی محقق به‌عنوان مبنای نوآوری آموزشی و تربیتی». فصلنامه نوآوری‌های آموزشی، شماره ۱۵:

۴۷-۸۴

مثقالی، فرشید (۱۳۸۶). «دیزاین و تصویرسازی»، فصلنامه حرفه هنرمند، شماره ۱۹: صص ۱۴-۲۳. محمدی ری‌شهری، محمد (۱۳۸۶). فرهنگنامه مسجد، ترجمه مرتضی خوش‌نسب، قم: انتشارات دارالحدیث.

محمدی، فتاح و مهدی صفرزاده (۱۳۸۹). استراتژی (راهکارهای) ترویج فرهنگ ایثار و شهادت، مجموعه مقالات همایش ملی فرهنگ ایثار و شهادت، دانشگاه زنجان.

مهدوی‌نژاد محمدجواد و محمد مشایخی (۱۳۸۹). «بایسته‌های طراحی مسجد بر مبنای کارکردهای فرهنگی - اجتماعی، معماری و شهرسازی آرمان‌شهر» شماره ۵: ۷۸-۶۵.

نظری علی‌اشرف و علی حسن‌پور (۱۳۹۱). «مسجد و فرایندهای فرهنگی قدرت در نظام جمهوری اسلامی ایران»، پژوهشنامه انقلاب اسلامی، شماره ۴: ۸۷-۱۱۱.

نقی‌زاده، محمد (۱۳۸۷). شهر و معماری اسامی (تجلیات و عینیات)، اصفهان: سازمان نظام مهندسی ساختمان استان اصفهان.

نورانی، حسین (۱۳۸۸). آسیب‌شناسی شیوه‌های ترویج فرهنگ ایثار و شهادت، پایگاه اینترنتی پایداری.

هاشمی، علی (۱۳۸۹). راهکارهای ترویج فرهنگ ایثار و شهادت، مجموعه مقالات همایش ملی فرهنگ ایثار و شهادت، دانشگاه زنجان.

هیلن براند، رابرت (۱۳۸۰). معماری اسلامی، ترجمه باقر آیت‌الله ... زاده شیرازی، تهران: نشر روزنه.

- De Certeau, Michel, (1988). “**Walking in the city**” in “**The practice of everyday life**”. S.Rendall (trans.), University of California Press: Berkeley,
- Elden, S. (2001). **Mapping the Present: Heidegger, Foucault and the Project of a Spatial History**. London: Continuum.
- Hacking, I. (1985). “Michel Foucault: Beyond Structuralism and Hermeneutics by Hubert L. Dreyfus and Paul Rabinow”. **The Journal of Philosophy**, 82(5), 273-277.
- Lefebvre, Henri (1974). **La Production de l'espace**, Ed. Anthropos.
- Nutley S M & Davies HTO (2000). "Making a reality of evidence-based practice: some lessons from the diffusion of innovations". **Public Money and Management**. Vol.20.No.4.PP. 35-42.
- Rogers .Everett. M. (1995). **Diffusion of Innovations**. New York: Free Press.
- Shields, Rob (1991). **Places on the Margin**, Routledge. ISBN 0-415-08022-3 Chapter 1.



پروفیسر شگاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی
پرتال جامع علوم انسانی