

بررسی عوامل مؤثر بر نگرش دانشجویان به فرهنگ ایثار و شهادت

غلامرضا تاجبخش^۱

چکیده

هدف: هدف از انجام پژوهش حاضر، بررسی نگرش دانشجویان نسبت به فرهنگ ایثار و شهادت و توصیف و تبیین عوامل مؤثر بر آن بود. **روش:** پژوهش حاضر با استفاده از روش کمی و رویکرد پیمایش و با نمونه گیری تصادفی و طبقه بندی شده انجام شد. جامعه آماری این پژوهش تمامی دانشجویان دانشگاه آیت الله العظمی بروجردی (ره) و حجم نمونه با استفاده از نرم افزار سمپل پاور، ۲۷۱ نفر برآورد شده است. برای تجزیه و تحلیل یافته های پژوهش از نرم افزار اس.پی.اس.اس ۲۶ و آزمونهای آماری همچون: رگرسیون چند متغیره، همبستگی پیرسون، آنالیز واریانس و آزمون تی استفاده شده است. در پژوهش حاضر پنج فرضیه مطرح شد که به بررسی ارتباط متغیرهای مستقل پژوهش همچون: شکاف نسلی، نظام ارزشی، هویت، عملکرد نهادی و رسانه، با نگرش دانشجویان به فرهنگ ایثار و شهادت پرداخت. **یافته ها:** نتایج فرضیات پژوهش نشان می دهد که به ترتیب متغیر هویت با همبستگی ۰/۸۷۳ و معناداری ۰/۰۰۰، متغیر عملکرد نهادی با همبستگی ۰/۷۷۰ و معناداری ۰/۰۰۰، متغیر عملکرد رسانه ای با ۰/۷۵۸ و معناداری ۰/۰۰۰ و متغیر نظام ارزشی با همبستگی ۰/۷۴۸ و معناداری ۰/۰۰۰، بیشترین ارتباط را با نگرش دانشجویان بر فرهنگ ایثار و شهادت داشته اند و متغیر شکاف نسلی با همبستگی ۰/۰۱۲- و معناداری ۰/۸۴۴، ارتباطی با نگرش دانشجویان به فرهنگ ایثار و شهادت نداشته است. **نتیجه گیری:** عواملی نظیر دگرگونی هویتی، تغییرات ارزشی و عملکرد رسانه ای و نهادی می تواند بر نگرش دانشجویان نسبت به فرهنگ ایثار و شهادت مؤثر باشد.

واژگان کلیدی: شکاف نسلی، عملکرد نهادی و رسانه ای، فرهنگ ایثار و شهادت، نظام ارزشی، هویت.

◆ تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۹/۲۰؛ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۷/۰۵

۱. دکترای جامعه شناسی، استادیار گروه علوم اجتماعی، دانشگاه حضرت آیت الله العظمی بروجردی (ره). بروجرد، ایران.
(این مقاله برگرفته از طرح پژوهشی درون دانشگاهی است.) tajbakhsh@abru.ac.ir

الف) مقدمه

در تمامی جوامع، مفاهیمی وجود دارند که برای اعضای آن جامعه قداست و ارزش خاصی دارند. ایثار و شهادت دو مفهوم ارزشی مهم در جامعه ایرانی است که با عظمت و قداست به آنها نگریده می‌شود. این مفاهیم به دلیل برخورداری از مؤلفه‌هایی همچون: آزادمنشی، اخلاص و از خودگذشتگی، پیوند محکمی با ساختارهای فرهنگی و ارزشی جامعه دارند. بسط و توسعه فرهنگ ایثار و شهادت در جامعه، علاوه بر تأثیرگذاری بر ساختارهای فرهنگی، سیاسی و اقتصادی، به همبستگی اجتماعی نیز منجر می‌شود.

فرهنگ ایثار و شهادت، میراث گرانبهایی است که در طی دوران و حوادث بسیار در جامعه ما حفظ شده و اشاعه یافته است. بازسازی و مفهوم‌سازی مجدد این فرهنگ توسط متفکران دینی و اجتماعی معاصر، امری ضروری است (قاسم‌پور و همکاران، ۱۳۹۸: ۱۰۲). شناخت ارزشهای فرهنگی همچون ایثار و شهادت و روشهای ترویج این فرهنگ، در توسعه فرهنگی، نقش مؤثری خواهد داشت. این نقش زمانی مؤثر واقع خواهد شد که زمینه‌ها و شرایط به درستی درک و شناسایی شده و به درستی از آنها استفاده شود (شاه‌نوروزی و همکاران، ۱۳۹۶: ۵۳). فرهنگ ایثار و شهادت در جامعه ایرانی، سرمایه عظیم معنوی و راهبردی است. این فرهنگ با ظرفیت و قدرت ماهوی خود، در بقا و تداوم ارزشهای جامعه نقش حیاتی و برجسته‌ای دارد. ترویج و توسعه این فرهنگ از طریق نهادها و رسانه‌ها، در عصر جنگ نرمی که علیه امت اسلامی از جانب غرب صورت گرفته، بسیار مهم است. از سوی دیگر، در چند دهه اخیر شاهد تغییراتی در نگرش افراد جامعه و به خصوص قشر جوان نسبت به فرهنگ ایثار و شهادت بوده‌ایم. دگرگونی ارزشها، تحولات هویتی، شکاف نسلی و عدم عملکرد صحیح نهادها و رسانه‌ها نقش مهمی در تغییر نگرش نسل جوانان نسبت به فرهنگ ایثار و شهادت داشته است. بر همین اساس ارتقای فرهنگ ایثار و شهادت در میان نسل جوان و به خصوص دانشجویان به عنوان نیروهای پویا و فعال جامعه امری حیاتی است.

وجود برخی مؤلفه‌ها مانند جوان بودن هرم جمعیتی ایران، دوگانگی ساختاری، نوسازی فرهنگی و آموزشی، مصرف کالاهای فرهنگی، جهانی شدن و ... باعث نوگرایی نسل جوان شده و این ویژگی آمادگی این نسل را برای پذیرش الگوها و شیوه‌های جدید در حیات اجتماعی و قبول دگرگونی‌های مدرن و رویگردانی و عدم مقاومت برای حفظ الگوهای سنتی و قدیمی را ایجاد کرده است (تاج‌بخش، ۱۳۹۲: ۳۷). از طرفی، وجود مسئله دگرگونی هویتی و شکاف نسلی در جامعه ایرانی از یک سو بر ارزشهای فردگرایانه که باعث پیشرفت

می‌شوند، تأکید دارد و از سوی دیگر، پیامدهایی چون زوال ارزشهای غنی و انحرافات اجتماعی را به همراه دارد. بر این اساس، مسائلی چون دگرگونی ارزشی، شکاف نسلی و تغییرات هویتی، مسائل روز قشر جوان جامعه ماست و از طرفی، می‌توان بر نگرش آنها بر فرهنگ ایثار و شهادت اثرگذار باشد؛ زیرا جامعه ایرانی یک جامعه در حال گذار است و به همین دلیل، مسائلی چون شکاف نسلی و دگرگونی‌های ارزشی و هویتی، باعث تعارضات ارزشی در میان افراد جامعه و به خصوص قشر جوان می‌شود. نوع نگرش به فرهنگ ایثار و شهادت در دوران دفاع مقدس و انقلاب اسلامی از سنخ رویکرد حماسی و عقیدتی بوده است و در سالهای پس از جنگ تحمیلی این رویکرد به رویکردی عقلانی و انتقادی تغییر کرده است.

نسل جوان و به خصوص دانشجویان، نیروهای پویا و فعال جامعه‌اند و به عنوان سرمایه‌های اصلی جامعه به آنها نگرسته می‌شود. لذا نگرش آنان و بررسی عواملی که بر نوع نگاه آنها به فرهنگ ایثار و شهادت تأثیر می‌گذارد، ضروری است. بررسی عوامل مؤثر بر نگرش دانشجویان به مقوله ایثار و شهادت می‌تواند آمادگی جوانان را برای ایثار و دفاع از کشور پیش‌بینی کند. با توجه به اینکه پژوهشی تجربی، به ویژه از منظر جامعه‌شناختی در این زمینه انجام نشده است، یافته‌های این پژوهش از یک سو می‌تواند در سیاست‌گذاری‌ها و برنامه‌ریزی‌های اجتماعی توسط نهادهای دولتی در رسانه‌ها مورد استفاده قرار گیرد و از سوی دیگر گام مفیدی در شناخت عوامل مؤثر بر نگرش دانشجویان بر فرهنگ ایثار و شهادت باشد. از این رو، ضرورت دارد پیش از آنکه این فرهنگ غنی نزد حافظه تاریخی مردم فراموش شود، برای احیای آن تلاش کنیم. عدم توجه و فقدان این فرهنگ غنی می‌تواند تبعات و خسارات جبران‌ناپذیری را متوجه جامعه سازد. ذکر این نکته حائز اهمیت است که به دلیل خلأ پژوهشی در این زمینه، محقق سعی دارد با رویکردی جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر فرهنگ ایثار و شهادت را شناسایی کند و به تدوین چارچوب نظری مؤثر پردازد.

در پژوهش حاضر برآنیم تا عوامل مؤثر بر نگرش دانشجویان به فرهنگ ایثار و شهادت را بررسی کنیم و با ارائه راهکارهای سازنده به ارتقای اثربخشی فرهنگ ایثار و شهادت در میان نسل جوان و به خصوص دانشجویان پردازیم. بر این اساس، در پژوهش حاضر درصدد بررسی عوامل مؤثر بر نگرش دانشجویان آیت‌الله العظمی بروجردی (ره) به فرهنگ ایثار و

شهادت هستیم و قصد پاسخ‌دهی به این سؤال اساسی را داریم که چه عواملی بر نگرش دانشجویان این دانشگاه بر فرهنگ ایثار و شهادت مهم است؟

۱. پیشینه پژوهش

بررسی فرهنگ ایثار و شهادت در کشور قدمت چندانی ندارد، بیشتر پژوهش‌های انجام‌شده در این حوزه به یک دهه اخیر برمی‌گردد و رویکرد جامعه‌شناختی نیز در آنها کمتر دیده می‌شود. ضمن اینکه پژوهش‌های خارجی درباره این مفهوم نیز بسیار اندک است. با این وجود، در ادامه به بررسی برخی از پیشینه‌های داخلی و خارجی می‌پردازیم.

تاج‌بخش (۱۴۰۰) در «واکاوی مؤلفه‌های سبک زندگی شهید سلیمانی» به تبیین این مسئله پرداخت که ترویج سبک زندگی شهدا در جهت الگوسازی برای نسل جوان، ضرورتی راهبردی برای کشور محسوب می‌شود و به همین علت، محقق به دنبال شناسایی مؤلفه‌های سبک زندگی شهید سلیمانی است. این پژوهش به روش کیفی و با استفاده از نمونه‌گیری هدفمند و نظری انجام شده است. نمونه‌های مورد مطالعه در این پژوهش، ۲۵ نفر از جوانان ۱۸ تا ۳۵ سال شهرستان نیریز استان فارس هستند. محقق پس از تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی، مؤلفه‌های اصلی و فرعی سبک زندگی را شناسایی کرده که عبارتند از: سبک زندگی فردمحور، اجتماعی‌محور، مدیریت‌محور، سیاست‌محور و دین‌محور. نتایج حاصل از این پژوهش نشان می‌دهد که توجه به شاخص‌های سبک زندگی این شهید و الی‌المقام می‌تواند جوانان را در مقابل توطئه‌های سوء و مخرب بیگانگان بیمه کند و در عین حال، اصلاح رفتارهای ناپسند اجتماعی را تسریع بخشد.

قاسم‌پور و همکاران (۱۳۹۸) در بررسی «اثرات فرهنگ ایثار و شهادت بر رفتار شهروند سازمانی: تبیین نقش میانجی سرمایه اجتماعی»، به این مسئله پرداختند که رفتار شهروند در جامعه اسلامی چگونه تحت تأثیر عقاید دینی قرار می‌گیرد. نتیجه پژوهش این بود که فرهنگ ایثار و شهادت و مؤلفه‌های آن، هم به طور مستقیم و هم از راه تقویت سرمایه اجتماعی بر رفتار شهروند سازمانی تأثیر مثبت و معنادار داشته است.

نتایج پژوهش شاه‌نوروزی و همکاران (۱۳۹۶) در بررسی «عوامل مؤثر بر ارتقای اثربخشی شیوه‌های ترویج فرهنگ ایثار و شهادت» نشان داد که عوامل فرهنگی با ۷۷ درصد و ۴/۰۷ میانگین اثر در مجموع، در قیاس با سایر عوامل، بیشترین تأثیر را در ارتقای اثربخشی شیوه‌های ترویج فرهنگ ایثار و شهادت دارند.

مسعودی و همکاران (۱۳۹۵)، در «سیاست پژوهی ترویج فرهنگ ایثار و شهادت در سازمانهای دولتی استان خراسان رضوی»، به دنبال ارائه راهکارهایی بودند که فرهنگ ایثار و شهادت را در سازمانهای دولتی استان خراسان رضوی ارتقا دهد. محققان در این پژوهش از روش سیاست پژوهی بهره برده‌اند. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهند که ترویج فرهنگ ایثار و شهادت از مدل زمینه، فرایند و نتیجه تبعیت کرده است و توصیه‌های سیاست‌گذاری در دو نوع اجرایی و محتوایی ارائه و در نهایت، راهکارها در هر بخش بیان شده است که از جمله آنها می‌توان به احیای شورای ترویج فرهنگ ایثار و شهادت، تولید محتوای ترویجی و آموزشی، مدیریت بودجه‌های اختصاص یافته‌شده و ... اشاره کرد.

در بین پژوهشهای خارجی که مفهوم ایثار و شهادت را بررسی کرده‌اند، دو پژوهش قابل ذکر است. ال‌شریف^۱ (۲۰۲۱) در مقاله «آرمان‌سازی شهادت و نظامی‌گری اردن در یادواره شهیدان در عمان؛ رویکرد نشانه‌شناسی اجتماعی»، با استفاده از رویکرد کیفی نشانه‌شناسی به بررسی موضوع موزه‌ها و بناهای تاریخی اردن که نشانه‌هایی از فرهنگ شهادت و فداکاری‌های سربازان اردنی در آن وجود دارد، پرداخته است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که نشانه‌های تاریخی و اجتماعی که یادآور فداکاری‌های سربازان اردنی است، چه نقش مهمی در بازتولید فرهنگ شهادت و فداکاری دارد. حمامرا^۲ (۲۰۲۱) در مقاله «مادران داغدار شهیدان فلسطینی: گفتمانهای دینی و ملی ایثار و سوگ»، به تبیین واکنشهای مادران فلسطینی‌ای پرداخته که فرزندانشان شهید شده‌اند. این پژوهش به روش کیفی و با مصاحبه انجام شده است. نتایج حاصل از این پژوهش نشان می‌دهد که شهادت و ایثار به عنوان دو گفتمان مهم در فلسطین، به هویت جمعی اعضای این کشور شکل می‌بخشد و مادران فلسطینی با روحیه مبارزه‌طلبی خود، به ترویج فرهنگ ایثار و شهادت می‌پردازند.

همان‌گونه که در پیشینه‌های داخلی و خارجی دیده شد، هر یک از پژوهشها ابعاد مختلفی از این دو مفهوم را کندوکاو کرده بودند؛ برخی به جنبه‌های آموزشی آن توجه داشته و برخی به مبانی ارزشی فرهنگ ایثار و شهادت توجه داشته‌اند. در هر پژوهش و به خصوص در چند پژوهش خارجی که بررسی شد، هر محقق بسته به فرهنگ و شرایط جامعه خود، مفاهیم ایثار و شهادت را بررسی کرده است. اکثر پژوهشها در ایران به مسائل آموزشی، ارزشی و حتی فضا‌سازی شهری برای ترویج این نوع خاص از فرهنگ پرداخته‌اند. همچنین

۵۴۲ ♦ بررسی عوامل مؤثر بر نگرش دانشجویان به فرهنگ ایثار...

در این پژوهشها از دو نوع روش کیفی و کمی با رویکردهای مختلف استفاده شده است که نشان می‌دهد این مسئله و ابعاد گوناگون آن را می‌توان به هر دو روش و حتی روش ترکیبی بررسی کرد.

نکته مهم درباره پژوهشهای قبلی این است که از توجه به قشر جوان و به خصوص دانشجویان، به عنوان نیروهای پویای جامعه و فرهنگ‌سازی در میان آنان مورد غفلت شده و نگرش نسل جوان نسبت به فرهنگ ایثار و شهادت به جز در تعداد اندکی از پژوهشها، بررسی نشده است. از سوی دیگر، پژوهشهایی که فرهنگ ایثار و شهادت را با رویکرد جامعه‌شناختی بررسی کرده‌اند، نیز بسیار اندک است. از آنجا که بحث ارزشها در جامعه بسیار مهم تلقی شده و با ساختارهای فرهنگی در هم تنیده شده‌اند، شایسته است در این زمینه پژوهشهایی با رویکرد جامعه‌شناختی نیز انجام شود. در پژوهش حاضر برآنیم که فرهنگ ایثار و شهادت را با رویکردی جامعه‌شناختی بررسی کنیم. مهم‌ترین تفاوت این پژوهش با پژوهشهای قبلی در این مسئله است که با توجه به تحولات فرهنگی چند دهه اخیر در کشور و تأثیر بسزایی که بر نسل جوان و به خصوص دانشجویان داشته، برای بررسی فرهنگ ایثار و شهادت به عنوان ارزشی والا، نسل جوان و به خصوص دانشجویان را مورد بررسی قرار دهیم و از سوی دیگر، با رویکردی جامعه‌شناختی نگاهی نقادانه و آسیب‌شناسانه به افول این ارزشها داشته و به دنبال ارائه راهکارهای مناسبی برای ارتقای فرهنگ ایثار و شهادت در میان نسل جوان و به خصوص دانشجویان باشیم.

۲. مبانی نظری پژوهش

در بخش مبانی نظری پژوهش فرهنگ ایثار و شهادت به عنوان متغیر وابسته پژوهش و مفاهیمی چون: شکاف نسلی و دگرگونی نظام ارزشی، هویت و عملکرد نهادی و رسانه‌ای به عنوان عوامل مؤثر بر فرهنگ ایثار و شهادت به عنوان متغیر مستقل بررسی شده و در نهایت، به ارائه چارچوب نظری و مدل مفهومی پژوهش می‌پردازیم.

یک) فرهنگ ایثار و شهادت

ایثار در لغت به معنی برگزیدن، غرض دیگران را بر غرض خویش مقدم داشتن و منفعت غیر را بر مصلحت خود مقدم داشتن است (دهخدا، ۱۳۷۷: ۶۷۵). در فرهنگ اسلامی، ایثار به معنی تلاش، فداکاری، بخشش و اخلاص در راه خدا آمده که بیانگر رشد و معرفت الهی انسان است و با مفاهیمی همچون: شهادت، خیرخواهی و دیگرخواهی همراه است (شاه‌نوروزی و همکاران، ۱۳۹۶: ۵۴). شهادت به معنای فدا کردن جان خود در راه خدا و مرگ آگاهانه در راه

هدفی مقدس است که کنشی آگاهانه و اختیاری بوده است. از سوی دیگر، فرهنگ شهادت شامل مجموعه باورها و اعتقاداتی است که موجب دستیابی انسان به عالی‌ترین و والاترین درجه کمال؛ یعنی مرگ آگاهانه در راه خدا می‌شود (معنوی، ۱۳۷۸: ۲۲). بر اساس دو مفهوم ایثار و شهادت می‌توان گفت فرهنگ ایثار و شهادت، راهبردی تعیین‌کننده برای حفظ هویت و فرهنگ ملی به شمار می‌رود و برای شکل‌گیری آن به شاخصهایی نیاز است که از ارزشهای اسلامی ریشه می‌گیرند و این ارزشها از سه مبنای توحید، معاد و عدل گرفته می‌شوند. (قربانی، ۱۳۹۴: ۳۴)

فرهنگ ایثار و شهادت از نگاه قرآن و معصومین: از دیدگاه قرآن کریم، ایثار و شهادت در ابعاد مختلف ستوده شده و شهید به بهترین وجه تعریف شده است که بشر به راحتی به عمق معنای آن دست یابد: «و لا تقولوا لمن یقتل سبیل الله اموات بل احیا ولكن لا تشعرون»؛ کشته‌شدگان در راه خدا را مرده نخوانید، بلکه آنان زنده‌اند و لکن شما درک نمی‌کنید» (بقره: ۱۵۴). با توجه به معنی این آیه، هر کسی نمی‌تواند این مقام را درک کند. نکته چشمگیری که در این آیه وجود دارد، زنده بودن شهید است که اشاره به حیات آنان و روزی خوردن ایشان در نزد پروردگار دارد. رسول اکرم (ص) می‌فرماید: «جبرئیل امین را خبر داد که موجب روشنایی دیدگاه و شادی قلبم شد؛ زیرا او فرمود: ای محمد! هر کسی از پیروان تو در راه خدا ایثارگری کند، اگر قطره‌ای از خونسش روی زمین افتد یا دردی در وی به وجود آید (اشاره به جانبازان)، خدای متعال برایش مقام گواه و الگو در شهید بودن را معین می‌کند». همچنین امام صادق (ع) می‌فرماید: «سه گروه هستند که در روز قیامت شفاعت می‌کنند و خداوند هم شفاعت آنها را می‌پذیرد؛ انبیا، علما و شهیدان». (ری‌شهری، ۱۳۶۲: ۲۵۵)

فرهنگ ایثار و شهادت از نگاه اندیشمندان اسلامی: اندیشه‌های استاد مطهری یکی از منابع مهم، معتبر و مؤثر در زمینه‌های مسائل اسلامی، به ویژه موضوع جهاد و شهادت است. ایشان با درک مقتضیات زمان و با تحقیقات عمیق و اصیل که از منابع، مسائل اسلامی و اجتماعی داشت، در این وادی نیز مباحث جالب و به یادماندنی دارد. تأکید ایشان به موضوع خالص بودن انگیزه‌های شهادت و فی سبیل الله بودن آن، از ویژگی‌های منحصر به فرد تفکر اوست (مطهری، ۱۳۶۰: ۳۸۲). به عقیده شهید مطهری: «مثل شهید، مثل شمع است که خدمتش از نوع سوخته شدن و فانی شدن و پرتو افکندن است، تا دیگران در این پرتو که به بهای نیستی او تمام شده بنشینند و آسایش بیابند و کار خویش را انجام دهند». (همان: ۶۶)

به عقیده امام خمینی (ره)، ایثار و شهادت ویژگی مردان خدا و خط سرخ شهادت میراثی از خاندان نبوت و ولایت است. شهید به وجه الله نظر می‌کند و به لقاء الله می‌ماند. لذا شهید

به دنبال مرگ فی سبیل الله است. ایشان آرزوی شهادت را از ویژگی‌های عارفانه و روحانیون اصیل می‌داند و معتقداند آنان که حلقه ذکر عارفانه و دعای سحرگان حوزه‌های روحانیت را درک کردند، در حلقه حضورشان آرزویی جز شهادت ندیده‌اند. (خمینی، ۱۳۷۹: ۳۰)

فرهنگ ایثار و شهادت از منظر جامعه‌شناختی: یکی از مفاهیم اساسی مرتبط با ایثار و شهادت، مفهوم همبستگی و انسجام است. به طور کلی در یک جامعه زمانی که همبستگی بین افراد جامعه بالا باشد، فرهنگ ایثار و شهادت به خوبی ترویج می‌شود و زمانی که همبستگی در سطح پائینی باشد، کنشهای ایثارگرانه و شهادت طلبانه نیز در بین افراد جامعه کاهش می‌یابد. امیل دورکیم^۱ جامعه‌شناس فرانسوی نخستین کسی بود که به طور علمی به بررسی همبستگی اجتماعی در جامعه پرداخت. او در کتاب معروف خود «خودکشی» به این موضوع پرداخت که چگونه کاهش یا افزایش انسجام و همبستگی در جامعه، افراد را به سمت کنشهای آرمان خواهانه ای چون فدا کردن جان خود به نفع افراد جامعه می‌کشاند. به عقیده دورکیم، تمایلات جمعی، وجود خاص خود را دارند؛ آنها نیروهایی‌اند که به اندازه نیروهای کیهانی واقعیت دارند، اگر چه از نوع دیگریند. به علاوه، آنها از بیرون بر فرد اثر می‌گذارند، اگر چه از مجاری دیگر (تامپسن،^۲ ۱۳۸۸: ۱۶۶). دورکیم موضوع خودکشی را به سمت همبستگی اجتماعی می‌کشاند و قصد دارد با ارائه تبیینی جامعه‌شناختی از به ظاهر فردی‌ترین اعمال چون خودکشی، شأن علمی جامعه‌شناسی را اثبات و پایه‌ریزی کند. به عبارت دیگر؛ دورکیم در کتاب خودکشی به دنبال برهانی بود که بتواند رفتاری فردی همچون خودکشی را به علل اجتماعی ارتباط دهد (ریتزر،^۳ ۱۳۹۴: ۲۲). در دیدگاه دورکیم چهار نوع خودکشی وجود دارد که عبارتند از: خودکشی خودخواهانه، دگرخواهانه، تقدیرگرایانه و آنومیک. دورکیم انواع خودکشی‌ها را بر حسب رابطه خودکشی کننده با جامعه‌اش متمایز ساخته بود. بر این اساس، هرگاه انسان از جامعه‌اش برکنار افتد و به امیال شخصی‌اش واگذار شود و پیوندهایی که پیش از این او را به همگنائش وابسته می‌ساختند، سست شوند، برای خودکشی خودخواهانه یا فردگرایانه آمادگی می‌یابد (کوزر،^۴ ۱۳۹۴: ۱۹۳). نوع دوم خودکشی که دورکیم از آن یاد می‌کند، خودکشی دگرخواهانه یا نوع‌دوستانه است. این نوع خودکشی در شرایطی رخ می‌دهد که یکپارچگی جامعه آنقدر شدید است که افراد واقعاً مجبورند

1. Emile Durkheim
2. Thompson
3. Ritzer
4. Kozer

دست به خودکشی بزنند. از نظر دورکیم، همان طور که فردیت بیش از حد ممکن است افراد را به سمت خودکشی سوق دهد، نبود فردیت هم ممکن است چنین نتایجی را به بار آورد. در کل، افرادی که دست به خودکشی نועدوستانه می‌زنند، این کار را وظیفه خود احساس می‌کنند (دیلینی، ۱۳۹۸: ۱۵۱). دورکیم از نوع دیگری از خودکشی سخن می‌گوید که بر اساس نابسامانی‌های اجتماعی به وجود می‌آید. این نوع از خودکشی بسیار مورد توجه او بوده است؛ زیرا نمونه بارز خصیصه جامعه جدید است. این خودکشی ناشی از نابسامانی، همان است که از همبستگی موجود میان فراوانی خودکشی و مراحل ادواری اقتصادی می‌توان بدان پی برد. خودکشی آنومیک به سبب شرایط هستی در جوامع جدید دامنگیر افراد می‌شود. در این جوامع، هستی اجتماعی تحت انتظام عادات قرار ندارند؛ افراد دائماً با هم در حال رقابت‌اند؛ انتظار آنان از هستی بسیار زیاد است و در نتیجه دائماً طعمه رنج ناشی از بی‌تناسبی موجود میان تمایلات و خشنودی‌های خویش‌اند (آرون، ۱۳۹۶: ۳۸۲-۳۸۳). در نهایت، دورکیم خودکشی تقدیرگرایانه را شرح می‌دهد. او این نوع خودکشی را چندان مد نظر قرار نمی‌دهد. به احتمال زیاد این نوع خودکشی در شرایطی اتفاق می‌افتد که نظارت شدید اجتماعی با میزان بالایی از محدودیتهای بیرونی همراه است. (دیلینی، ۱۳۹۸: ۱۵۲)

با توجه به آنچه گفته شد، به نظر می‌رسد ایثار و شهادت بیش از هر چیز مرتبط با خودکشی نועدوستانه در نگاه دورکیم باشد؛ زیرا هم ایثار و شهادت و هم خودکشی نועدوستانه، بر اثر حس تعلق شدید افراد با جامعه رخ می‌دهد و افراد جان خود را در راه تحقق ارزشها و آرمانهای جامعه فدا می‌کنند. داشتن انسجام و حس تعلق به جامعه باعث می‌شود افراد از خودگذشتگی‌های بیشتری برای جامعه نشان دهند.

دو) هویت

مفهوم هویت به لحاظ بسترهای زمانی و مکانی ظهور، تکوین و تکامل تاریخی، واجد زمینه‌ها، بسترها و تاریخهای گسترده و دیرپاست. هویت، درک هر شخص از خود و هویت اجتماعی، درک هر شخص از خود و دیگران از یک سو و درک دیگری از خود و غیر خودی از سوی دیگر است. بنابر این، هویت اجتماعی امری ذاتی نیست، بلکه محصول توافق بوده و همواره در حال ساخته شدن است (جنکینز، ۱۳۸۱: ۲۹۴). هویت را می‌توان بر اساس عوامل

1. Delaney
2. Aron
3. Jenkins

۵۴۶ ♦ بررسی عوامل مؤثر بر نگرش دانشجویان به فرهنگ ایثار...

مختلفی بررسی کرد؛ عواملی همچون: مسائل سیاسی، فرهنگی، فراملی، فردی، گروهی و همچنین می‌توان تقسیم‌بندی‌های متفاوتی از آن ارائه داد. از دیدگاه روان‌شناختی، هویت عبارت است از احساس تمایز شخصی، احساس تداوم شخصی و احساس استقلال شخصی. (یاکوبسن^۱ و جنکینز، ۱۹۹۶: ۵)

هویت را می‌توان بر مبنای سه پارادایم سنتی، مدرن و پست‌مدرن تحول یافته است. هویت در جوامع سنتی و ما قبل مدرن، مقوله‌چندان پیچیده و مسئله‌سازی نبوده و مناقشه‌چندانی پیرامون آن صورت نمی‌گرفت؛ اختلاف بنیادینی بر سر آن وجود نداشت و افراد در جوامع مذکور دچار «بحران هویت» نمی‌شدند. به اعتقاد داگلاس کلنر^۲ هویت در جوامع سنتی، به هیچ وجه در معرض تهاجم، تردید و تزلزل از سوی دیگری و طبعاً در معرض تهدید و فروپاشی و نابودی نیز قرار ندارد. (نوذری، ۱۳۸۵: ۱۳۳)

هویت مدرن را می‌توان نقطه‌مقابل هویت سنتی دانست. به عقیده پیتز برگر^۳، انسان به حکم انسان بودنش ناگزیر از زیستن در یک جهان واقعی، یعنی واقعیتی است که به زندگی معنا می‌بخشد و زیست جهان در صدد بیان همین ویژگی بنیادی هستی انسانی است. با توجه به دیدگاه برگر، مرکزیت برنامه‌ریزی زندگی فرد، در معنایی است که او به زندگی خویش نسبت می‌دهد و همه به بروز پیامدهای بسیار مهم هویتی برای فرد در جامعه مدرن دامن می‌زنند (برگر و لاکمن، ۱۳۸۷: ۱۵۸). هویت از نظر آنتونی گیدنز^۴ امری سیال و غیر قطعی است؛ بنابراین، محتوای هویت شخصی که ویژگی‌های زندگی‌نامه‌شخص از آنها ساخته می‌شود، مانند دیگر عرصه‌های وجودی، از نظر اجتماعی و فرهنگی متغیر است. (گیدنز، ۱۳۸۷: ۱۶)

از منظر اندیشمندان پست‌مدرن، با شتاب گرفتن تغییرات، جوامع نیز دچار تغییرات عظیم و بنیادینی می‌شوند و بر همین اساس، هویت افراد نیز دچار شکنندگی و تغییر می‌شود. امروزه تکثرگرایی بیرون آمده از دل جنبش پست‌مدرنیستی، مفهوم هویت در تمام جوامع را دچار دگرگونی عظیم کرده و حتی از هویت مرتبط با فرهنگ پست‌مدرنیستی به عنوان «هویت چهل تکه» یاد می‌کنند. (سیدمن، ۱۳۹۶: ۲۲۱)

1. Jacobson
2. Douglas Kellner
3. Peter Berger
4. Anthony Giddens
5. Seidman

به عقیده ژان فرانسو لیوتار^۱ در وضعیت پست مدرن، هویت‌های کلان، تجویزی، یکپارچه و واحد به تدریج رنگ می‌بازند و در بستر مناسبات کثرت‌گرایانه، تردیدآمیز، نسبی و دائماً در حال تغییر و تحول، قاطعیت و وجه غالب خود را از دست می‌دهند. به عقیده لیوتار در عصر پست مدرنیسم، هر خود معنای چندانی ندارد، ولی هیچگاه خود به تنهایی یک جزیره نیست (لیوتار، ۱۳۹۶: ۸۴). به عقیده زیگمونت باومن، هویت عامل نه از پیش معلوم است و نه با اقتدار تصویب می‌شود. این هویت باید تعبیر و تفسیر شود، اما هیچ طرحی برای بساختن هویت به صورت تجویزی یا سهل و ساده وجود ندارد (باومن، ۱۳۹۶: ۳۲۶). مانوئل کاستلز^۲ بر مبنای دستگاه نظری خود و مفهوم جامعه اطلاعاتی، هویت را فرایند معناسازی بر اساس یک ویژگی فرهنگی یا مجموعه‌ای به هم پیوسته از ویژگی‌های فرهنگی می‌داند که بر منابع معنایی دیگر اولویت داده می‌شود. به عقیده کاستلز: «در جامعه شبکه‌ای، برای بسیاری از کنشگران اجتماعی معنا در رابطه با مفهوم هویت شکل می‌گیرد».

سه) شکاف نسلی و دگرگونی ارزشی

در پی روند عام نوسازی جهانی، ابتدا جوامع پیشرفته و سپس جوامع در حال توسعه، تغییرات سریع، شدید و حوادث بزرگ مقطعی و تاریخی نظیر جنگها، جنبشها و انقلابهای اجتماعی را تجربه کردند که در مجموع سبب شد بین اجتماع سنتی دیروز و جامعه مدرن امروز، شکاف وسیع و عمیقی به وجود آید (توکل و قاضی‌نژاد، ۱۳۸۵: ۹۶). کارل مانهایم^۳ معتقد است که با وجود سنتز ارزشهای قدیم و جدید در هر دوره، نوآوری‌های ارزشی و فرهنگی و تولید شبکه‌های زندگی نو اساساً کارکرد نسلهای نوظهور تاریخی است و معمولاً نسلهای دیگر که به سبک معمول و جاری اندیشه و عمل عادت کرده‌اند، ذهنیت و انتظاراتی متفاوت با آنها دارند. (همان: ۱۰۵)

رونالد اینگلهارت^۴ درباره شکاف نسلی چهار فرضیه دارد. در فرضیه چرخه زندگی یا سالخورده‌گی، اینگلهارت معتقد است تفاوت نسلها یا تفاوت ارزشهای گروههای سنی مختلف، امری طبیعی و مربوط به اقتضات روان‌شناختی هر دوره زندگی است و هر گروه سنی پس از سپری کردن دوره مربوط و رفتن به گروه سنی دیگر، ارزشهای پیشین او به تدریج کمتر می‌شود و ارزشهای گروه سنی جدید را به خود می‌گیرد. بر اساس فرضیه

1. Jean-Francois Lyotard
2. Manuel Castells
3. Karl Mannheim
4. Ronald Inglehart

دوره‌ای، تفاوت سنی یا نسلی، به فرایند تدریجی تغییر ارزش در همه گروه‌های سنی با کمی تفاوت از یکدیگر مربوط می‌شود. در فرضیه سوم که فرضیه گروه سنی است و تفاوت نسلها را بیان می‌کند، اینگلهارت تفاوت سنی یا نسلها را بر اساس دگرگونی‌های بنیادین در ارزشهای نسل جدید با ارزشهای نسل پیشین تلقی می‌کند. در فرضیه چهارم با عنوان فرضیه ترکیبی نیز بر این نکته تأکید می‌کند که تفاوت نسلی یا سنی ناشی از چرخه زندگی، اقتضات سنی و تغییرات بنیادی در ارزشهای همه گروه‌های سنی با کمی تغییر از یکدیگر و تغییر در ارزشهای نسل جدید که به تدریج با نقشهای بیشتر و رو به افزایش این نسل در حیات اقتصادی و اجتماعی همراه است، جانشین ارزشهای نسل قبلی می‌شود. (احمدی و احیایی، ۱۳۹۲: ۶)

چهار) عملکرد نهادی و رسانه‌ای

نهاد اجتماعی یکی از مفاهیم اصلی جامعه‌شناسی است که در طول تاریخ اندیشه جامعه‌شناسی مورد توجه بسیاری از اندیشمندان بوده است. به عقیده پارسونز، نهاد اجتماعی الگویی هنجارمند است که تعیین می‌کند در یک جامعه، کدام شیوه عمل یا رابطه اجتماعی مناسب، مشروع یا مورد انتظار محسوب می‌شود. در تحلیل نظریه پارسونز می‌توان گفت نهاد در اندیشه او بازگشتی است به مجموعه‌ای از روابط ثابت و الگومند افراد. در نتیجه، نهاد اجتماعی نظام الگومندی از روابط کنشگران است (حسینی سیرت، ۱۳۹۶: ۱۸۸). از منظر زیمل، نهادهای اجتماعی، تبلورهایی از روابط اجتماعی اند (لوپز و اسکات، ۱۳۹۱: ۷۸). به عقیده گیدنز، نهاد به طور مستقیم از مفهوم کنش و قواعد تأثیر می‌گیرد. نهادها، سازماندهی ساختارها در زمان و مکان‌اند. به عقیده وی، کنشها خصوصیتی دارند که باعث ایجاد نهادهای مختلف جامعه می‌شوند. (حسینی سیرت، ۱۳۹۶: ۲۰۶)

فلسفه وجودی نهادها، پاسخگویی به نیازهای اجتماعی است. بر این اساس چند کارکرد مهم نهادها عبارتند از: شکل‌گیری اجتماعی و بقای جامعه، ایجاد نظم و هماهنگی و هدایت جامعه، ارائه الگوهای رفتاری و صرفه‌جویی در هزینه‌ها و بالا بردن توان پیش‌بینی‌پذیری (شرف‌الدین، ۱۳۸۹: ۳۱). از سوی دیگر، رسانه‌ها یکی از نهادهای اصلی جامعه‌اند. در تعریف کلی؛ رسانه، پیام است و هدف رسانه، انتقال پیام از فرستنده به گیرنده است (لیتل جان، ۱۳۸۴: ۷۲۹). به عقیده سیلورستون^۳، جنبه‌های مادی و نمادین رسانه‌ها مهم است. جنبه‌های

1. Lopez & Scott
2. Littel John
3. Silverstoun

مادی موجب تحلیل استفاده از رسانه‌ها بر حسب اعمال مصرف خانگی روزانه می‌شود و جنبه نمادین، مشوق تحلیل رابطه‌ای بین متون رسانه‌ای و فعالیت تفسیری مخاطبان خاص است. در نتیجه، مخاطب هم به عنوان مصرف کننده و هم به عنوان بیننده ظاهر می‌شود؛ زیرا افراد به طور همزمان مفسران رسانه‌ها و کاربران رسانه‌اند. (رسالت، ۱۴۰۰: ۵۰)

ب) روش‌شناسی پژوهش

در این پژوهش برای جمع‌آوری اطلاعات مربوط به مبانی نظری، از روش کتابخانه و برگردآوری داده‌های آماری، از روش کمی و رویکرد پیمایش استفاده شده است. جامعه آماری پژوهش، تمامی دانشجویان شاغل به تحصیل دانشگاه آیت‌الله العظمی بروجردی (ره) در سال تحصیلی ۱۴۰۰-۰۱ است. که بر اساس آمار ارائه شده از سوی وبسایت رسمی دانشگاه^۱، تعداد آنان ۴۹۲۵ نفر است.

به دلیل شرایط کرونایی حاکم بر جامعه و محدودیت‌های ناشی از آن، داده‌های این پژوهش به صورت برخط و از طریق ابزار پرسشنامه محقق ساخته از طریق وبسایت پرس‌لاین طراحی و در میان جامعه آماری توزیع شده است. اعتبار پرسشنامه از طریق مراجعه به متخصصان تعیین شده است. پایایی آزمون آلفای کرونباخ، از طریق توزیع تصادفی پرسشنامه بین ۴۰ نفر از اعضای جامعه آماری سنجیده شد و پرسشنامه نهایی تدوین و به مدت یک ماه به صورت برخط در سامانه پرس‌لاین قرار گرفت.

حجم نمونه آماری با استفاده از نرم‌افزار سمپل پاور در سطح خطای ۰/۵ و سطح اطمینان ۰/۹۵ درصد، ۲۷۱ نفر تعیین شده است. روش نمونه‌گیری در این پژوهش، تصادفی و طبقه‌بندی شده است. همچنین برای تحلیل داده‌های پژوهش، در دو بخش توصیفی و استنباطی از رایانه شخصی و نرم‌افزار اس.پی.اس.اس ۲۶ استفاده شده است.

ج) یافته‌های پژوهش

در بخش نتایج استنباطی به تحلیل فرضیه‌های پژوهش پرداخته می‌شود.

جدول ۱: توزیع فراوانی متغیرهای وابسته و مستقل پژوهش

| | | | | | |
|---------------------------|------|--------------|---------------|------------------|--------------------|
| فرهنگ ایثار و شهادت | هویت | شکاف نسلی | نظام ارزشی | عملکرد نهادهی | عملکرد رسانه‌ای |
|---------------------------|------|--------------|---------------|------------------|--------------------|

۵۵۰ ♦ بررسی عوامل مؤثر بر نگرش دانشجویان به فرهنگ ایثار...

| | | | | | | | |
|-------|-------|-------|-------|-------|-------|---------|-----------|
| ۱۰۰ | ۱۱۵ | ۱۰۱ | ۷۲ | ۱۱۳ | ۱۱۲ | فراوانی | خیلی زیاد |
| ۳۶/۸۲ | ۴۲/۲۵ | ۳۷/۱ | ۲۶/۷۵ | ۴۱/۶۲ | ۴۱/۵۶ | درصد | |
| ۸۸ | ۸۳ | ۱۰۲ | ۸۱ | ۹۰ | ۹۱ | فراوانی | زیاد |
| ۳۲/۴۷ | ۳۰/۶۲ | ۳۷/۶۲ | ۲۱/۸۳ | ۳۳/۰۷ | ۳۳/۵۴ | درصد | |
| ۴۲ | ۴۲ | ۴۷ | ۴۵ | ۴۱ | ۴۳ | فراوانی | متوسط |
| ۱۵/۴ | ۱۵/۵ | ۱۷/۵۲ | ۱۶/۶۱ | ۱۵/۳۷ | ۱۵/۷۱ | درصد | |
| ۲۵ | ۱۸ | ۱۵ | ۳۱ | ۱۵ | ۱۵ | فراوانی | کم |
| ۹/۴ | ۶/۷۲ | ۵/۲۵ | ۱۱/۳۶ | ۵/۳۶ | ۵/۵۲ | درصد | |
| ۱۶ | ۱۳ | ۶ | ۴۲ | ۱۲ | ۱۰ | فراوانی | خیلی کم |
| ۵/۹ | ۴/۹ | ۲/۴۷ | ۱۵/۴۵ | ۴/۶۲ | ۳/۹۲ | درصد | |
| ۲۷۱ | ۲۷۱ | ۲۷۱ | ۲۷۱ | ۲۷۱ | ۲۷۱ | فراوانی | مجموع |
| ۱۰۰ | ۱۰۰ | ۱۰۰ | ۱۰۰ | ۱۰۰ | ۱۰۰ | درصد | |

بر اساس داده‌های جدول ۱، مجموع فراوانی مؤلفه‌های هر متغیر، در طبقه خیلی زیاد، بیشتر بوده است. برای متغیر فرهنگ ایثار و شهادت بالاترین میزان فراوانی مربوط به طبقه خیلی زیاد با فراوانی ۴۱/۵۶ درصد و کمترین فراوانی مربوط به طبقه خیلی کم با ۳/۹۲ درصد است. برای متغیر هویت، بیشترین فراوانی مربوط به طبقه خیلی زیاد با ۴۱/۶۲ درصد و کمترین فراوانی مربوط به طبقه خیلی کم با ۴/۶۲ درصد است. برای متغیر شکاف نسلی، بیشترین فراوانی مربوط به طبقه زیاد با ۲۱/۸۳ درصد و کمترین فراوانی مربوط به طبقه کم با ۱۱/۳۶ درصد است. برای متغیر نظام ارزشی، بیشترین فراوانی مربوط به طبقه زیاد با ۳۷/۶۲ درصد و کمترین فراوانی مربوط به طبقه خیلی کم با ۲/۴۷ است. برای متغیرهای عملکرد نهادی و رسانه‌ای نیز بیشترین فراوانی در طبقه خیلی زیاد به ترتیب با ۴۲/۲۵ و ۳۶/۸۲ درصد و کمترین فراوانی این دو متغیر در طبقه خیلی پایین به ترتیب با ۴/۹ و ۵/۹ درصد است. همان‌طور که در بخش مبانی نظری پژوهش مطرح شد، پژوهش حاضر دارای پنج فرضیه است که به منظور بررسی صحت و سقم آنها، با توجه به نوع فرضیه‌ها که رابطه میان متغیرها را می‌سنجد، ابتدا از آزمون ضریب همبستگی پیرسون استفاده کرده و سپس از آزمون رگرسیون چند متغیره استفاده می‌کنیم.

جدول ۲: نتایج آزمون ضریب همبستگی پیرسون بین متغیرهای وابسته و مستقل

| فرضیه | مقدار پیرسون | سطح معناداری | تعداد | آزمون فرضیه |
|-------|--------------|--------------|-------|-------------|
|-------|--------------|--------------|-------|-------------|

| | | | | |
|-----------|-----|-------|-------|---|
| تأیید | ۲۷۱ | ۰/۰۰۰ | ۰/۸۷۳ | بین هویت و نگرش دانشجویان به فرهنگ ایثار و شهادت رابطه معناداری وجود دارد. |
| عدم تأیید | ۲۷۱ | ۰/۸۴۴ | -۰/۱۲ | بین شکاف نسلی و نگرش دانشجویان به فرهنگ ایثار و شهادت رابطه معناداری وجود دارد. |
| تأیید | ۲۷۱ | ۰/۰۰۰ | ۰/۷۴۸ | بین نظام ارزشی و نگرش دانشجویان به فرهنگ ایثار و شهادت رابطه معناداری وجود دارد. |
| تأیید | ۲۷۱ | ۰/۰۰۰ | ۰/۷۷۰ | بین عملکرد نهادی و نگرش دانشجویان به فرهنگ ایثار و شهادت رابطه معناداری وجود دارد. |
| تأیید | ۲۷۱ | ۰/۰۰۰ | ۰/۷۵۸ | بین عملکرد رسانه‌ای و نگرش دانشجویان به فرهنگ ایثار و شهادت رابطه معناداری وجود دارد. |

در ادامه پژوهش، به منظور مشخص شدن سهم تأثیر هر یک از متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته، به تحلیل رگرسیونی می‌پردازیم. جدول ۳، مدل رگرسیونی چند متغیره نگرش به فرهنگ ایثار و شهادت دانشجویان را نشان می‌دهد.

جدول ۳: مدل رگرسیونی چند متغیره نگرش دانشجویان به فرهنگ ایثار و شهادت

| شاخصها متغیرها | مقدار بی | اشتباه استاندارد | بتا | مقدار تی | سطح معناداری |
|-------------------|----------|---------------------|--------|----------|-----------------|
| مقدار ثابت | ۸/۱۱۱ | ۱/۴۷۲ | - | ۵/۵۱۰ | ۰/۰۰۰ |
| هویت | ۰/۷۴۷ | ۰/۰۸۶ | ۰/۶۳۲ | ۸/۶۴۹ | ۰/۰۰۰ |
| نظام ارزشی | ۰/۶۰۴ | ۰/۲۲۹ | ۰/۱۳۱ | ۲/۶۳۴ | ۰/۰۰۹ |
| شکاف نسلی | -۰/۱۷۸ | ۰/۰۶۴ | -۰/۰۸۲ | -۲/۷۹۴ | ۰/۰۰۶ |
| عملکرد رسانه‌ای | ۰/۵۱۸ | ۰/۱۹۱ | ۰/۱۵۰ | ۲/۷۰۴ | ۰/۰۰۷ |
| عملکرد نهادی | ۰/۰۷۲ | ۰/۲۳۳ | ۰/۰۱۹ | ۰/۳۰۸ | ۰/۷۵۸ |

آماره‌های موجود در جدول ۳ نشان می‌دهند که متغیر هویت با میزان بتای ۰/۶۳۲ درصد بیشتر از سایر متغیرهای مستقل دیگر بر فرهنگ ایثار و شهادت تأثیر می‌گذارد. جهت تأثیر این متغیر مثبت بوده و بر این اساس، با افزایش میزان هویت دانشجویان، نگرش آنان به فرهنگ ایثار و شهادت نیز افزایش می‌یابد. سپس متغیر عملکرد رسانه‌ای با بتای ۰/۱۵۰، نظام ارزشی با بتای ۰/۱۳۱ و عملکرد نهادی با ۰/۰۱۹ به ترتیب بیشترین تأثیر را بر متغیر فرهنگ ایثار و شهادت داشته‌اند. تأثیر این رابطه‌ها مثبت بوده و افزایش در میزان هر یک از این متغیرها به افزایش متغیر فرهنگ ایثار و شهادت می‌انجامد. در این بین، بتای متغیر شکاف نسلی برابر با -۰/۰۸۲- تأثیر منفی و معکوسی بر متغیر فرهنگ ایثار و شهادت دارد و نشان

۵۵۲ ♦ بررسی عوامل مؤثر بر نگرش دانشجویان به فرهنگ ایثار...

می‌دهد با افزایش شکاف نسلی در جامعه، میزان تأثیرگذاری فرهنگ ایثار و شهادت کاهش می‌یابد و برعکس با کاهش شکاف نسلی، میزان فرهنگ ایثار و شهادت افزایش می‌یابد. برای مشخص شدن اینکه متغیرهای مستقل تا چه حد توانسته‌اند واریانس متغیر وابسته پژوهش را تبیین کنند، شاخصها و آماره‌های تحلیل رگرسیونی فرهنگ ایثار و شهادت در جدول ۴ آمده است.

جدول ۴: شاخصها و آماره‌های تحلیل رگرسیونی فرهنگ ایثار و شهادت

| مدل | درجه آزادی | مجموع مجذورات | میانگین مجذورات | کمیت اف | سطح معناداری اف | رگرسیون چندگانه | R ² |
|-----------|------------|---------------|-----------------|---------|-----------------|-----------------|----------------|
| رگرسیون | ۵ | ۴۳۱۶۰/۸۱۳ | ۸۶۳۲/۱۶۳ | ۱۸۶/۶۰۰ | ۰/۰۰۰ | ۰/۷۷۹ | ۰/۸۸۲ |
| باقیمانده | ۲۶۵ | ۱۲۲۵۸/۹۵۹ | ۴۶/۲۶۰ | | | | |
| مجموع | ۲۷۰ | ۵۵۴۱۹/۷۷۱ | | | | | |

همان گونه که در جدول ۴ آمده است، میزان اف برابر با ۰/۰۰۰ و معنادار است. همچنین بر اساس ضریب تعیین محاسبه شده، حدود ۰/۸۸۲ از واریانس مربوط به فرهنگ ایثار و شهادت با متغیرهای ارائه شده در مدل توضیح داده شده است.



(د) نتیجه گیری

پژوهش حاضر با هدف بررسی عوامل مؤثر بر نگرش دانشجویان به فرهنگ ایثار و شهادت صورت گرفت. در این پژوهش، فرهنگ ایثار و شهادت به عنوان متغیر مستقل و عواملی چون: شکاف نسلی، هویت، نظام ارزشی و عملکرد نهادی و رسانه‌ای، به عنوان متغیرهای مستقل در نظر گرفته شدند. بر اساس مبانی و چارچوب نظری این پژوهش، پنج فرضیه اصلی، مطرح و با استفاده از روش کمی و رویکرد پیمایش به بررسی متغیرهای پژوهش و رابطه آنها در دو بخش توصیفی و استنباطی پرداخته شد.

فرضیه نخست این پژوهش به بررسی رابطه بین هویت و نگرش دانشجویان به فرهنگ ایثار و شهادت پرداخت. نتایج این فرضیه تأیید و مورد قبول قرار گرفت. نتایج این فرضیه با پژوهش قاسم‌پور و همکاران (۱۳۹۸) و پژوهش ال‌شریف (۲۰۲۱) همخوانی دارد. فرضیه دوم این پژوهش به بررسی رابطه بین شکاف نسلی و نگرش دانشجویان به فرهنگ ایثار و شهادت پرداخت که این فرضیه تأیید نشد. در فرضیه سوم به بررسی رابطه بین نظام ارزشی و نگرش دانشجویان به فرهنگ ایثار و شهادت پرداخته شد که نتایج این فرضیه تأیید شد. نتایج این فرضیه با نتایج پژوهش‌های تاجبخش (۱۴۰۰) و کردنائیج و خلیلی پالندی (۱۳۹۷) همخوانی دارد. فرضیه چهارم پژوهش به بررسی رابطه بین عملکرد نهادی و نگرش دانشجویان به فرهنگ ایثار و شهادت پرداخته، که نتایج این فرضیه نیز تأیید شد. نتایج این فرضیه با پژوهش شاه‌نوروزی و همکاران (۱۳۹۶) همخوانی دارد. در نهایت، فرضیه پنجم پژوهش در بررسی عملکرد نهادی و نگرش دانشجویان به فرهنگ ایثار و شهادت نیز تأیید شد. نتایج این فرضیه با نتایج پژوهش صمدی و طریحی (۱۳۹۵) همخوانی دارد.

از بین پنج فرضیه پژوهش، چهار فرضیه که نسبت متغیرهای نظام ارزشی، هویت، عملکرد نهادی و رسانه‌ای را با نگرش دانشجویان نسبت به فرهنگ ایثار و شهادت می‌سنجید، تأیید شده است. بر این اساس، می‌توان نتیجه گرفت که این چهار متغیر به عنوان عوامل اصلی و تأثیرگذار با نگرش دانشجویان دانشگاه آیت‌الله العظمی بروجردی (ره) با فرهنگ ایثار و شهادت رابطه مستقیم و معناداری دارند و پژوهش و برنامه‌ریزی مدون درباره این چهار حوزه می‌تواند راهگشا باشد.

بررسی فرهنگ ایثار و شهادت در جامعه از آن جهت مهم است که می‌تواند دگرخواهی و ناعدوستی را گسترش دهد و موجب انسجام اجتماعی جامعه شود. بر این اساس، فرهنگ ایثار و شهادت به عنوان ارزشهای انسان، هر چقدر در جامعه ترویج پیدا کند، همبستگی اجتماعی نیز افزایش پیدا می‌کند. از سوی دیگر، فرهنگ ایثار و شهادت یک خرده‌نظام ارزشی مهم است و می‌تواند در به تعادل رساندن جامعه نقش اصلی را بازی کند. بنابراین، اگر نقش فرهنگ ایثار و شهادت کم‌رنگ شود، جامعه دچار اختلال و به عنوان یک سیستم و ارگانیزم زنده و پویا، از حالت تعادل خارج می‌شود. همچنین فرهنگ ایثار و شهادت نشانه‌ای از هویت جمعی کشور ماست؛ هر چقدر این هویت قوی‌تر باشد، همبستگی نیز بیشتر است و رسیدن به یک هویت یکپارچه در تمام ابعاد منوط به قوی‌تر شدن هر چه بهتر خرده‌فرهنگهایی چون ایثار و شهادت است. مقام معظم رهبری در این باره می‌فرمایند: «ما

اگر در زمینه فرهنگ؛ یعنی مدیریت فرهنگ کشور به لحاظ نگاه انقلاب، موفق شویم، انقلاب موفق شده است. اگر در این زمینه موفق نشویم، شک نکنید که انقلاب شکست خورده است. جامعه مانوس با فرهنگ ایثار و شهادت توقف و عقبگرد نخواهد داشت، پیشرفتهای افتخار آمیز علمی کشور از برکات جهاد و شهادت در راه خداست.»

امروز حفظ و نهادینه‌سازی نهال بارور فرهنگ ایثار و شهادت در بستر فرهنگ عمومی و در سطح ملی و فراملی و بسترسازی و زمینه‌سازی انتقال شفاف آن به نسلهای آینده به منظور تحقق جامعه و تمدن اسلامی، وظیفه‌ای سنگین بر دوش نخبگان علمی جامعه، مسئولان و آحاد مردم است و بی‌شک، ترویج و توسعه این فرهنگ، زمینه‌ساز زنده نگه داشتن یاد و خاطره شهادت است.

پیشنهاها

نظر به اهمیت فرهنگ ایثار و شهادت به عنوان مقوم فرهنگ عمومی کشور و محور انسجام ملی و با توجه به اینکه این فرهنگ بخش مهمی از هویت ملی و دینی جامعه ایرانی است؛ پاسداری از آن توسط آحاد جامعه، به ویژه متولیان امر بسیار حیاتی و مهم است. بر این اساس بر اساس یافته‌های پژوهش موارد ذیل پیشنهاد می‌شود:

نظر به تأثیر غیر قابل کتمان انجمنها و تشکلهای دانشجویی در امور دانشگاه، گسترش فرهنگ مدیریت مشارکتی در دانشگاه و ارج نهادن به ارزشهای انسانی دانشجویان و به یاری طلبیدن و تقویت حس مسئولیت‌پذیری آنان، منجر به تقویت انگیزش و افزایش احساس تعلق به فرهنگ ایثار و شهادت و ترویج و توسعه آن خواهد شد.

با توجه به غیر قابل انکار بودن قدرت و قوت رسانه‌های نوشتاری، دیداری و شنیداری، ضرورت دارد بهره‌گیری مناسب از این رسانه‌ها به منظور انعکاس شایسته و مطلوب فرهنگ ایثار، جهاد و شهادت صورت پذیرد.

با توجه به اینکه روابط خانوادگی و الگوهای رفتاری خانواده، ضریب گرایش فرزندان را به فرهنگ ایثار افزایش می‌دهد؛ توصیه می‌شود تقویت سرمایه‌های اجتماعی همگرا و مقوم فرهنگ ایثار و شهادت با محوریت خانواده در دستور کار قرار گیرد و والدین اهتمام ویژه‌ای به این موضوع داشته باشند.

شایسته است از صنعت فرهنگی در حوزه نشر آثار و ارزشهای دوران دفاع مقدس و ظرفیتهای هنری، نظیر مسابقات فرهنگی، تئاترهای خیابانی، جشنواره فیلم ایثار و... برای اشاعه و گسترش فرهنگ ایثار و شهادت در بین نسل جوان استفاده شود.

ضرورت دارد دانشگاهها، مدارس، مساجد و هیئات مذهبی و... با برنامه‌ریزی و انجام فعالیتهای مدوّن و مستمر به منظور نهادینه‌سازی فرهنگ مجاهدت و معرفی الگوهای ایثار به نوجوانان و جوانان در جهت هویت‌یابی آنان، همراه با افزایش دانش و ارتقای انگیزه‌های فردی و اجتماعی در شناخت و باور و عمل به رفتارهای ایثارگرانه اقدام کنند.

با توجه به یافته‌های مبتنی بر نقش مهم عملکرد نهادی در گرایش به فرهنگ ایثار و شهادت؛ پیشنهاد می‌شود نظارت و ارزیابی فعالیتهای دستگاههای مشمول ماده ۲ قانون جامع خدمات‌رسانی به ایثارگران در این حوزه به صورت مستمر بررسی شود. همچنین مسئولان و متولیان امر، نظارت و مدیریت بیشتری در تبیین، تحکیم و ارتقای سطح منزلت و جایگاه ایثار و ایثارگران و مقابله با تحریف، تضعیف یا فراموشی ارزشهای ایثارگری در جامعه داشته باشند.

با توجه به نقش کلیدی نخبگان و فعالان عرصه فرهنگ، جلب حداکثری مشارکت آنان در دستور کار متولیان امر قرار گیرد؛ زیرا تلاش نظری از جانب اندیشمندان و نخبگان علمی برای طرح‌ریزی مبانی نظری مدوّن و تولید علمی بیشتر درباره فرهنگ ایثار و شهادت، می‌تواند به توسعه آن کمک شایانی کند.

منابع

- قرآن کریم.
- آرون، ریمون (۱۳۹۶). **مراحل اساسی سیر اندیشه در جامعه‌شناسی**. ترجمه باقر پرهام. تهران: علمی و فرهنگی، چ دوازدهم.
- احمدی، آرمان و پویان احیایی (۱۳۹۲). «**بررسی شکاف نسلی و عوامل مرتبط با آن؛ مورد مطالعه: دانش‌آموزان دوره متوسطه شهرستان سراب**». جامعه‌پژوهی فرهنگی، ش ۴ (۴): ۱-۲۷.
- باومن، زیگمونت (۱۳۹۶). **اشارتهای پست‌مدرنیته**. ترجمه حسن چاوشیان. تهران: ققنوس، چ چهارم.
- برگر، پیتر و توماس لاکمن (۱۳۸۷). **ساخت اجتماعی واقعیت**. ترجمه فریبرز مجیدی. تهران: علمی و فرهنگی، چ دوم.
- تاج‌بخش، غلامرضا (۱۴۰۰). «**واکاوی مؤلفه‌های سبک زندگی شهید قاسم سلیمانی**». مطالعات دفاع مقدس، ش ۷ (۱): ۱۳۷-۱۵۸.
- تاج‌بخش، غلامرضا (۱۳۹۲). «**بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر شکاف نسلی در شهرستان شوشتر**». توسعه اجتماعی، ش ۳ (۱۱): ۳۲-۵۴.
- تامپسن، کیت (۱۳۸۸). **امیل دورکیم**. ترجمه شهناز مسمی‌پرست. تهران: نی.
- توکل، محمد و مریم قاضی‌نژاد (۱۳۸۵). «**شکاف نسلی در رویکردهای کلان جامعه‌شناختی: بررسی و نقد رهیافت نسل تاریخی و تضاد با تأکید بر نظریات مانهایم و بوردیو**». نامه علوم اجتماعی، ش ۴ (۲۷): ۹۵-۱۲۴.
- حسینی سیرت، سید مصطفی (۱۳۹۶). «**بررسی مفهوم ساختار در اندیشه اندیشمندان اجتماعی**». فرهنگ پژوهش، ش ۴ (۳۱): ۱۷۹-۲۰۹.
- خمینی، روح‌الله (۱۳۷۹). **صحیفه نور**. قم: نشر حوزه و نشر آثار امام خمینی.
- دهخدا، علی‌اکبر (۱۳۷۷). **لغتنامه**. تهران: دانشگاه تهران.
- دیلینی، تیم (۱۳۹۸). **نظریه‌های کلاسیک جامعه‌شناسی**. ترجمه بهرننگ صدیقی و وحید طلوعی. تهران: چ یازدهم.
- رسالت، سهیلا (۱۴۰۰). «**بررسی نقش و جایگاه فعالان زن در حوزه رسانه در ترویج فرهنگ ایثار**». شاهد/اندیشه، ش ۱ (۱): ۴۳-۶۱.
- ریتزر، جرج (۱۳۹۴). **نظریه‌های جامعه‌شناسی در دوران معاصر**. ترجمه محسن ثلاثی. تهران: علمی چ بیستم.

- ری شهری، محمدمهدی (۱۳۶۲). **میزان العلمه**. قم: صداقت.
- سیدمن، استیون (۱۳۹۶). **کشاکش آرا در جامعه‌شناسی**. ترجمه هادی جلیلی. تهران: نی، چ نهم.
- شاه‌نوروزی، مهدی؛ رضا اسماعیلی، سهیلا پرستگاری، جواد امام‌جمعه‌زاده (۱۳۹۶). «**عوامل مؤثر بر ارتقای اثربخشی شیوه‌های ترویج فرهنگ ایثار و شهادت**». مدیریت فرهنگی، ش ۱۱ (۳۶): ۵۳-۶۹.
- شرف‌الدین، سید حسین (۱۳۸۹). «**دین و نهاد اجتماعی**». معرفت فرهنگی، ش ۱۲ (۱): ۲۳-۵۲.
- صمدی، مهران و ناصر طریحی (۱۳۹۵). «**مطالعه رابطه بین میزان مصرف رسانه‌ای نسل جوان و نگرش آنان بر فرهنگ ایثار و شهادت**». مطالعات جامعه‌شناختی، ش ۸ (۳۲): ۵۳-۷۲.
- قاسم‌پور، حامد؛ کرم خلیلی و مجتبی یاسینی فرد (۱۳۹۸). «**اثرات فرهنگ ایثار و شهادت بر رفتار شهروندی سازمانی: تبیین نقش میانجی سرمایه اجتماعی**». مطالعات منابع انسانی، ش ۹ (۳): ۱۰۱-۱۲۴.
- کاستلز، مانوئل (۱۳۸۵). **عصر اطلاعات، قدرت هویت**. ترجمه حسن چاوشیان. تهران: طرح نو.
- کردنائیج، اسدالله و فرشته خلیلی پالندی (۱۳۹۷). «**تأثیر فرهنگ ایثار و شهادت بر سرمایه اجتماعی با میانجی‌گری باورهای دینی**». مدیریت اسلامی، ش ۲۶ (۲۳): ۳۷-۵۸.
- کوزر، لیونیس (۱۳۹۴). **زندگی و اندیشه بزرگان جامعه‌شناسی**. ترجمه محسن ثلاثی. تهران: علمی و فرهنگی، چ بیستم.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۷). **تجدد و تشخیص، جامعه و هویت در عصر جدید**. ترجمه ناصر موفقیان. تهران: نی.
- لویز، خوزه و جان اسکات (۱۳۹۱). **ساختار اجتماعی**. ترجمه یوسف صفاری. تهران: آشیان.
- لیتل جان، استیفن (۱۳۸۴). **نظریه‌های ارتباطات**. ترجمه سید مرتضی نوربخش و سید اکبر میرحسینی. تهران: جنگل.
- لیوتار، ژان فرانسوا (۱۳۹۶). **وضعیت پست‌مدرن؛ گزارشی درباره دانش**. ترجمه حسینعلی نوذری. تهران: گام نو، چ ششم.
- مسعودی، حمید؛ مریم اسکانی و غلامرضا صدیق اورعی (۱۳۹۵). «**سیاست پژوهی و ترویج فرهنگ ایثار و شهادت در سازمانهای دولتی استان خراسان رضوی**». مطالعات ملی، ش ۱۷ (۲): ۱۰۷-۸۹.
- مطهری، مرتضی (۱۳۶۰). **قیام و انقلاب مهدی**. تهران: صدرا.

- معدنی، سعید (۱۳۷۸). **مقدمه‌ای بر فرهنگ ایثار و شهادت و شیوه‌های ترویج آن**. تهران: دفتر تحقیق و پژوهش اداره تحقیقات و مطالعات بنیاد شهید انقلاب اسلامی.
- نوذری، حسینعلی (۱۳۸۵). «نگاهی تحلیلی به روند تحول مفهوم هویت در قالبهای سه‌گانه هویت سنتی، مدرن و پست‌مدرن». *مطالعات ملی*، ش ۷(۲): ۱۲۷-۱۴۸.
- Aaron, Raymond (2017). **The basic stages of the process of thought in sociology**. Translated by Baqer Parham. 12th edition. Tehran: Scientific and Cultural Publications.
- Ahmadi, Arman & Poyan Ehyaei (2013). “Examiii gg tee - rrrr atom gap add factors related to it; Case of study: Middle school students of aaaab ttty”. *Quarterly Journal of Society for the Study of Culture*, 4(4): 1-27.
- Bauman, Zygmunt (۲۰۱۶). *Hints of postmodernity*, translated by Hassan Chavoshian, 4th edition. Tehran: Qoqnoos Publishing.
- Berger, Peter & Thomas Lockman (2008). **The social construction of reality**. Translated by Fariborz Majidi. Second edition, Tehran: Scientific and Cultural Publications.
- Castells, Manuel (2015). **Age of information, power of identity**. Translated by Hassan Chavoshian. Tehran: New Design Publications.
- Dekhoda, Ali Akbar (1998). **Dictionary**. Tehran: Tehran University Press.
- Delaney, Tim (2018). **Classical theories of Sociology**. Translated by Behrang Seddighi and Vahid Toloui, 11th edition. Tehran: Ney Publishing House.
- El-Sharif, A. (2021). “Iaaassgggaa tt yoom add Joaaaaaam maaazaa tt tee Matt-”’s Mmnoaad nmmmaa :: A soaad smnoeccappooa”””. *Journal Social Semiotics*, Dio: 10.1080/10350330.2021.191
- El-Sharif, A. (2021). “Iaaassgggaa tt yoom add Joaaaaaam maaazaa tt tee Matt-”’s Mmnoaad nmmmaa :: A soaad smnoeccappooa”””. *Journal Social Semiotics*. Doi: 10.1080/10350330.2021.191
- Giddens, Anthony (2008). **Modernity and individuality, society and identity in the new era**. Translated by Nasser Moafaqian. Tehran: Ney Publishing.
- Hamamra, B (2021). “Paiiii iii n Brraavdd Motssss sf Matty:: ggggggs add aa toaal sss oosss ss of aarrffeee add Brraavmntt ”. *Journal Women & Criminal Justice*. Doi: 10.1080/08974454.2021.1902458.
- Hamamra, B. (2021). “Patttiii an Brraaved Mothers of Martyrs: Religious add aa toaal sss oosss ss of aarr-eee add Brraavmntt ”. *Journal Women & Criminal Justice*. Dio: 10.1080/08974454.2021.1902458.
- Hosseini Sirat, Seyyed Mustafa (2017). “Tee stddy of tee cottttt of stttt eee in the thought of soaad tnnkrrs”. *The scientific-specialized quarterly of Farhang Farush*, 4(31): 179-209.
- Jacobson, J. & R. Jenkins (1996). **Social Identity**. London: Routledge.

- Jenkins, Richard (2002). **Social Identity**. Translated by Toraj Yarahamdi. Tehran: Shirazeh publishing house.
- Khomeini, Ruhollah (2000). **Sahifeh Noor**. Qom: Hozha publishing house, publishing works of Imam Khomeini.
- Kozer, Lewis (2015). **The lives and thoughts of great sociologists**. Translated by Mohsen Salasi. 20th edition. Tehran: Scientific and Cultural Publications.
- Kurdanaij, Asadollah & Fereshteh Khalili Palandi (2018). **“Tee ffct of tee culture of sacrifice and martyrdom on social capital through the mediation of-eeeggos fffff f”**. *Scientific-Research Quarterly of Islamic Management*, 26(23): 37-58.
- Little John, Stephen (2005). **The Theories of communication**. Translated by Seyyed Morteza Nourbakhsh and Seyed Akbar Mirhosseini. Tehran: Jangal publishing house.
- Lopez, Jose & John Scott (2012). **Social structure**. Translated by Yusuf Safari. Tehran: Ashian-Publishing House.
- Lyotard, Jean Franco (2017). **Postmodern situation; a report about knowledge**. Translated by Hossein Ali Nozari. 6th edition, Tehran: Gam No Publishing.
- Maadani, Saeed (1999). **An introduction to the culture of self-sacrifice, martyrdom, and its promotion methods**. Tehran: Publication of the Research and Research Office of the Research and Studies Department of the Islamic Revolution Martyr Foundation.
- Masoudi, Hamid; Maryam Askani & Gholamreza Sediq Oraei (2016). **“Pocgy research and promotion of the culture of sacrifice and martyrdom in the govrrmnttt oggaaaaooss of aa aavi Kooaasan oooov”**. *National Studies Quarterly*, 17(2): 89-107.
- Motahhari, Morteza (1981). **Mahdi's Uprising and Revolution**. Tehran: Sadra Publishing House”
- Nozari, Hossein Ali (2006). **“nn aaaytaad ook at tee oooeess of vvooooo of the concept of identity in the three formats of traditional, modern and post-monnnnnnnnnnñ**. *National Studies Quarterly*, 7(2): 127-148.
- Qasimpour, Hamed; Karam Khalili & Mojtabi Yasini Fard (2019). **“Tee ffct of the culture of self-sacrifice and martyrdom on organizational citizenship aaaaavaa: xxaaiii gg tee meaaatgggooe of soaad aaaaaa”**. *Human Resources Studies Quarterly*, 9(3): 101-124.
- Ray Shahri, Mohammad Mahdi (1983). **Mizan Ulama**. Qom: Sadaqat Publishing.
- Resalat, Sohaila (2021). **“Ivvggggtggg tee ooee add oosttom of oo mnn activists in the field of media in promoting the culture of self-sarrff”**. *Shahid Andisheh bi-monthly*, 1(1): 43-61.

- Ritzer, George (2015). **Sociological theories in the contemporary era**. Translated by Mohsen Salasi. 20th edition. Tehran: Scientific Publications.
- Samadi, Mehran & Nasser Tarehi (2016). **“The amount of media consumption of the young generation and their attitude to it”**. *Sociological Studies Quarterly*, 8(32): 53-72.
- Seidman, Steven (۲۰۱۶). **Conflict of opinions in sociology**, translated by Hadi Jalili, 9th edition, Tehran: Ney Publishing.
- Shah Nowruzi, Mehdi; Reza Ismaili, Soheila Prastgari & Javad Imam Juma Zadeh (2016). **“The effect of mass media on the attitude of young people”**. *Cultural Management Quarterly*, 11(36): 53-69.
- Sharafuddin, Sayed Hossein (2010). **“The effect of mass media on the attitude of young people”**. *Marafet Cultural Quarterly*, 2(1): 23-52.
- TajBakhsh, Gholamreza (2013). **“The effect of mass media on the attitude of young people”**. *Social Development Quarterly*, 3(11): 32-54.
- TajBakhsh, Gholamreza (2021). **“The effect of mass media on the attitude of young people”**. *Scientific Quarterly of Holy Defense Studies*, 7(1): 137-158.
- Tawakkul, Mohammad & Maryam Ghazinejad (2006). **“The effect of mass media on the attitude of young people”**. *Journal of Social Sciences*, 4(27): 95-124.
- The Holy Quran
- Thompson, Kenneth (2009). **Emile Durkheim**. Translated by Shahnaz Mosamiparast. Tehran: Ney Publishing.