



نقش رسانه های جمعی در ترویج فرهنگ ایثار و شهادت در جامعه

سارا ابراهیمی لاله

دانشجوی دکتری عرفان اسلامی و اندیشه امام خمینی (ره)، دانشگاه ادیان مذاهب قم

sara.laleh114@gmail.com

چکیده:

از جمله عالی ترین مفاهیم الهی و والاترین ارزش هایی که یک انسان متعهد می تواند به آن دست یابد، فرهنگ ایثار و شهادت است. این مفاهیم اثر گذار و حرکت آفرین قادرند تا فضای یک جامعه را بصورت گسترده تحت تأثیر قرار دهند و والاترین برکات را برای آن به همراه داشته باشند. این تحقیق با هدف بررسی نقش رسانه های جمعی در ترویج فرهنگ ایثار و شهادت در جامعه و به روش توصیفی و از نوع کتابخانه ای انجام گرفته است. یافته ها حاکی از آن است که فرهنگ ایثار و شهادت به عنوان سرمایه عظیم معنوی و راهبردی برای صیانت و توسعه فرهنگ ملی است، لذا ترویج آن برای حفظ هویت و فرهنگ جامعه ضروری بوده و می بایست از تمام ظرفیت رسانه های جمعی با تأکید بر گسترش محتوای غنی ایثار در رسانه و داشتن برنامه های فراملی با حضور کارشناسان و دغدغه مندان با برنامه صحیح جهت ترویج ایثار، برای نشر و نهادینه کردن این فرهنگ و تبدیل آن به فرهنگ عمومی در جامعه استفاده نمود.

واژگان کلیدی: فرهنگ، ایثار، شهادت، رسانه های جمعی، جامعه



مقدمه :

فرهنگ هم به عنوان یک محصول و هم به عنوان مجموعه ای از فرایندهای اجتماعی که محصولی را بوجود می آورد ، شناخته می شود و همانند ایثار به عنوان یک فرآیند نشان دهنده عملی است که مشتمل بر مقدمات ، مراحل و دستاوردهایی است . این فرآیند معرفی کننده نحوه ای از زیستن است که آمیخته ای از آگاهی موجود و آگاهی قابل حصول است. چنین نمونه ای از عمل فرهنگ نام دارد . (طریخی و صمدی ، ۱۳۹۵)

هویت هر ملتی میراث هزاران سال تلاش نسل های گذشته است. هر نسلی اندوخته های فرهنگی و تجارب زندگی خود را به شیوه های گوناگون به نسل بعد منتقل می کند. البته سه عنصر سرزمین، دین و زبان موجب آن می شود که هویت خاص فرهنگی برای آن جامعه به وجود بیاید. در عنصر دین و مذهب، فرهنگ ایثار همواره مورد توجه می باشد. باید در نظام تربیتی تصویری از این فرهنگ در هویت ایرانی ایجاد شود تا افراد به یک احساس مشترک برسند. یعنی مترپیان باید بدانند چه کسی هستند گذشته شان چه بوده و بزرگان و قهرمانان کشورشان چه کسانی بوده اند . (شریعتمداری، ۱۳۷۴).

فرهنگ ایثارگری به عنوان یکی از مولفه های عمده و میراث فرهنگی گرانبهایی است که در طی گذر دوران و حوادث بسیار در جامعه ما حفظ شده و انتقال یافته است . این فرهنگ با بازسازی و مفهوم سازی مجدد توسط متفکران دینی و اجتماعی معاصر، موجب شکل گیری ادبیات و زمینه احیاء خاصی شد؛ به گونه ای که به تدریج روند تحولات اجتماعی به سمت و سوی اسلامی شدن گرایش یافت، به نحوی که بعد از ۱۵ خرداد ۴۲ با رهبری امام خمینی (ره)، احیاء دینی در جهت برخورد فعالانه دین در عرصه سیاست و نظام بین الملل شکل نوینی به خود گرفت به طوری که ایثارگری و تثبیت فرهنگ آن به عنوان یکی از مولفه های هویت دینی و هویت ملی، موجب پایداری و شکل گیری انقلاب اسلامی شد . (غیاثوند و همکاران ، ۱۳۸۷)

دوران هشت سال دفاع مقدس، به عنوان نقطه عطفی در نمایاندن توان، شجاعت و استعداد بی نظیر جوانمردان و غیرتمندان ایران زمین به شمار میرود؛ در این دوران جامعه توانست با اتکای بر آموزه های دینی در این آزمون الهی، پیروزمند ظاهر شود . دستاوردهای دیرین تاریخ، مبین این واقعیت است که ایثار و شهادت به عنوان کارآمدترین عنصر فرهنگی در تاثیر بر فرایندها و پدیده های اجتماعی تلقی می شود .

فرهنگ ایثار و شهادت دربردارنده ی آثار و برکات عظیمی است که به شکل مستقیم و غیرمستقیم جامعه را شامل می شود . چرا که ایثار و شهادت یکی از غنی ترین گنجینه های فرهنگ اسلامی و شیعی است که جلوه های اعجاب انگیز آن در طول سالهای انقلاب و دفاع مقدس به روشنی آشکار گردید و شگرف ترین و عظیم ترین صحنه های از خود گذشتگی انسان ها در آن تبلور یافت . اما مسأله ی اساسی در این زمینه این می باشد که ، چنین گنج گران بهائی را نمی توان با نگرش های سطحی و روش های صوری کارآمد ساخت و آن را انتقال و اشاعه داد . در نتیجه ضرورت توجه به فرهنگ ایثار و شهادت و همچنین ترویج آن در جامعه و مشاهده ی آثار و کارکردهای مثبت آن در گروه داشتن باور عمیق و اندیشه ی بلند است و می بایست چنین تفکری را با ساز و کارهای مناسب بصورت عمیق در بین مردم نهادینه ساخت . و پر واضح است که شناسایی راهها و اتخاذ شیوه هایی که بتواند این فرهنگ را به بهترین شکل ممکن در جامعه مطرح سازد ، طبعاً نیازمند بررسی دقیق ، همه جانبه و مستمر است و یقیناً دست اندرکاران این حوزه باید به این مسئله توجه جدی داشته باشند . چرا که عمل به این وظیفه خطیر در نهایت به بیداری و آگاهی جامعه نسبت به مقوله ی ایثار و شهادت منجر خواهد شد.

بیان مسئله

نهادهای اجتماعی در هر جامعه ای وظیفه نهادینه سازی ارزشها و آرمان های حاکم بر جامعه را بر عهده دارند . خانواده و آموزش پرورش از جمله نهادهای اجتماعی مهمی هستند که در اجتماعی شدن و نقش پذیری نسل جدید در جامعه تاثیر قابل توجهی دارند . در این راستا در صورتی



که اهداف و عملکرد های خانه و مدرسه در تایید یکدیگر نباشند ، تعارض و تضاد در نسل امروز بوجود می آید و در نتیجه آن بقا و دام جامعه آرمان گرا نیز دچار تزلزل خواهد شد . در راستای درونی سازی مطلوب ارزش ایثارگری و شهادت در جامعه ، بررسی ویژگی های این آرمان و ارزش ضروریست .

ارزش ها در نظام اجتماعی زمانی امکان نفوذ و درونی شدن در همه افراد جامعه را پیدا می کند که حاوی آرمان ها و اهدافی باشد که توانایی پاسخگویی همه نیازها و مطالبات مشروع آحاد جامعه را داشته باشد . بهترین روش القای اهداف و آرمان ها ، شیوه ای است که به دور از هرگونه خشونت ، اجبار و اکراهی باشد . بکارگیری عقل و منطق و قانع سازی همراه با اخلاق و حفظ کرامت نوجوانان و جوانان نقش موثری در اجرای این شیوه دارد . علاوه بر موارد مذکور ، زمینه سازی و فراهم کردن بستر آزادی تفکر و اندیشه ، تکریم شخصیت ، ترویج اخلاق مشارکت جویانه در امور جامعه ، برقراری ارتباط دو طرفه و منطقی میان جوانان و مسئولین و ارائه چهره ای ملایم و زیبا از دین می باشد . لازمه انتقال و نهادینه سازی آرمان در نسل جدید ، برنامه ریزی طولانی و دراز مدت است . قدر مسلم رسانه ها از عوامل مهم انتقال فرهنگ، معارف، ارزش ها و آگاهی های جامعه بشری اند و در تحول جامعه ی بشری از اهمیت ویژه ای برخوردارند.

رسانه های جمعی افزون بر اطلاعاتی که در اختیار مخاطبان قرار میدهند، تفسیر و تحلیل هایی ارائه میدهند که به تدریج بخشی از نظام معرفتی افراد را تشکیل میدهد . (هرسیچ و همکاران ، ۱۳۹۰) امروزه با توسعه ابزارهای ارتباطی و اطلاعاتی و نیز تحولات ساختاری و ارزشی دنیای امروز چه در داخل و خارج از کشور ، بکارگیری رسانه ها برای تأمین اطلاعات لازم جهت انتقال فرهنگ ایثار و شهادت بیش از پیش حیاتی است .

بهمنی (۱۳۸۹) در پژوهشی به تبیین راهکارهای ترویج فرهنگ ایثار و شهادت در جامعه پرداخته است . پایه های مفهومی این پژوهش را مفاهیمی مانند ایثارگری، فرهنگ پذیری و نهادینه شدن تشکیل میدهد. منظور از فرهنگ پذیری، جریان تدریجی و عمیق جامعه پذیری است و به واسطه فرهنگ پذیری، امکان انتقال و نهادینه شدن ارزش ایثارگری و شهادت ممکن میگردد و جامعه جوان ایران با بیشترین مخاطب و عدم شکل گیری کامل شخصیت مخاطبین (نوجوانان و جوانان) واجد بهترین موقعیت برای انتقال و تثبیت این مفاهیم ارزشی است .

یافته های تحقیق شاه نوروزی و همکاران (۱۳۹۶) در بررسی عوامل موثر بر ارتقا اثر بخشی شیوه های ترویج فرهنگ ایثار و شهادت نشان داد : « کیفیت بخشی به آثار ترویجی فرهنگ ایثار و شهادت با بالاترین میانگین شدت تاثیر را در میان مولفه های موثر داراست و واقع گرایی در تولیدات و توجه به آثار تولیدی برای کودکان و نوجوانان، بهره گیری از هنر و همچنین تحول و خلاقیت در شیوه ها در رده های بعدی قرار دارند. این پژوهش همچنین نشان داد که عوامل فرهنگی با ۷۷ درصد و ۴/۰۷ میانگین اثر در مجموع و در قیاس با سایر عوامل بیشترین تاثیر را در ارتقا اثر بخشی شیوه های ترویج فرهنگ ایثار و شهادت دارد. »

حراقی و بنی سی (۱۴۰۱) در پژوهش خود به بررسی نقش رسانه در ترویج فرهنگ ایثار و شهادت پرداخته اند. بررسی نتایج پژوهش که به آزمون پنج فرضیه پرداخته است، نشان میدهد رسانه تاثیر مثبت و مستقیم (با ضریب ۰/۸۸) بر ترویج فرهنگ ایثار و شهادت دارد. همچنین رسانه از طریق تاکید بر جنبه های اجتماعی بیشترین تاثیر (با ضریب ۰/۸۶) را بر فرهنگ ایثار و شهادت دارد. با توجه به تاثیر طولانی مدت، تدریجی و مستقیم رسانه بر نگرش مخاطب و معطوف به یافته های پژوهش پیشنهاد می گردد رسانه ها در تولیدات خود با پررنگ نمودن جنبه های اجتماعی فرهنگ ایثار و شهادت نسبت به ترویج آن اقدام نماید. همچنین سیاست گذار مشوق های مناسبی را برای ترویج کنندگان مفاهیم فرهنگ ایثار و شهادت قرار دهد.

نتایج پژوهش یوسفی (۱۴۰۱) پیرامون بررسی نقش فضای مجازی و شبکه های اجتماعی در ترویج فرهنگ ایثار و شهادت نشان داد گستره در برگیری فضای تعاملی، سرعت، ارزیابی و سهل الوصول در هر زمان و مکان از ویژگی های فضای مجازی است که برای غلبه بر آسیبهای جنگ نرم می باشد. تاکید بر گسترش محتوای غنی، مددگیری از فضای عاشورا و اجتماع اربعین که منبع غنی ایثار و شهادت است، الگوگیری از مدافعان



حرم بعنوان اسوه های ایثار و شهادت با معرفی صحیح ایشان در فضای مجازی که شباهت گسترده ای علیه ایشان شکل گرفته از عمده فعالیت هایی در خصوص استفاده از ظرفیت های فضای مجازی برای نشر فرهنگ ایثار و شهادت است.

روش شناسی :

پژوهش حاضر با هدف بررسی نقش رسانه های جمعی در ترویج فرهنگ ایثار و شهادت در جامعه به شیوه توصیفی و از نوع کتابخانه ای انجام شده است و با توجه به روش پژوهش، جامعه آماری پژوهش شامل کلیه اسناد، مدارک و منابع مرتبط با موضوع مورد بررسی می باشد.

بحث درباره یافته ها

ایثار در لغت به معنی برگزیدن ، غرض دیگران را بر غرض خویش مقدم داشتن و منفعت غیر را بر مصلحت خود مقدم داشتن (دهخدا ، ۱۳۷۷ ، ص ۳۶۸۲) و در اسلام به معنای تلاش ، فداکاری ، بخشش و اخلاص در راه خدا آمده است که بیانگر رشد و معرفت الهی انسان است و با مفاهیمی همچون شهادت ، خیرخواهی و دیگر خواهی همراه است . و همینطور شهادت در لغت به معنی گواه و در اصطلاح کسی که در مورد مسئله ای گواهی و شهادت بدهد، مطرح گردیده است. (ابن منظور ، ۱۴۰۵ ، ص ۲۲۵) با این توضیح که در این تحقیق تلفی از ایثار و شهادت، جهاد و کشته شدن در راه خدا می باشد .

بارزترین جلوه های ایثار و شهادت در دین تجلی پیدا می کند و آنقدر حائز اهمیت است که دین اسلام ایثارگری و شهادت طلبی را در راه تعمیق آرمان های مذهبی تشویق نموده و بیشتر از هر چیز دیگری بدان پرداخته است . چرا که در اسلام کشته شدن آگاهانه در راه خدا که در راستای گسترش اهداف الهی و اسلامی است بارها مورد تأکید قرار گرفته است . پس بطور خلاصه فرهنگ ایثار و شهادت در دین اسلام دربردارنده ی مجموعه ای از آگاهی ها، باورها ، اعتقادات و اعمالی است که موجب تقرب انسان به عالی ترین درجه کمال یعنی انتخاب آگاهانه مرگ در راه خدا می گردد .

یکی از بخش های فرهنگ غنی و ناب اسلام ، فرهنگ ایثار و شهادت می باشد . شناخت صحیح فرهنگ والای « ایثار و شهادت » و توجه عموم مردم به اندیشه ها و الگوهای اخلاقی و رفتاری برگرفته شده از قرآن ، روایات و احادیث ، نیازمند شرایط و فضای مناسب است . از این رو بکارگیری راهبردها و پیشنهاداتی که در ادامه به مهمترین آنها می پردازیم ، اقدام قابل تاملی در بوجود آوردن فضای مطلوب در جهت اشاعه این فرهنگ در جامعه خواهد بود:

موثرترین راهکارهای ترویج فرهنگ ایثار و شهادت در جامعه

۱. از آنجا که مطلع بودن و آگاهی داشتن است که منجر به گرایش افراد به سمت چیزی می شود و در صورت عدم آگاهی افراد از پدیده ای ، نسبت به آن هیچ گونه انگیزه و یا گرایشی نخواهند داشت ؛ لذا استفاده از رسانه ها بخصوص صدا و سیما و سازمان های مسئول در امور دینی و فرهنگی و



نهادهایی چون خانواده و سازمان های آموزشی در جهت فرهنگ سازی و ارتقا سطح آگاهی ها و باورهای دینی مردم ضروری خواهد بود . این آگاهی بخشی هم برای تقویت روحیه مشارکتی افراد در این مورد و هم برای اطلاع از حقوق فردی و اجتماعی (مسئولیت پذیری) نسبت به آن مطمئناً موثر و کارساز خواهد بود .

۲ . برقراری رابطه متقابل و تعامل سازنده میان بنیاد شهید و امور ایثارگران و جوانان بخصوص دانشگاهیان و اجرا و برگزاری نشست های تخصصی مشترک و دوره ای و پشتیبانی از تحقیقات و پژوهش های علمی و همچنین برقراری رابطه و تعامل با دیگر نهادهای پژوهشی و آموزشی و بکارگیری نظریات متخصصین و صاحب نظران حوزه دین

۳ . بکارگیری تبلیغات رسانه ای و ساز و کارهای مناسب در جهت معرفی شهدا و ایثارگران به عنوان الگوهای راستین برای جوانان با اختصاص بخشی از خطبه های نماز جمعه به معرفی آنها و یا استفاده از چهره های علمی و فرهنگی مورد قبول جامعه در معرفی آنها و یا اختصاص قسمتی از محتوای متون درسی به این مورد و

۴ . فراخواندن آثار در زمینه های مختلف فرهنگ ایثار و شهادت با برگزاری همایش ها و مسابقات علمی و پژوهشی و فرهنگی با همکاری نهادهای فرهنگی و مذهبی جامعه ، بنیاد شهید ، دانشگاه ها و مدارس و برخی رسانه ها با هدف اطلاع رسانی و آموزش در جهت اشاعه و زنده نگه داشتن دستاوردهای دفاع مقدس و انقلاب اسلامی ، شهدا و ایثارگران

۵ . توجه ویژه به متون درسی در مراکز آموزشی : در تعلیم و تربیت نظام مند، برنامه درسی با سایر عناصر درهریک از مراحل طراحی، اجرا و ارزشیابی ارتباط دارد، تلاش دانشمندان تعلیم و تربیت اسلامی به پیشرفت و توسعه سیاستهای آموزشی، اهداف تربیتی، طبقه بندی و تألیف متون درسی منجر شده است . اما تعلیم آموزه های ایثارگری و شهادت به مثابه یک نظام که متکفل تحقق هدف های اصیل جامعه اسلامی است، کمتر مورد توجه بوده است . تفکر در خصوص برنامه درسی در ترویج فرهنگ ایثار و شهادت و مقاومت مستلزم شناخت زوایای معرفت شناسی آن و به ویژه مفهوم دانش از یک سو و نظام ارزشی آن از سوی دیگر است .

۶ . اقدامات اجتماعی : توسعه و گسترش نمادها و سمبل های دفاع مقدس در قالب :

الف (ساختن بناهای یادبود شهدا در مراکز اصلی و مهم در شهرها و روستاها و حتی در مراکز آموزشی ، بازیابی در تهیه کتیبه ها و پوستر های فرهنگی و تبلیغی و حتی دیوار نویسی در سطح شهرها و روستاهای پر جمعیت در جهت آگاه سازی دینی و معرفتی از شهدا و حفظ و نگهداری از آثار بر جای مانده از دفاع مقدس ، نام نهادن میدان ها ، خیابان ها و مراکز آموزشی به نام شهدا و ایثارگران با در نظر گرفتن مسائل روانشناختی و جامعه شناسانه تبلیغات



ب) برپایی نمایشگاه و موزه ویژه دفاع مقدس در جهت جمع آوری و نمایش آثار مادی و معنوی بجا مانده از آن دوران که خود می تواند به عنوان شاهدهی عینی و ملموس، بازگو کننده وقایع آن دوران بوده و نتیجتاً برای نسل امروز آموزنده باشد

۷. فراهم نمودن زمینه اعزام قشرهای مختلفی از مردم خصوصاً جوانان برای بازدید از مناطق عملیاتی کشور در دوران دفاع مقدس در قالب کاروان های راهیان نور و همچنین برنامه ریزی برای دیدار با خانواده ی شهداء و ایثارگران برای انتقال تجارب و تحکیم پیوندهای دو سویه با همکاری بنیاد شهید، بنیاد حفظ آثار ونشر ارزشهای دفاع مقدس، مدارس، دانشگاهها و صدا سیما.

۸. اتخاذ سیاست های تشویقی و انگیزشی در چارچوب اهداف برنامه پنجم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور در زمینه توسعه مشارکت های مردمی در عرصه فرهنگ دینی و به تبع آن فرهنگ ایثار و شهادت با برنامه ریزی و اقدامات لازم با رویکرد بهبود کیفیت فعالیت ها و همچنین توسعه و حمایت های آموزشی و پژوهشی از زیر ساخت های فکری و مولد فرهنگ اصیل ایثار و شهادت.

۹. ایجاد ارتباط رفتار ایثارگرانه نسل گذشته و نسلی فعلی: فرهنگ ایثار یعنی فرهنگ گذشت، فرهنگ زحمت و تلاش چنین فرهنگی درهرکسی به وجود آید باید وی را ایثارگر نامید. چنانچه تجلی ایثار را فقط در زمان جنگ ومخصوص رزمندگان بدانیم، هر اندازه تلاش کنیم نمیتوانیم فرهنگ ایثار را به نسل امروز منتقل کنیم. ولی اگر تجلی ایثار را در غیر زمان جنگ هم صحیح بدانیم وجلوه های ویژه ایثار را در عصر حاضر نشان دهیم و این تجلی را از زاینده ایثار درجهبه بدانیم، پیوند نسلی ایجاد خواهد شد. بنابراین فرهنگ ایثار و شهادت بایستی باز تولید شود ودر تولید آن، از ایثارگری های زمان انقلاب و جنگ الگو بگیریم، دراین صورت هم فرهنگ جبهه را به نسل امروز انتقال دادیم و مناسبات نسلی را بر قرار نموده ایم وهم با تولید، فرهنگ نوین ایثار استمرار چنین فرهنگی را تضمین کرده ایم.

رسانه های جمعی و نقش آنها در ترویج فرهنگ ایثار و شهادت

شکل گیری زندگی اجتماعی انسان بر مبنای ارتباط می باشد. از این رو ارتباط به عنوان یکی از عناصر مهم و اصلی در زندگی گروهی انسان بوده و هسته اصلی و زیربنای تشکیل ساختمان اجتماعی نیز می باشد؛ زیرا فرهنگ هرگز بدون ایجاد ارتباط بوجود نمی آمد. (امیرتیموری، ۱۳۷۷، ص ۱۰) رسانه در لغت به معنای روش یا ابزار مادی یا فنی تغییر شکل پیام به علامت ها (سیگنال ها) است که مناسب انتقال از یک مجرا (کانال) ارتباطی معین می باشد. اما در اصطلاح، ابزاری است که به وسیله آنها ارتباط برقرار می شود. (احسانی، ۱۳۹۶، ص ۱۱) با این بیان هر آنچه که توان رساندن پیام را از یک فرد یا گروه به دیگر افراد را داشته باشد، می تواند عنوان رسانه را به خود بدهد. در همین راستا رسانه های جمعی مجموعه ای از وسایل ارتباطی هستند که عموماً ارتباطی یک سویه را دنبال می کنند. رسانه های دیداری و شنیداری همچون تلویزیون، رادیو و... از جمله مهمترین رسانه های جمعی (گروهی) می باشند.

۱. کارکردهای رسانه های جمعی

به طور کلی چهار کارکرد مهم برای رسانه های جمعی برشمرده اند. این چهار کارکرد عبارتند از: (افشاری، ۱۳۹۸)



• کارکرد فرهنگی

رسانه های جمعی با توان شکل دهی به آداب و رسوم ملل و جوامع، تغییر هنجارها و ناهنجاری های اجتماعی می توانند به گونه ای بر روی فرهنگ های جوامع و ملل تغییراتی را ایجاد و یا فرهنگ هایی را پدید بیاورند. تبادل فرهنگی یکی از مصادیق این کارکرد است. امروزه این امر بر کسی پوشیده نیست که درصد قابل توجهی از تهاجمات فرهنگی (شبیخون فرهنگی) از طریق رسانه ها صورت می گیرد که یک کشور و یا دولتی به خاطر داشتن رسانه های جمعی قوی تر، فرهنگ کشور و یا اجتماع دیگر را مورد حمله خود قرار می دهد.

• کارکرد سیاسی

یکی از مشخص ترین کارکردهای رسانه در عصر حاضر، کارکرد سیاسی آن است که با بهره گیری از قدرت تأثیر فوق العاده خود، به راحتی می توانند جریانان و گرایش های سیاسی را برای مخاطبان خود راهبری یا تبیین کنند. به تعبیر تافلر بشر امروز کاملاً از رسانه ها تأثیرپذیر است و در مقابل ایشان به گونه ای منفعل برخورد می کند که این امر در امور سیاسی بیشتر خود را نمایان است. (تافلر ، ۱۳۷۵)

• کارکرد اطلاع رسانی

امروزه بخش مهمی از اطلاعاتی که در میان افراد رد و بدل می شود، حاصل استفاده از رسانه های جمعی است. اخباری که در تلویزیون، رادیو، روزنامه و ... آورده می شود، حجم قابل توجهی از اخباریست که افراد آنها را برای هم بازگو می کنند.

• کارکرد تفریحی و سرگرمی

بخشی از رسانه های جمعی به مانند سینما و تلویزیون، وظیفه مهمی در سرگرم سازی افراد دارند.

ترویج فرهنگ ایثار و شهادت از سوی رسانه ها و نقش ابزارهای ارتباطی در ساخت و تشکیل فرهنگ ها و خرده فرهنگ ها، در قرن حاضر بیش از پیش توجه نظریه پردازان، اندیشمندان و صاحب نظران حوزه فرهنگ و ارتباطات را به خود جلب کرده است. معمولاً رسانه هایی که با اهداف عام المنفعه تأسیس می شوند خواهان پیشبرد ارزش های معین یا دستیابی به یک شرایط ارزشمند، بر اساس تعهد داوطلبانه هستند، که ارائه فرهنگ ایثار و شهادت در این رسانه ها همانند ارائه مسائل مذهبی یا علمی بیشتر جوابگوی نیاز جامعه است و تدوین استراتژی مناسب برای ترویج فرهنگ ایثار و شهادت با تعیین نوع هدف جهت طراحی پیام شروع می شود و مشخص ساختن مخاطب مطابق با اهداف تعریف شده کلید موفقیت امر مسائل ارتباطی است. همچنین میزان اثربخشی پیام با میزان رضایت مندی مخاطب از اینکه چقدر مفاهیم ارزشی ارائه شده با عقاید و منافع وی همسو باشند، در ارتباط است، میزان اعتبار، گیرایی و جذابیت پیام گزار نیز در کنار میزان وضوح و تناسب پیام می تواند گویای موفقیت یک جریان ارتباطی



هدفمند باشد، پیام اقناعی از نظر نوع استدلال باید محکم و استوار باشد و از منطق بهره گیرد و در صورت توفیق هر پیام و برنامه‌ای، معرفی و تکرار آن در هر رسانه مخصوصاً در برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی اثرات مطلوب خواهد داشت.

به طور کلی در مباحث ارتباطات و اشاعه فرهنگ ایثار و شهادت، برای تعیین مخاطب مورد نظر توجه به چند شاخص ضروری است، نخست اینکه مخاطب از نظر ویژگی‌ها، مشخصات جمعیت‌شناختی، ارزش‌ها، موقعیت و پایگاه‌های اجتماعی - فرهنگی چگونه است و از چه سطح دانش و نگرشی برخوردار است، دوم اینکه میزان استفاده از رسانه و یا دستیابی به انواع آن به چه میزان بوده و میزان پذیرش پیام ارائه‌شده با توجه به زمینه خاص فرهنگی و ارزشی مخاطب چگونه است.

از جمله مهمترین کاتال های بوجود آورنده فرهنگ که وظیفه هدایت روند کلی فرهنگ جامعه را نیز بر عهده دارند و می توانند در بازسازی ، احیا ، رونق و زمینه سازی هر چه بیشتر و بهتر این فرهنگ والا نقش موثری داشته باشند ، رسانه های جمعی و بویژه صدا و سیما می باشند . بدون شک رسانه های جمعی ، در کنار دیگر نهادهایی همچون خانواده ، مراکز آموزشی ، کانون های مذهبی و سایر بخش های جامعه نقش تاثیر گذاری در انتقال فرهنگ ، جامعه پذیری و تعلیم و تربیت اجتماعی دارد . همچنین قدرت قابل توجهی در شکل دهی به باورها و اعتقادات و آگاه سازی و اطلاع رسانی علاوه بر بازتاب فرهنگ جامعه دارد . (لازار ، ۱۳۸۰ ، ص ۸۶)

از جمله راهکارهایی که رسانه های جمعی در جهت اشاعه و ترویج فرهنگ ایثار و شهادت می توانند بکارگیرند عبارت است از :

برنامه های تلویزیونی و رادیویی :

رسانه صدا و سیما بدلیل قدرت فراگیر بودن که دارد ، از تاثیر گذارترین عوامل توسعه فرهنگ ایثار و شهادت می تواند باشد . لازمه تحقق این امر زمینه سازی از نظر فرهنگی و هنری است که افزون بر جنبه های ظاهری ، می بایست در آنها به مفاهیمی چون ایثار و شهادت ، رشادت ، وطن دوستی و ایمان قوی شهدا و رزمندگان توجه شود و از هر گونه اعمال نظر سلیقه ای و حزبی خودداری کرد .

این رسانه می تواند تولیدات خود را در قالب های رایج رسانه ای با محوریت و اولویت اشاعه ی فرهنگ ایثار و شهادت از قبیل : پخش اخبار ، سخنرانی ، میز گرد های کارشناسی ، مصاحبه ، برنامه های مستند ، گزارش های تحلیلی ، کارتون ، زیر نویس های تبلیغاتی و ویدئو کلیپ ها ، چاپ و نشر مقالات ، کاریکاتورها ، تهیه ی پوستر و موسیقی ، سرودها ، نوحه ها ، اشعار و غیره ارائه نماید . همچنین استفاده از بازیگران مطرح و متعهد ، اختصاص بودجه مشخص و ساخت مرکزی برای تهیه فیلم های سینمایی مرتبط با این موضوع می تواند بسیار کارگشا باشد .

اما نکته ای که در موفقیت عملی رسانه ها در ترویج این فرهنگ باید به آن توجه داشت ، رعایت عوامل ذیل می باشد ؛ مسئولیت پذیری ، گستردگی پوشش و ایجاد ارتباط با گروه های مختلف مردم ، درک وضعیت فرهنگی - اجتماعی جامعه ، توجه به نیازهای مخاطبان و برنامه ریزی دقیق در این راستا ، هماهنگی رسانه ها در عمل ، تنوع در اشکال پیام و مداومت در القای آن ، حذف پارازیت ها و غیره .

تاثیر :

این هنر نمایشی می تواند در مدارس و دانشگاه ها و یا ادارات و دیگر نهاد های دولتی و خصوصی در جامعه و یا حتی در خود تلویزیون ، با هدف شناساندن رشادت ها و مجاهدت های ایثارگران و شهدا به شیوه ای عینی و ملموس به صورت زنده اجرا گردد.



نشریات و کتب :

در این راستا می بایست نسبت به ثبت و انتشار خاطرات ، تجربیات و اندیشه ها و وصیت های شهداء و ایثارگران و رزمندگان در قالب کتاب و یا مقاله در نشریه و روزنامه و یا کتب دانشگاهی و با حمایت معنوی و مادی از آنها اقدام کرد .

ایجاد یک بانک اطلاعاتی قوی در این زمینه :

بوجود آوردن یک بانک اطلاعاتی از نام و رمز عملیات ها ، سوابق علمی و پژوهشی شهداء و ایثارگران ، وصایا ، خاطرات ، تاریخ و محل شهادت ، زندگی نامه و سایر آمار مربوط به دفاع مقدس در جهت دسترسی محققان و پژوهشگران عرصه های مختلف در حوزه دفاع مقدس به آنها که می تواند به عنوان مرکزی مهم و اثرگذار در نشر ارزش ها و دستاوردهای شهدا و ایثارگران باشد .

همچنین برگزاری جلسات، نشست ها و برنامه های خاص آشنایی با سازمان ها و دعوت از صاحب نظران، اندیشمندان و عوامل رسانه ای جهت هم فکری و هم اندیشی پیرامون طرح مسائل فرهنگ ایثار و شهادت و کسب نظر و رأی آنها در این ارتباط می تواند در جلب نظر مخاطب و توجه کردن رسانه به انتشار جوانب متعدد این فرهنگ مؤثر باشد.

اقدامات اجتماعی :

به شکل گسترش نمادها و سمبل ها ی دفاع مقدس در قالب:

الف) توسعه ی نمادها از طریق ساخت یادمان های شهداء در مراکز مهم و اصلی شهر ها و حتی مراکز آموزشی ، بازنگری در تهیه پوسترها ، کتیبه ها و فضا سازی فرهنگی و تبلیغی (دیوار نویسی) در سطح شهرها با همکاری شهرداریها و حتی در روستاهای پرجمعیت با تکیه بر جنبه های آگاه سازی دینی و معرفتی از شهداء ، حفظ بخشی از آثار بجا مانده از دفاع مقدس ، نامگذاری خیابان ها ، میادین ، مدارس و دانشگاهها بنام شهداء و ایثارگران البته با در نظر گرفتن جامعه شناسی و روانشناسی تبلیغات

ب) ایجاد نمایشگاه و موزه ی دفاع مقدس برای تجمع و ارائه آثار مادی و معنوی بازگو کننده ی صحنه های مختلف از دفاع مقدس که بلحاظ عینی و ملموس بودن می تواند بسیار آموزنده و نتیجه بخش باشد . از قبیل ارائه ی تجهیزات نظامی رزمندگان ، هنر های دستی آنان ، پیشانی بندها ، عکس و پوستر ، دست نوشته ها ، کتب و اشعار ، ساخت ماکت از صحنه های نبرد، نقشه ی عملیات ها و بسیاری موارد دیگر .

ج) فراهم نمودن زمینه اعزام قشرهای مختلفی از مردم خصوصاً جوانان برای بازدید از مناطق عملیاتی کشور در دوران دفاع مقدس در قالب کاروان های راهیان نور و همچنین برنامه ریزی برای دیدار با خانواده ی شهداء و ایثارگران برای انتقال تجارب و تحکیم پیوندهای دو سویه با همکاری بنیاد شهید ، بنیاد حفظ آثار و نشر ارزشهای دفاع مقدس ، مدارس ، دانشگاهها و صدا سیما .



د) تلاش‌های دیپلماتیک و سیاسی در راستای نمایاندن مظلومیت ملت ایران و شهداء در جنگ تحمیلی هشت ساله به جهانیان با نقش آفرینی وزارت امور خارجه در این زمینه و یا اتخاذ تدابیری که هر ایرانی در خارج از کشور مبلغ و مروج فرهنگ دفاع مقدس و دلاوری‌های شهداء و ایثارگران باشد و یا ایجاد بستر مناسب برای حضور خارجی‌ان و مشاهده‌ی آثار بجا مانده از دفاع مقدس، مناطق جنگی و دیدار با ایثارگران در جهت توسعه ارزش‌های دفاع مقدس در خارج از مرزها با همت رایزنان فرهنگی کشور در خارج با ارائه تسهیلات و دعوت از اشخاص حقیقی و حقوقی مطرح.

نتیجه‌گیری

فرهنگ ایثار و شهادت حاوی آثار و برکات مهم و بزرگی است که در جامعه امروز ما به اشکال مستقیم و یا غیر مستقیم جاری است. زیرا که ایثار و شهادت از جمله غنی‌ترین گنجینه‌های فرهنگ اسلامی و شیعی به شمار می‌آید که در طی سالهای انقلاب و دفاع مقدس، جلوه‌های شگفت‌انگیز آن آشکار گردید و عظیم‌ترین صحنه‌های فداکاری انسان‌ها در آن متجلی شد. از این رو توجه به این فرهنگ و همین‌طور ترویج آن در جامعه و در میان نسل امروز و مشاهده آثار و کارکردهای مثبت آن در جامعه ضروری بوده و لازم است این تفکر با ساز و کارهای مناسب به شکلی عمیق در میان آحاد جامعه نهادینه شود. بدیهی است شناخت شیوه‌هایی که قادر باشد این فرهنگ را به بهترین وجه ممکن در جامعه مطرح کند، نیاز به بررسی دقیق و همه‌جانبه است و قطعاً دست اندرکاران این حوزه می‌بایست توجه جدی به این مورد مبذول کنند. زیرا که عمل به این وظیفه مهم منجر به آگاهی و بیداری جامعه نسبت به مسئله ایثار و شهادت خواهد شد. در این راستا رسانه‌های جمعی به تناسب ماهیت، میزان نفوذ، ظرفیت امکانات، نوع پیام و مخاطب می‌توانند نقش خویش را متناسب با انتظارات ایفا کنند و گام‌های مؤثری در توسعه و ترویج فرهنگ و ارزشهای انقلاب اسلامی و دفاع مقدس از جمله فرهنگ ایثار و شهادت بردارند.

پیشنهادهات

در این راستا پیشنهاد می‌شود یک سازمان تبلیغاتی و رسانه‌ای کارآمد در مورد دفاع مقدس به شکل متمرکز با برنامه ریزی دقیق ساختاری و محتوایی با استفاده از نیروهای فکری، هنری و علمی متعهد در این زمینه ایجاد شود.

منابع

امیر تیموری، محمدحسن؛ (۱۳۷۷)، رسانه‌های آموزشی، شیراز: نشر ساسان، ص ۱۰
 احسانی، حمیده؛ (۱۳۹۶)، نقش و تاثیر رسانه‌ها در تربیت اجتماعی و دینی کودکان، نوجوانان، جوانان و خانواده، فصلنامه نخبگان علوم و مهندسی، شماره ۶

افشاری، محمدحسین؛ (۱۳۹۸)، رسانه‌های جمعی چیست؟، <https://rasekhoon.net/lifestyle/show/1438709>
 ابن منظور، محمدبن مکرم. لسان العرب، قم: نشر ادب الحوزه، ۱۴۰۵ ق.



- تافلر، آلوین (۱۳۷۵)، موج سوم، مترجم: شهین دخت خوارزمی، تهران: نشر فاخته
- دهخدا، علی اکبر. لغت نامه، تهران: دانشگاه تهران، ۱۳۷۷
- شریعتمداری، علی؛ (۱۳۷۴). جامعه و تعلیم و تربیت. تهران: انتشارات امیر کبیر.
- طریحی، ناصر؛ صمدی، مهران؛ (۱۳۹۵)، مطالعه رابطه بین میزان مصرف رسانه های نسل جوان و نگرش آنان به فرهنگ ایثار و شهادت، مطالعات جامعه شناسی، ۸ (۳۲)
- غیاثوند، ا؛ و دیگری. (۱۳۸۷). بررسی نگرش جوانان نسبت به عملکرد ایثارگران. فصلنامه مطالعات ملی. سال دهم، شماره ۱، ۴۷ - ۳۱
- لازار، ژودیت؛ (۱۳۸۰)، افکار عمومی؛ ترجمه مرتضی کتبی؛ تهران: نشر نی
- هرسیج، ح؛ و همکاران. (۱۳۹۰). بررسی تاثیر مصرف رسانه ای بر هویت اجتماعی دانشجویان دانشگاه اصفهان. جامعه شناسی کاربردی. سال بیست و سوم، شماره پیاپی ۴۷، شماره سوم، صص ۹۲ - ۷۵