

Areas promoting the culture of sacred defense in the second step of the Islamic Revolution

Asgar Mohammadi Fateh¹, Yaser Faizullahi²

Abstract

The purpose of this article is to study the areas that promote the culture of sacred defense in the second step of the Islamic Revolution. The research method used in this study is quantitative and survey and a researcher-made questionnaire has been used to collect data. The study is conducted in an elite form with a full-counting statistical population among the six experts in the field of sacred defense. In this research, through interviews with six experts in the field of sacred defense, 10 main fields of sacred defense such as the fields of martyrs, literature and oral history, responsible manpower, veterans, cultural and artistic, war learnings, paths of light (Raheyane Noor), technology and media, advertising and international jurisprudence are identified. In the continuation of the research, these 10 areas have been explained based on the text of research interviews and the views of other thinkers. Finally, through quantitative study and distribution of questionnaires among experts, the contribution of 10 areas of sacred defense in promoting the culture of sacred defense and in the second step of the Islamic Revolution in the current situation and the desired situation has been presented. The results show that the performance of all sacred defense institutions in the country is about 50%. According to experts, the desired situation should reach to 86%. Therefore, the current performance gap is 35%.

Keywords: *Sacred Defense, Promoting Factors, The Second Step of the Islamic Revolution, Sacred Defense Culture.*

1- Correspondent Author, Assistant Professor at Imam Ali's (as) Officers University

2- Researcher of Imam Hussein's (as) Officers University

حوزه‌های پیش‌برنده فرهنگ دفاع مقدس در گام دوم انقلاب اسلامی

اصغر محمدی فاتح^۱، یاسر فیض‌اللهی^۲

تاریخ دریافت: ۹۹/۰۵/۲۳

تاریخ پذیرش: ۹۹/۰۷/۰۹

چکیده

هدف تحقیق مطالعه حوزه‌های پیش‌برنده فرهنگ دفاع مقدس در گام دوم انقلاب اسلامی است. روش تحقیق به کار رفته در این مطالعه، کمی و پیمایشی است و جهت گردآوری اطلاعات از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شده است. مطالعه به شکل نخبگی و با جامعه آماری تمام شمار در بین شش خبره حوزه دفاع مقدس انجام شده است. در این تحقیق از طریق مصاحبه با شش خبره در حوزه دفاع مقدس، تعداد ۱۰ حوزه اصلی دفاع مقدس بنام حوزه‌های شهدا، ادبیات و تاریخ شفاهی، نیروی انسانی متوکی، پیشکسوتان، فرهنگی و هنری، معارف جنگ، راهیان نور، فناوری و رسانه، تبلیغات و حوزه حقوقی بین‌المللی شناسایی شد. در ادامه تحقیق، این ۱۰ حوزه با استناد به متن مصاحبه‌های تحقیق و دیدگاه سایر اندیشمندان تبیین شده است. در نهایت از طریق مطالعه کمی و توزیع پرسشنامه بین خبرگان، سهم ۱۰ حوزه دفاع مقدس در ترویج فرهنگ دفاع مقدس در گام دوم انقلاب اسلامی در وضع موجود و وضع مطلوب آورده شده است. نتایج نشان می‌دهد عملکرد کلیه نهادهای دفاع مقدس در کشور، حدود ۵۰ درصد است. از نظر خبرگان در وضعیت مطلوب باید به ۸۶ درصد رسید و شکاف عملکردی فعلی در حد ۳۵ درصد است.

کلید واژه‌ها: دفاع مقدس، پیش‌برنده، گام دوم انقلاب اسلامی، فرهنگ دفاع مقدس.

۱- استادیار دانشگاه افسری امام علی (ع)، amohammadi1360@yahoo.com

۲- پژوهشگر دانشگاه افسری امام حسین (ع)

مقدمه

آموزه‌های دوران دفاع مقدس و دستاوردهای حاصل از آن‌ها، ظرفیت لازم را برای الگوسازی در گام دوم انقلاب اسلامی به همراه دارد. مؤلفه‌های فرهنگ مقاومت در شرایط محدودیت، جوان‌گرایی، فرهنگ کار و توکل، امیدواری، ایثار و... تنها نمونه‌ای از صدها خرده‌فرهنگی است که از دفاع مقدس به یادگار مانده است و می‌توان از آن در آینده انقلاب بهره گرفت. مقام معظم رهبری در این خصوص می‌فرمایند: "نباید اجازه داد حقایق دفاع مقدس کهنه، فراموش و یا انکار شود". همان‌طور که فرهنگ دفاع مقدس به‌عنوان یک مفهوم کلی، اصلی‌ترین رکن الگوبرداری از دفاع مقدس در گام دوم انقلاب تلقی شد، راهکار ترویج این فرهنگ، گفتمان‌سازی دفاع مقدس در بدنه انقلاب است.

گفتمان‌سازی دفاع مقدس شیوه‌ای برای مقابله با مسائل پیش روی انقلاب بر اساس تجربیات دفاع مقدس است و این شیوه می‌تواند سرآغاز مناسبی برای پیمودن ادامه مسیر انقلاب اسلامی در گام‌های بعدی باشد^۱. تجربه زیسته دوران دفاع مقدس تأثیرات عمیقی در باورهای اجتماعی مردم داشته است؛ چرا که در این دوران ثابت شد که تلاش و توکل به‌صورت توأمان می‌تواند تأثیر موفقی در تحولات اجتماعی و در حفظ عزت و استقلال داشته باشد؛ بنابراین می‌توان گفت که دو پدیده مهم یعنی انقلاب اسلامی و دفاع مقدس، ظرفیت لازم را برای تغییر و اصلاح علوم انسانی موجود دارند، اما از این ظرفیت به‌اندازه کافی استفاده نشده و به‌خصوص پژوهش در عرصه دفاع مقدس به‌عنوان دومین پدیده ظرفیت‌ساز برای علوم انسانی، می‌تواند سطح فکری و معرفتی جامعه را ارتقاء داده و هویت ملی را تقویت کند (محمدی‌فاتیح، ۱۳۹۸: ۲).

در این راستا بررسی و شناسایی ارکان اصلی دفاع مقدس و نقش آن‌ها در حفظ و نشر ارزش‌های دفاع مقدس و تولید دانش دفاعی شایان توجه است. مقام معظم رهبری در خصوص پژوهش دفاع مقدس می‌فرمایند: "باید پیروزی این جنگ را تا ۱۰۰، ۲۰۰ سال آینده حس کنیم و

۱- بیانات در دیدار دست‌اندرکاران کنگره ملی ۶۲۰۰ شهید استان مرکزی ۹۸/۷/۸
۲- برگرفته از مقاله رابطه تطبیقی دفاع مقدس با بیانیه گام دوم انقلاب: www.isna.ir

این نمی‌شود، مگر با شکافتن ذره‌ذره سلول‌های این جنگ^۱. تجربیات انقلاب اسلامی و هشت سال دفاع مقدس، فراهم‌کننده بزرگ‌ترین سرمایه دانشی برای سازمان‌های مختلف و به‌خصوص نیروهای مسلح می‌باشد؛ اما تاکنون به‌اندازه کافی، سازوکارهای این مهم احصاء نشده است. البته حرکتی که بعد از پایان دفاع مقدس در حوزه خاطره‌نگاری، مستندنگاری و تاریخ‌نگاری جنگ شکل گرفت و نهضت ثبت و ضبط حضور و حماسه تک‌تک عناصر ملت از اقشار مختلف در میدان جنگی نابرابر با کشورهای بزرگ به راه افتاد، بدون شک الگویی بی‌نظیر در بازشناسی گذشته یک ملت است. الگویی که در سال‌های اخیر سرعت، عمق و قوت بیشتری پیدا کرده، در حال اصلاح خود است و با قدرت به‌پیش می‌رود (قاضی، ۱۳۹۸). از طرفی، مهم‌ترین عامل در بهره‌برداری از درس‌های دفاع مقدس، ایجاد شرایط لازم برای پژوهشگران و محققان برای ورود به حوزه‌های مختلف دفاع مقدس و لمس پدیده‌های دفاعی از نزدیک است. پژوهشگر برجسته مرحوم سوداگر (۱۳۹۰) معتقد بود: "در آسیب‌شناسی انتقال «میراث دفاع مقدس» به نسل‌های بعد، اشکال کار از زمانی شروع شد که درب پادگان‌ها بسته شد و اطراف آن‌ها حصار کشیده شد تا کسی وارد آن‌ها نشود"؛ بنابراین شناخت ارکان اصلی و حوزه‌های مهم دفاع مقدس و ساماندهی و هدایت انواع تخصص‌های مورد نیاز در این حوزه‌ها و تعیین مسیرهای تحقیقاتی جدید به‌منظور افزودن به لایه‌های دانش جدید در این عرصه‌ها از اهمیت و ضرورت بالایی برخوردار است.

بر اساس دیدگاه محققان مدیریت دانش نظامی، دفاع مقدس رزمندگان اسلام در دهه هفتاد، زیربنای دفاع دانش‌بنیان در ایران است (لطفی مرزناکی، ۱۳۹۶). مدیریت دانش نهفته در طول حیات انقلاب اسلامی به‌خصوص دفاع مقدس و استفاده از تجارب خبرگان به ایجاد هوشمندی در تحقق تمدن نوین اسلامی، کمک می‌کند.^۲ بخش اعظمی از ثروت کشور در دفاع مقدس، تجربه رزمندگانی است که در آن دوره در سطوح مختلف مدیریت حضور داشته‌اند، شاید بخشی از این تجربه در قالب‌های مختلف از جمله خاطرات و داستان‌ها مستند شده باشد (جاسبی، ۱۳۹۳)، اما این واقعه تاریخی علاوه بر آن که نیاز به کالبدشکافی، مستندسازی و شناخت آنچه اتفاق افتاده دارد،

۱- بیانات در دیدار با مسئولان بنیاد حفظ آثار و نشر ارزش‌های دفاع مقدس ۹۶/۱۰/۱۷

۲- برگرفته از متن الگوی دانشگاه‌های نیروهای مسلح در تراز انقلاب اسلامی. ستاد کل نیروهای مسلح، ۱۳۹۵.

نیازمند استخراج الگوهای عملیاتی و کاربردی نیز است. بر طبق دیدگاه جعفری^۱ (۱۳۹۴) موضوعات بسیار ارزشمندی در عرصه‌های تجربی و عملی طی سال‌های دفاع مقدس وجود دارد که می‌توان آن‌ها را به دانش صریح و بومی تبدیل کرد؛ بنابراین توسعه کار دانشی و فکری در حوزه‌های مختلف دفاع مقدس در گام دوم انقلاب اسلامی ضروری است و در این راستا شناسایی نیازهای پژوهشی حوزه‌های دفاع مقدس و استفاده از ظرفیت نخبگان در این حوزه‌ها ضروری است.

کار پژوهشی و دانشی در حوزه دفاع مقدس، یعنی استخراج ابعاد پنهان آن از گذشته و تبدیل به محتوای علمی و افزودن بر گستره علمی دفاع مقدس است. بالأخره طبق نظر محققان، بازنشستگی منجر به تلف شدن دانش و ایجاد انقطاع در محیط کار شده و طبیعتاً تلف شدن دانش، باعث اثرات عملیاتی منفی بالقوه و گسست‌های اجتماعی- فرهنگی می‌شود (دان^۲، ۲۰۱۰). علاوه بر اینکه نه تنها تجارب دفاع مقدس در گام اول انقلاب اسلامی (تجارب رزم هوایی، رزم زمینی، تجارب مدیریتی، مهندسی، پزشکی و...) بایستی مستند شود؛ بلکه حوزه‌های فعلی (مانند حوزه نشر ادبیات دفاع مقدس، حوزه پیشکسوتان، حوزه تبلیغات، حوزه فضای مجازی، حوزه راهیان نور، موزه‌ها و...) نیز در گام دوم انقلاب باید مورد توجه قرار گرفته و سهم آن‌ها در حفظ و ترویج فرهنگ جهاد و شهادت تعیین و نواقص احتمالی آن برطرف شود. به خصوص در گام دوم انقلاب اسلامی، توجه به نقش جوانان و بُعد علمی و فناورانه دفاع مقدس ضروری است. چرا که در گام دوم، طبیعتاً از نظر زمانی به‌طور پیوسته از حادثه دفاع مقدس دور می‌شویم و به موازات این دور شدن و فاصله گرفتن، باید مطالعه پدیده دفاع مقدس با کنکاش عمیق‌تر و ظرافت علمی بالایی دنبال شود. پس از اتمام جنگ تحمیلی تاکنون، رویکردهای متعددی به مبحث دفاع مقدس، اختصاص یافته است. این اقبال؛ اگرچه لازم بود، اما کافی نبوده است. با کمک نموداری و علمی درمی‌یابیم که تاریخ‌نگاری ما از دفاع مقدس، اعم از برگزاری یادواره‌های شهدا و سرداران، شب‌های خاطره، شب‌های شعر مقاومت و در کل ایجاد مجموعه فضاهایی که برای حفظ و نشر آثار دفاع مقدس در فاصله‌ی پس از جنگ به آن‌ها اهتمام داشته‌ایم؛ از نظر کمی و کیفی، افت کرده و

۱- سخنرانی سرلشگر جعفری در جشنواره امام علی (ع)

تحلیل رفته است. این در حالی است که هنوز یادگاران دوران دفاع مقدس در میان ما حضور و وجود دارند (سوداگر، ۱۳۹۰)؛ بنابراین در این تحقیق، حوزه‌ها و ارکان اصلی دفاع مقدس که در گام دوم انقلاب می‌توانند در حفظ و نشر ارزش‌های دفاع مقدس مؤثر واقع شوند، شناسایی شده است تا بتوان نیازهای مختلف این بخش‌ها را مرتفع کرد.

ادبیات تحقیق

تعریف مفاهیم

دفاع مقدس: مجموعه مجاهدت‌ها، حماسه‌ها، پایمردی‌ها و فعالیت‌های متنوعی که ملت شریف و مسلمان ایران و نیروهای مسلح جمهوری اسلامی ایران در طول هشت سال (۲۸۹۵ روز) در برابر تهاجم استکبار جهانی و رژیم بعث عراق به خاک ایران اسلامی انجام دادند و در این امتحان الهی سربلند و پیروز بیرون آمدند.

حوزه دانشی دفاع مقدس: در این مطالعه، منظور از حوزه دانشی دفاع مقدس، موجودیت‌های کلانی است که به حفظ و نشر ارزش‌های دفاع مقدس پرداخته و همچنین تجربه و دانش هشت سال جنگ تحمیلی را در اختیار دارند.

دانش و پژوهش حوزه دفاع مقدس

تاکنون رویکردهایی مانند رویکرد حماسی، تاریخ‌نگاری، انتقادی، جغرافیایی و علمی و آکادمیک نسبت به دفاع مقدس وجود داشته است. هرچند رویکرد علمی اخیراً شروع شده است، اما تئوری آن بیانگر این حقیقت است که جنگ مجموعه علوم و معارفی را در خود نهفته دارد که توانسته است در همه کشورها اثرگذار باشد؛ و یا به عبارت دیگر توانسته است منشأ تحولات عظیمی در کشور باشد. باید گفت که جنگ گنجینه عظیمی از علوم و معارف است که باید استخراج و کاربردی شده و از طریق مؤسسات آموزشی و پژوهشی و آموزش عالی ترویج و توسعه پیدا کرده و در اختیار سایر نسل‌ها قرار گیرد. این علوم در جنگ موفق، معمولاً تولیدی و بومی بوده‌اند که توانسته است سرمنشأ تغییر و تحولات اساسی شوند (بی‌نام، ۱۳۹۰)؛ بنابراین اگر رویکرد علمی را برای تبیین و اکتشاف دفاع مقدس انتخاب کنیم، به‌ناچار بایستی به روش‌شناسی اتکا کنیم؛ بنابراین تبیین‌های تئوریک و مبتنی بر روش‌شناسی و توأم نمودن آن با عمل در حوزه دفاع مقدس باعث

رشد آن می‌شود. اگر مسئله موضوع‌یابی و روش‌شناسی معارف دفاع مقدس و جنگ، درست و علمی انتخاب و تدوین شوند، قادر خواهیم بود با نوآوری در موضوعات، مسیر پژوهش‌های خود را به شکلی منسجم، پیوسته و علمی دنبال کنیم. به‌خصوص، رویکرد علمی در تاریخ شفاهی و انجام مصاحبه فعال، روش‌مند و دقیق توسط مصاحبه‌گر، بر افزایش ضریب اعتماد به منابع شفاهی و آثار تولیدشده در حوزه دفاع مقدس نقش کلیدی دارد (مرادی و رجب‌پور، ۱۳۹۱). تاکنون در خصوص پژوهش دفاع مقدس در اسناد سازمان‌های لشگری و کشوری مباحث کوتاهی مطرح شده که وجه مشترک آن‌ها تأکید به اهمیت "درس‌آموزی از دفاع مقدس" است. در سند نظام جامع مدیریت دانش نیروهای مسلح کشور، کلمه دفاع مقدس ۱۲ بار بکار رفته است. در بند ۱ و ۳ از ویژگی‌های نظام جامع مدیریت دانش نیروهای مسلح آمده است که "دانش‌های پیشین و ناپیدای سازمان به‌ویژه دانش هشت سال دفاع مقدس باید احصاء شوند." همچنین در بند ۳ همان سند آمده است که "باید از دانش در بازه عمر آن به‌ویژه از دانش هشت سال دفاع مقدس استفاده شود". در سند الگوی دانشگاه نیروهای مسلح در تراز انقلاب اسلامی، کلمه دفاع مقدس ۱۶ بار تکرار شده است. در این سند آمده است: "نگاهی درس‌آموز و عبرت‌انگیز به پیشینه علم و علم‌آموزی در کشور انجام شد و نقاط قوت، ضعف، انحراف‌ها و کاستی‌ها مشاهده گردید. در این میان از مراجعه به منبع منحصربه‌فرد و گنجینه آموخته‌های دوران دفاع مقدس، غفلت نشده و به آن به مثابه دانشگاهی عظیم و قابل کشف به‌ویژه در هنگامه تغییر راهبردهای دفاعی و بزرگ‌ترین دانشگاه انسان‌سازی به‌ویژه برای تربیت فرماندهان و مدیران نگریسته و از آن درس‌های زیادی گرفته شده است". این کلمه همچنین در سند اسلامی‌شدن دانشگاه‌ها ۱۰ بار تکرار شده است. بالاخره در بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی هم یک‌بار کلمه دفاع مقدس بکار رفته و یک‌بار هم به جنگ تحمیلی اشاره شده است. در تحقیقات اخیر که به ارتباط گام دوم انقلاب و دفاع مقدس پرداخته‌اند به موضوعاتی همانند درس‌آموزی، جوان‌گرایی، تجارب دفاع مقدس به‌عنوان پیش‌زمینه گام دوم، تکیه بر ارزش‌های دفاع مقدس در گام دوم اشاره شده است. صفوی (۱۳۹۸) در خصوص ارتباط دفاع مقدس و گام دوم انقلاب اسلامی معتقد است: "دستاورد دفاع مقدس تنها شکست یک دشمن خبیث و قداره‌کش نبود، بلکه حاکم شدن تفکر مقاومت و تشکیل هندسه جدید قدرت و زمینه‌سازی برای ایجاد تمدن نوین اسلامی را باید

از دستاوردهای آینده دفاع مقدس ملت بزرگ ایران به رهبری ولایت فقیه دانست^{۱۱}.

پیشینه تحقیق

رشید و پاشایی هولاسو (۱۳۹۱) در مقاله خود به «ارائه مدلی مبتنی بر مدیریت دانش جهت ترویج فرهنگ دفاع مقدس» پرداختند. هدف این مقاله، ارائه مدلی است مبتنی بر مدیریت دانش جهت ترویج فرهنگ دفاع مقدس. با بررسی ادبیات موجود در حوزه مدیریت دانش، چهار فرضیه با متغیرهای مستقل «اجتماعی سازی، برونی سازی، درونی سازی و ترکیب کردن» تدوین شد. این پژوهش با روش توصیفی - پیمایشی انجام شد و جامعه آماری آن کلیه کسانی بودند که علاوه بر آشنایی با مدیریت دانش با دفاع مقدس و ارزش های آن آشنا بوده که با روش نمونه گیری تصادفی خوشه ای انتخاب شدند. برای جمع آوری اطلاعات از یک پرسشنامه محقق ساخته متشکل از ۲۴ گویه استفاده شد که ضریب آلفای کرونباخ برای سؤالات پرسشنامه برابر ۰٫۸۶ می باشد؛ همچنین برای تجزیه و تحلیل داده ها از آزمون تی تک نمونه ای استفاده گردید که عمده ترین نتایج آن به این قرار است: مدل نوناکا و تاکئوچی به عنوان یک روش مناسب برای مدیریت دانش، جهت ترویج فرهنگ دفاع مقدس است که بر اساس این مدل، فرضیه اجتماعی سازی بیشترین تأثیر را داشته و فرضیه های دیگر به ترتیب: درونی سازی، ترکیب کردن و برون سازی در مراتب دیگر قرار گرفته اند. نتیجه اینکه برای ترویج فرهنگ دفاع مقدس باید بین افراد، با استفاده از نظریه های اجتماعی، همکاری ایجاد کرد.

مسعودی (۱۳۹۳) در مقاله خود به «بررسی راه های اثربخش کردن فرهنگ دفاع مقدس با تأکید بر نقش رسانه ها، دولت و پدیدآورندگان» پرداخته است. در این مقاله که نتیجه پژوهشی میدانی است از روش دلفی برای دستیابی به راه های اثربخش کردن فرهنگ دفاع مقدس، استفاده شده است. برای پژوهش، دیدگاه های پدیدآورندگان نشر آثار دفاع مقدس به عنوان متخصصان و متفکران این عرصه، طی سه مرحله مصاحبه عمقی و به شیوه پانل به دست آمد و سپس با استفاده از آمار استنباطی (تحلیل عاملی و تحلیل مسیر) براساس الگوی نظری رومن یا کوبسن تحلیل شد.

۱- سخنرانی سرلشگر صفوی در هفتمین جلسه هماهنگی نهضت خاطره گویی دفاع مقدس - ستاد فرماندهی کل سپاه (۱۳۹۸/۷/۱۶). برگرفته از mizanonline.com

پژوهشگر برای شناخت عوامل پنهان و مؤثر بر آثار دفاع مقدس با استفاده از تحلیل عاملی از میان ۳۲ متغیری که متخصصان مشخص کرده بودند به هشت عامل یا متغیر جدید دست یافت که عبارت است از: برنامه‌ریزی فرهنگی، سیاست‌گذاری فرهنگی، اجرا و چگونگی دریافت آثار، ابزارهای رسانه‌ای، نظارت دولت بر آثار، استقلال حرفه‌ای پدیدآورندگان، نظارت مردمی، ثبات در سیاست‌های نهادی ناظر. در گام بعدی، پژوهشگر با ادغام، گزاره‌ها و متغیرهای اظهارشده توسط متخصصان یعنی ۳۲ متغیر بر اساس الگوی تحلیلی تحقیق شش متغیر جدید را ایجاد کرد و تأثیر این متغیرها را بر متغیر خلق آثار حرفه‌ای دفاع مقدس و سپس تأثیر همه آن‌ها را بر استقبال و رضایت‌مندی مخاطبان در تحلیل مسیر مشخص کرد.

ایزدی و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهش خود موضوع «ترویج فرهنگ دفاع مقدس: آسیب‌شناسی، ارائه مدل و راهکارها» را کار کرده‌اند. این پژوهش، در مرحله نخست درباره شناسایی آسیب‌های ترویج فرهنگ دفاع مقدس در کشورمان است. در مرحله دوم به ارائه مدل ترویج فرهنگ دفاع مقدس می‌پردازد و در مرحله سوم به راهکارهای پیش رو در تقویت فرهنگ دفاع مقدس اشاره دارد. پژوهش، کاربردی و از روش پژوهش کیفی و در چهارچوب نظریه داده بنیاد به تحلیل اطلاعات پرداخته شده است و در آن زمینه‌ها و دلایل، شرایط میانجی و پیامدهای ضعف ترویج فرهنگ دفاع مقدس در سال‌های اخیر واکاوی شده است. جامعه هدف، فرماندهان دوران دفاع مقدس و کارشناسان فرهنگی که با فرهنگ دفاع مقدس مرتبط بوده‌اند و از طریق مصاحبه عمیق فردی اطلاعات جمع‌آوری شده است. روش نمونه‌گیری مبتنی بر هدف و حجم نمونه ۲۰ نفر از فرماندهان، مدیران و نخبگان فرهنگی دوران دفاع مقدس بوده‌اند که دغدغه ترویج فرهنگ دفاع مقدس را داشته‌اند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که به لحاظ آسیب‌شناختی ترویج فرهنگ دفاع مقدس به لحاظ محتوایی، عملکردی و ساختاری قابل تحلیل و بررسی است و به لحاظ راهبردی نیز ترویج در ابعاد نگرشی، رفتاری و ساختاری قابل توجه است. در پایان به‌عنوان پیشنهاد نهایی، تشکیل قرارگاه‌های فرهنگی مورد توجه قرار گرفته است.

یوسفی و همکاران (۱۳۹۸) در مقاله خود به «بررسی تأثیر مؤلفه‌های فرهنگی و اجتماعی دفاع مقدس بر آینده امنیت ملی ج.ا. ایران» پرداخته‌اند. سؤال اصلی تحقیق آنان این است که تا چه

اندازه مؤلفه‌های فرهنگی و اجتماعی دفاع مقدس بر آینده امنیت ملی ج.ا.ایران اثرگذار می‌باشد؟ آن تحقیق از نظر هدف کاربردی، از نظر روش توصیفی (از نوع همبستگی) و از نظر شیوه گردآوری داده‌ها، کمی- کیفی می‌باشد. جامعه آماری تحقیق شامل افرادی است که از مسائل و وضعیت امنیت ملی به اندازه کافی مطلع بوده و نسبت به سرمایه‌های اجتماعی و فرهنگی ناشی از دفاع مقدس و نقش آن بر زندگی امروز و امنیت کشور اطلاع کافی دارند. نتایج حاصل از معادلات ساختاری با نرم‌افزار آماری PLS و نرم‌افزار آماری SPSS، در این پژوهش حاکی از آن بود که سرمایه فرهنگی و اجتماعی دفاع مقدس در آینده امنیت ملی اثرگذار می‌باشند. همچنین تفاوت معناداری در متغیر آینده امنیت ملی، میان وضعیت موجود و آینده وجود نداشت. از سوی دیگر، تفاوت معناداری در وضع موجود و آینده میزان سرمایه فرهنگی و اجتماعی دفاع مقدس و ابعاد آن وجود داشت.

جعفری (۱۳۹۸) در پژوهش خود به موضوع «تحلیلی بر تأثیر روایات دفاع مقدس به عنوان یکی از مؤلفه‌های فرهنگی بر اقتدار ملی ایران» پرداخته است. این تحقیق با رویکرد کیفی انجام و داده‌های آن، به روش تفسیری- که یکی از روش‌های تحلیل در پژوهش‌های کیفی است- تجزیه و تحلیل گردیده و گردآوری اطلاعات آن نیز به روش کتابخانه‌ای با ابزار فیش برداری بوده است. بخش قابل توجهی از اطلاعات تحقیق از دو نرم‌افزار صحیفه نور و نرم‌افزار ولایت اقتباس و با تحلیل تفسیری این اطلاعات، ۴ عامل به عنوان عوامل اصلی شروع جنگ تحمیلی، ۴ دلیل به عنوان دلایل پایان جنگ و ۱۲ نماد به عنوان نمادهای فرهنگی مؤثر بر اقتدار ملی استخراج و با توجه به روش گردآوری تحقیق، در متن مقاله تبیین و رئوس این نمادها در بخش نتیجه‌گیری ارائه شده‌اند. با توجه به اینکه اقتدار فرهنگی یکی از زیر مؤلفه‌های مهم اقتدار ملی بوده و روایات دفاع مقدس نیز، از خرد مایه‌های اصلی اقتدار فرهنگی می‌باشد؛ مقاله‌ی حاضر دوازده نماد اقتدار فرهنگی که نقش مؤثری در تقویت اقتدار ملی ایران دارند را از متون مرتبط به روایات دفاع مقدس استخراج نموده که از این میان، شکوفایی فرهنگ خودتکایی ملی و غلبه بر فشارهای اقتصادی، سیاسی و تبلیغاتی، مهم‌ترین نماد فرهنگی می‌باشد.

روش تحقیق

روش این تحقیق به دلیل معرفی حوزه‌های دفاع مقدس و بررسی نقش آن‌ها در گام دوم انقلاب اسلامی، از نوع اکتشافی و کاربردی است. لذا با شش نخبه در دانشگاه افسری امام علی (ع) مصاحبه شده است. مصاحبه‌شونده‌ها اکثراً جوان بوده و در رشته‌های مدیریت دانش، فناوری اطلاعات، ادبیات و روش‌شناسی تخصص دارند. انتخاب مصاحبه‌شوندگان با شناخت قبلی و همچنین استفاده از روش گلوله‌برفی بوده است. مصاحبه‌ها به صورت نیمه ساختاریافته انجام شده و سؤالات مصاحبه عمدتاً به حوزه‌های مختلف دفاع مقدس در گام دوم انقلاب اسلامی و چگونگی استفاده از ابزارهای مختلف در ترویج این پدیده اختصاص داده شده است. پس از ضبط مصاحبه‌ها و شنیدن چندباره فایل صوتی^۱، حوزه‌های دفاع مقدس به همراه زیرحوزه‌ها، شناسایی و طبقه‌بندی شده است. در جدول شماره ۱، برخی مشخصات مصاحبه‌شوندگان که در تابستان و پاییز ۱۳۹۸ با آنان مصاحبه صورت گرفته، به همراه نکات برجسته در مصاحبه‌ها آورده شده است. همچنین در مرحله دوم تحقیق، کلیه متن مصاحبه مورد تحلیل قرار گرفته و مطالب و نکات مدنظر مصاحبه‌شوندگان ذیل ۱۰ حوزه دفاع مقدس ارائه شده است (جدول ۲). در مرحله بعد هر یک از حوزه‌های ده‌گانه با استناد به متن مصاحبه‌ها و دیدگاه سایر محققان به‌طور مختصر تشریح شده است. نهایتاً سهم حوزه‌های دفاع مقدس در پیشبرد فرهنگ دفاع مقدس در جامعه در ۲ حالت (وضع فعلی و وضع مطلوب) تعیین شده است (جدول ۳).

جدول شماره ۱: نکات برجسته در مصاحبه با خبرگان

| ردیف | نام خبره | علت انتخاب | نکات مهم در مصاحبه‌ها در خصوص پیشبرد دفاع مقدس در گام دوم انقلاب اسلامی |
|------|------------|--|--|
| ۱ | دکتر سهیلی | متخصص مدیریت دانش و دارای تجارب علمی و نظامی | <ul style="list-style-type: none"> • استفاده از افراد حکیم در حوزه دفاع مقدس. • تأکید به ابزار تئاتر در معرفی دفاع مقدس. • بیان شکست‌ها و موفقیت‌های دفاع مقدس. |

^۱- فایل صوتی و متن مصاحبه با شش نخبه در سال ۱۳۹۸ نزد نگارنده محفوظ است.

حوزه های پیش برنده فرهنگ دفاع مقدس در گام دوم انقلاب اسلامی

| | | | |
|--|------------------------------|--------------|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • مطالعه دفاع مقدس از منظر فرماندهان ارشد • مقایسه ابعاد علمی جنگ با سایر جنگ‌های دنیا. | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • تصویب میزهای کارشناسی حوزه دفاع مقدس و مدافعین حرم. • برگزاری جشنواره‌های سازمانی. • طراحی اپلیکیشن‌های دفاع مقدس. • تهیه موشن گرافی‌ها یا فیلم‌های کوتاه یک دقیقه‌ای. | متخصص مدیریت دانش | دکتر قمی | ۲ |
| <ul style="list-style-type: none"> • سازمان‌دهی دقیق و علمی منابع دفاع مقدس. • آموزش چگونگی ترویج دفاع مقدس و آموزش فناوری اطلاعات. • تدوین کتب صوتی و قراردادن در تارنمای فیدبک. • تجهیز الکترونیکی کتابخانه‌های دفاع مقدس. • استفاده از فضای سایبر و شبکه‌های اجتماعی در ترویج دفاع مقدس. • برگزاری جلسات شب شعر و خواندن کتاب توسط خود نویسنده. | متخصص کتابداری و مدیریت دانش | دکتر سجادیان | ۳ |
| <ul style="list-style-type: none"> • دعوت از افراد علاقه‌مند به دفاع مقدس و همراهی دائمی با آن‌ها. • دادن آزادی عمل به هنرمند و نویسنده. • حمایت مادی و معنوی نظام‌مند از تولیدکنندگان آثار. | متخصص نقد ادبی | دکتر ایروانی | ۴ |

| | | | |
|---|--|-------------------|----------|
| <ul style="list-style-type: none"> • انجام کار علمی- فلسفی و دانشی برای مقابله با جریان مخالف. • استفاده از ابزارهای جدید و به خصوص شبکه‌های اجتماعی. • اردوی راهیان نور و غنی‌سازی آن. | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • ساختار سازمانی مناسب برای سازمان‌های متولی دفاع مقدس. • شناخت صحیح ظرفیت‌های دوران دفاع مقدس. • انتقال تجارب دفاع مقدس براساس چرخه مدیریت دانش. • مستندسازی براساس اصول مدیریت دانش. • ورود به فضای مجازی با نرم‌افزارهای مختلف. • استفاده از نظریه داده بنیاد برای تحلیل شخصیت شهدا. • استفاده از کانال‌های دو زبانه و سه زبانه برای ترویج دفاع مقدس. • ترویج پوستر و عکس در فضای مجازی. • معرفی و نشر اسناد دفاع مقدس بر اساس تحلیل پردازش برخط (OLAP). | <p>متخصص مدیریت دانش و فناوری اطلاعات</p> | <p>دکتر نظری</p> | <p>۵</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> • توجه به کف و رأس سیستم در جمع‌آوری اطلاعات • تبلیغات در عرصه دفاع مقدس باید علمی و مناسب باشد | <p>دکترای مدیریت و آشنایی با دفاع مقدس</p> | <p>دکتر امیری</p> | <p>۶</p> |

شرح یافته‌های تحقیق (شناسایی حوزه‌های دفاع مقدس)

در این مطالعه، منظور از حوزه دانشی دفاع مقدس، موجودیت‌های کلانی است که به حفظ و نشر ارزش‌های دفاع مقدس پرداخته و همچنین تجربه و دانش هشت سال جنگ تحمیلی را در اختیار دارند. لذا کلان‌ترین سطح تحلیل برای مطالعه دفاع مقدس در نظر گرفته شده و از مصاحبه‌شوندگان در خصوص پدیده ملی دفاع مقدس و زیر بخش‌های آن سؤال شده است. به‌طور کلی هر یک از بخش‌های مختلف دفاع مقدس، نیاز به ابزارها و تخصص‌های مختلف دارند؛ بنابراین شناسایی حوزه‌های مهم و زیرحوزه‌ها باید در دستور کار قرار گیرد. در ادامه ۱۰ حوزه دفاع مقدس با استناد به متن مصاحبه‌ها معرفی و تبیین شده و در پایان مقاله، سهم آن‌ها در تقویت فرهنگ دفاع مقدس آزمون شده است.

جدول شماره ۲: یافته‌های تحقیق

| نام حوزه دانشی | تکرار کلمات و مفاهیم مرتبط با حوزه دانشی در مصاحبه‌ها |
|--------------------------|--|
| حوزه شهدا و جانبازان | شهید (۱۲)، شهدا (۱۵)، جانبازان (۳)، آزادگان (۱) |
| حوزه نشر و تاریخ شفاهی | کتاب (۵۸)، مقاله (۱۰)، طرح (۶)، تاریخ شفاهی (۴) |
| حوزه نیروی انسانی متولی | نیروی انسانی (۱۵)، متولی (۲)، نجبگان (۵)، فرماندهان سپاه (۱۰)، فرماندهان ارتش (۱۰) |
| حوزه پیشکسوتان | پیشکسوتان (۶)، فرماندهان (۵)، سرمایه‌های دوران دفاع مقدس (۵) |
| حوزه فرهنگی و هنری | همایش (۲)، جشنواره (۲)، موزه (۱)، هنر دفاع مقدس (۲۰) |
| حوزه معارف جنگ | معارف جنگ (۱۱)، درس آموزشی (۴)، پژوهش جنگ (۵) |
| حوزه راهیان نور | ۱۱ |
| حوزه فناوری و رسانه | رادیو (۳)، تلویزیون (۴)، سینما (۹)، تئاتر (۱۳)، آرشیو (۸)، فضای مجازی (۲۸) |
| حوزه تبلیغات | تبلیغ (۶)، معرفی دفاع مقدس (۴) |
| مراجع حقوقی و بین‌المللی | ۳ |

• حوزه راهیان نور

زمانی (۱۳۹۷) معتقد است: "ما در ویت‌ترین، بهترین‌ها و شیک‌ترین‌ها را می‌گذاریم تا ما را به یاد و خاطره گذشتگان و مبتکران بیندازد؛ در ویت‌ترین دفاع مقدس دو مجموعه بسیار زیبا است که

می‌تواند در گام دوم انقلاب ایجاد انگیزه کند: نخست راهیان نور و دوم اردوهای جهادی^۱. راهیان نور به‌عنوان جدیدترین و اثرگذارترین حوزه دفاع مقدس تلقی می‌شود. به نظر می‌رسد این حوزه در گام دوم انقلاب اسلامی، تأثیرات فرهنگی و معنوی قابل توجهی داشته باشد. در این عرصه انتقال مفاهیم ارزشمندی همچون دفاع، مقاومت، حماسه، فداکاری و... صورت خواهد گرفت. از این رو متولیان فرهنگی و آموزشی در کشورهای مختلف دنیا توجه ویژه‌ای به موضوع گردشگری جنگ کرده و در سالیان اخیر سرمایه‌گذاری وسیعی به‌ویژه در اروپا در این بخش صورت گرفته است و رویکرد علمی به مقوله گردشگری جنگ به چشم می‌خورد (خاطری، ۱۳۸۹:۹۳؛ به نقل از قائدعلی و سلیمی، ۱۳۹۶). در جمهوری اسلامی ایران و به ابتکار ستاد کل نیروهای مسلح، عرصه گردشگری در حوزه مناطق جنگی تحت عنوان «راهیان نور» نام گرفته است. راهیان نور علاوه بر یک سفر زیارتی، در واقع بهترین دوره تشکیلاتی و تمرین کارهای تیمی است. اردوهای راهیان نور بهترین فرصت را برای جوانان به‌خصوص دانشجویان فراهم می‌کند تا با تطبیق شنیده‌های خود با واقعیت‌های موجود، با عمل به ادراک حاصل شده در تداوم راه شهدا بکوشند تا سعادتمند شوند (معصومی، ۱۳۹۷). ایروانی (۱۳۹۸) در مصاحبه خود اظهار داشت: «راهیان نور و یا ابزارهای مشابه آن به‌صورت عملی راهی است برای ترویج ارزش‌ها و اتفاقاً خیلی خوب است، ولی باید راهیان نور را غنی کنیم. باید بینیم از لحاظ فرهنگی - از لحاظ دانشجویی چه راه‌های دیگری وجود دارد؛ باید بازمهندسی کنیم و کارهایی که تا حالا انجام شده را مطالعه کنیم و بینیم چه قدر اثربخش بوده است». آنچه در حوزه دانشی راهیان نور مهم است، کسب تجربه برای انجام این وظیفه خطیر است. چرا که در این حوزه تجربه کافی وجود ندارد و بایستی از اصول و روش‌های مدیریت دانش برای اثربخشی آن استفاده شود. در این راستا، تقویت کادر آموزشی و استقرار امکانات در مناطق عملیاتی و ارائه اسناد مکتوب و جذاب به مخاطبان و بازدیدکنندگان، باعث خواهد شد جامعه هدف در این حوزه افزایش یابد. صدارت (۱۳۹۷) معتقد است: «اردوهای راهیان نور که هم نگاه به گذشته یعنی دفاع مقدس دارد و هم الگوهایی از شهدا

۱- گفتگو با بهرام زمانی مدرس دانشگاه و راوی راهیان نور توسط خبرگزاری شبستان. بازیابی در ۸ آبان ۱۳۹۸ از shabestan.ir

برای رفتار آینده مخاطبین که اکثریت آنان را جوانان تشکیل می‌دهند، دارد؛ بستر مناسبی برای دعوت زائران به عملی کردن گام دوم انقلاب است. ادیبی (۱۳۹۴) معتقد است: "در وضعیت کنونی، با گذشت زمان، تعداد بیشتری از رزمندگان دوران دفاع مقدس و فرماندهان به دلایل گوناگون؛ فوت یا شهادت و... از گردونه روایتگری خارج می‌شوند و به همین دلیل، باید برای تربیت و آموزش راویان آینده فکری کرد." مقام معظم رهبری در خصوص معنای راهیان نور می‌فرماید: "وقتی می‌گوییم راهیان نور یک فناوری جدید برای استفاده‌ی از معدن تمام‌نشده‌ی سال‌های دفاع مقدس است، معنایش این است که همه‌ی کشور باید از این استفاده کند و قدر آن را بداند."

• حوزه پیشکسوتان و کهنه‌کاران دفاع مقدس

ارزش کهنه‌کاران در تمامی سازمان‌های غربی به‌عنوان منبع بی‌نهایت گران‌بهای دانش فنی، مدیریتی و سیاسی، ثابت شده است (ولمن، ۲۰۰۹). این افراد گنجینه ارزشمندی از دانش و تجربه هستند؛ دانشی که سازمان از وجود آن آگاه نیست. ایشان با آزمون و خطا راه‌هایی را آزموده‌اند که برای آیندگان مفید بوده و از تکرار خطاها جلوگیری می‌کند. سال‌ها تجربه در ذهن آنان اندوخته شده که جای دیگری نمی‌توان به آن‌ها دست یافت. تعداد پژوهش‌های واقعی در مورد کهنه‌کاران و نحوه استفاده سازمان‌ها از دانسته‌های آن‌ها، اندک است؛ بنابراین برای درک عمیق‌تر و بهینه‌سازی نقش کهنه‌کاران در اکتساب، ذخیره‌سازی و احیای دانش سازمانی، هنوز پژوهش‌های زیادی باید انجام شود. سهیلی (۱۳۹۸) در مصاحبه خود اظهار داشت: "ما جنگ را از پنجره چشم یک اپراتور کوچک به تصویر کشیدیم، ولی قدرت فکر فرماندهان که به‌عنوان شاکله اصلی و روح پنهان جنگ است به‌ندرت به تصویر کشیده شده؛ بنابراین اگر عمیق مطالعه کنیم، مطالب خیلی ارزشمندی در این حوزه وجود دارد." امروزه هم با پیشکسوتان و یادگاران از دفاع مقدس مواجه هستیم که حضور آنان در محافل نیروهای مسلح باید پررنگ‌تر باشد و سازوکارهای رسمی در خصوص همکاری آن‌ها با سازمان‌های مختلف کشور تدوین شود. موسوی (۱۳۹۸) معتقد است: "جنگ تحمیلی در باطن خود گنج‌های گران‌بهایی را برای ما به یادگار گذاشت که می‌توان

برای نسل‌های متممادی با کمک شما پیشکسوتان عزیز آن را استخراج کرد^۱. توانایی کهنه‌کاران برای کار با هر دو نوع دانش ضمنی و صریح، مزیت بزرگی است (فتح‌اللهی‌پور، ۱۳۹۷: ۱۲۵).

• حوزه تاریخ شفاهی و نشر آثار

تاریخ شفاهی به‌عنوان ابزاری مهم برای مستندسازی، بعد از جنگ جهانی دوم مطرح شده است. بسیاری از جنگ‌های مهم دنیا، توسط تاریخ شفاهی مستند شده است. تاریخ شفاهی جنگ و دفاع مقدس، یکی از انواع مختلف تاریخ شفاهی است که دارای ارزش و اعتبار خاصی هست؛ بنابراین ضرورت دارد دست‌اندرکاران اجرایی و علاقه‌مندان به تحقیق و پژوهش در این عرصه ماندگار، با رویکرد علمی و روش‌مند، نسبت به موضوع‌یابی مطالعاتی و انجام صحیح و اصولی آن توجه نمایند. امروزه مستندسازی تاریخ همگانی جنگ و معرفی سیره و زندگی شهدا، ترویج فرهنگ و معارف دفاع مقدس به‌عنوان یک سرمایه بزرگ ملی و یک تجربه ارزشمند تاریخی، وظیفه‌ای خطیر به شمار می‌آید (مرادی و رجب‌پور، ۱۳۹۶). البته، هنوز در ایران مباحث نظری تاریخ شفاهی به شیوه‌ای شایسته مورد بررسی قرار نگرفته و تلاش و کوشش‌های انجام گرفته در این زمینه، کمتر مطرح شده و انتشار یافته‌اند. این در حالی است که در کشورهای دیگر نه تنها انجمن‌های تاریخ شفاهی به وجود آمده‌اند؛ بلکه حوزه‌های غیردانشگاهی و مؤسسات خصوصی نیز به این کار می‌پردازند. حتی در این کشورها، کارگاه‌های آموزشی تاریخ شفاهی در شبکه اینترنت به آموزش مباحث تاریخ شفاهی و به‌ویژه آموزش روش‌های گردآوری مصاحبه و ظرایف و دقایق آن می‌پردازند (عباس‌نژاد، ۱۳۹۷). نظری (۱۳۹۸) در مصاحبه خود اظهار داشت: "از طریق مدیریت دانش، تاریخ دفاع مقدس چه در قالب تاریخ شفاهی و چه تاریخ مستندسازی کتبی به نسل آینده قابل انتقال است". همچنین قمی (۱۳۹۸) در مصاحبه خود در خصوص چگونگی ثبت و ضبط تاریخ شفاهی دفاع مقدس معتقد است: "بر اساس ساختارهای موجود، نیروی زمینی بر تدوین و تألیف کتاب تمرکز کرده، حوزه پدافند جمع‌آوری کل اسناد را در دستور کار قرار داده و نیروی هوایی هم به نمادسازی مبادرت کرده است". همچنین در گام دوم انقلاب اسلامی، حوزه نشر دفاع مقدس مشتمل بر کتب، مقالات و طرح‌ها، مستلزم توجه است. مقام معظم رهبری در

۱- دیدار جمعی از پیشکسوتان ارتش با امیر موسوی، در آستانه سالروز آزادسازی خرمشهر ۱۳۹۸/۲/۲۸.

خصوصاً نشر دفاع مقدس می فرمایند: "یک نهضت ترجمه آثار مکتوب خوب باید راه بیفتد؛ نهضت ترجمه آثار خوب. خوشبختانه آثار خوب مکتوب کم نداریم." باید توجه داشت که در گام دوم انقلاب، تنوع در ابزارهای نشر ادبیات دفاع مقدس و در قالب‌های دیجیتال بسیار مهم است. در رشته علوم اطلاعات و دانش‌شناسی، موضوعی تحت عنوان ذخیره‌سازی و بازیابی اطلاعات وجود دارد؛ این موضوع با جستجوی اطلاعات، ارتباط تنگاتنگی دارد. سجادیان (۱۳۹۸) در این خصوص در مصاحبه خود اظهار داشت: "در این عرصه کارهای بسیار متنوعی می‌توان انجام داد که مهم‌ترین آن‌ها سازمان‌دهی دقیق منابع دفاع مقدس است. وقتی ما به صورت علمی اقدام به سازمان‌دهی منابع در کتابخانه‌ها و مراکز علمی می‌کنیم، در واقع نوعی رده‌بندی را در دستور کار قرار داده‌ایم؛ یعنی وقتی به یک کتابخانه مراجعه می‌کنیم، تمام منابع مرتبط با دفاع مقدس را به صورت طبقه‌بندی شده در یک مکان متمرکز مشاهده خواهیم کرد (مثلاً کتب مرتبط با آزادسازی خرمشهر). یک رده‌بندی دانشگاهی معتبر به نام کتابخانه کنگره وجود دارد که طبق این رده‌بندی، کتاب‌هایی که موضوع یکسانی دارند و مشابه هستند در رده مشابه یا نسبتاً مشابه قرار می‌گیرند و در مجموع، همه‌ی این‌ها کنار یکدیگر قرار می‌گیرند." به طور کلی در گام دوم انقلاب اسلامی، حوزه تاریخ شفاهی دفاع مقدس و مستندسازی آن در قالب‌های مختلف کاغذی و الکترونیکی می‌تواند به تقویت حافظه سازمانی دفاع مقدس کمک کند.

• حوزه "هیأت معارف جنگ"

گفته می‌شود که جنگ‌ها چکیده تاریخ‌اند. سیر تبادل تجربیات در جنگ‌ها به گونه‌ای است که اگر تجربه‌ای توسط یکی از طرفین نبرد ثبت و ضبط نشود، یقیناً در نبرد بعدی مجبور به تکرار تجربه خواهد بود. کشورمان در سال‌های اخیر، به روش‌های مختلف درگیر جنگ‌هایی بوده است بدون شک تجربه‌اندوژی از این جنگ‌ها بسیار ضروری می‌باشد. سازمان‌های نظامی و فرماندهان آن در دفاع مقدس تجربیات فراوان رزمی کسب کردند که این تجربیات به تداوم حفظ امنیت کشورمان کمک خواهد نمود (جهانفر و همکاران، ۱۳۹۷). مقام معظم رهبری می‌فرمایند: "صفحه‌ی جنگ و صفحه‌ی هشت سال تجربه، در پیش‌روی ما گشوده شده است. این

۱- بیانات در ویژه برنامه هفته دفاع مقدس. ۱۳۹۷/۷/۴.

صفحه را ببینید و یک بازنگری بکنید.^{۱۱} شمخانی (۱۳۹۷) در خصوص مستندسازی و تجربه‌نگاری دفاع مقدس معتقد است: "تمدن‌های بسیاری در دنیا وجود داشته که بعد از مدتی نابود شدند، اما یاد و نام آن‌ها هنوز پابرجا مانده است، چون آن‌ها از طریق کتاب ثبت و ضبط شده‌اند، تمدن اسلامی نیز چنین ماندگار شد و به ما نشان داد تفکر اسلامی تا چه حد در شکوفایی تمدن بشری نقش مهم دارد. این اتفاق باید درباره ۸ سال دفاع مقدس هم رخ دهد". بنابراین می‌توان گفت که معارف جنگ تحمیلی مجموعه‌ای از یافته‌های تجارب جبهه‌های نبرد حق علیه باطل است. سازمان افتخاری "هیئت معارف جنگ" از پائیز ۱۳۷۳ با تصویب امام خامنه‌ای و بنیان‌گذاری امیر سرافراز ارتش اسلام "شهید سپهبد علی صیاد شیرازی" شکل گرفت. هیأت معارف جنگ نخستین حرکت علمی پس از پایان جنگ تحمیلی است که از سال ۷۳ به‌طور مستمر و سالانه به‌صورت نظری و عملی برگزار شده است. شیوه کار این هیأت در گردآوری تجارب جنگ بدین ترتیب بوده است که بر اساس زمان و مکان هر عملیات، جمعی از رزمندگان اسلام که در آن عملیات نقش مهمی بر عهده داشته‌اند، به منطقه عزیمت نموده و با یادآوری خاطرات خود در صحنه نبرد و برداشت‌های تحریری، صوتی و تصویری، مجموعه‌ای از حقایق و واقعیت‌های تلخ و شیرین را گردآوری نموده و در نهایت بعد از تطبیق آن‌ها با مدارک و اسناد جبهه‌های نبرد در مسیر تدوین قرار داده‌اند (معین وزیری، ۱۳۹۳: ص ۴). این هیأت از سال ۱۳۸۸ علاوه بر اجرای آموزش برای دانشگاه‌های افسری ارتش، آموزش سربازان را هم در دستور کار خود قرار داده است. اخیراً نرم‌افزار معارف جنگ، توسط هیأت معارف جنگ شهید صیاد شیرازی تهیه شده است. در این نرم‌افزار در بخش معارف جنگ، عملیات‌های دوران دفاع مقدس همراه با نقشه هر عملیات و به تفکیک از سال اول تا سال هشتم جنگ تحمیلی قابل مشاهده می‌باشد.

• حوزه مراجع حقوقی و تعاملات بین‌المللی

پژوهش در خصوص میزان شناخت جهانیان از جنگ ایران و عراق، بسیار مهم است. به‌خصوص انجام کار دانشی و پژوهشی در خصوص نوع نگاه جامعه بین‌الملل به این جنگ، بسیار

۱- بیانات در مراسم اعطای نشان فتح به فرماندهان و نیروهای نظامی ارتش و سپاه در عملیات کربلای ۵ و

ضروری است. بهترین اقدام در این حوزه، ترجمه آثار به زبان های خارجی است. مقام معظم رهبری می فرمایند: "سؤال من این است چرا مردم آلمان و فرانسه ندانند که دولت هایشان در دوران آن هشت سال چه کردند با ملت‌های ما؟ چرا ندانند؟ چرا ندانند؟ الان نمی دانند و این کوتاهی ما است. الان دنیا این تصویر روشن شفاف رسواکننده‌ی نظام سلطه را که ما به وجود آورده‌ایم، در مقابل خودش نمی بیند؛ چرا؟ این کوتاهی ما است و ما باید تلاش کنیم در این زمینه"^۱. البته، در این حوزه وزارت امور خارجه با دسترسی آسان به اسناد و مدارک بین المللی نسبت به سایر نهادهای دولتی داخلی فعال تر بوده است. وزارت امور خارجه در سال ۱۳۶۱ با انتشار کتاب «تحلیلی بر جنگ تحمیلی رژیم عراق علیه جمهوری اسلامی ایران (جلد اول)» آغازگر پژوهش در این عرصه بوده و با چاپ جلد دوم این کتاب در سال ۱۳۶۷ این روند را تداوم بخشید. در بعد بین الملل باید توجه داشت که ابزار تبلیغ و رسانه در اختیار قدرت‌هایی است که عموماً اطلاعات و تحلیل های یک سویه و غیرواقعی ارائه می کنند. در حقیقت ادبیات دفاع مقدس به هیچ وجه جنبه فرامرزی نیافته است^۲. همان طور که اشاره شد مقام معظم رهبری در خصوص اهمیت ترجمه آثار دفاع مقدس به زبان های مختلف، نکاتی را فرموده اند. معظم له می فرمایند: "یک نهضت ترجمه راه بیندازیم، برای ارائه آنچه هست. بگذارید بدانند در آبادان چه گذشت، در خرمشهر چه گذشت، در جنگ ها چه گذشت، در روستاهای ما چه گذشت"^۳.

• حوزه فناوری و رسانه

مقام معظم رهبری در خصوص فناوری حوزه دفاع مقدس می فرمایند: "در ادبیاتمان، در سینمایمان، در تئاترمان، در تلویزیونمان، در روزنامه نگاریمان، در فضای مجازیمان بسیاری از کارها را باید انجام بدهیم در باره‌ی دفاع مقدس که انجام نداده‌ایم"^۴. همان طور که می دانیم بعد از جنگ، سینما یکی از مؤثرترین ابزارهای انتقال ارزش های دفاع مقدس بوده است. دهه ۶۰ بیشترین فیلم های جنگی در این دوره و با کمترین امکانات ساخته و روی پرده سینما قرار می گرفت.

۱- بیانات مقام معظم رهبری در ویژه برنامه هفته دفاع مقدس. ۱۳۹۷/۷/۴.

۲- تأملی بر ادبیات دفاع مقدس در حوزه تحقیقات حقوقی - اجتماعی. موجود در navideshahed.com.

۳- بیانات مقام معظم رهبری در مراسم شب خاطره دفاع مقدس ۱۳۹۷/۷/۴.

۴- بیانات در مراسم شب خاطره دفاع مقدس ۹۷/۷/۴.

مهم‌ترین نکته‌ای که درباره احیاء دفاع مقدس در سینما ضروری به نظر می‌رسد سرمایه‌گذاری در حوزه نویسندگی است؛ در غیر این صورت با فاصله گرفتن از زمان جنگ و از میان رفتن سرمایه‌ها، راویان جنگ، رزمندگان و بازیگران اصلی و حماسه‌های دفاع مقدسی، شاید دیگر فرصتی برای جبران خلأهای ناشی از کم‌کاری ما وجود نداشته باشد؛ اما امروزه، فضای مجازی به عنوان برجسته‌ترین فناوری تا حد زیادی جایگزین سینما و تلویزیون شده است. بسیاری از محققان مدیریت دانش معتقدند که شبکه‌های اجتماعی می‌توانند قابلیت‌های دانشی سازمان را از نظر ارتباطات و همکاری، مکان‌یابی دانش، ارتقای نوآوری، یکپارچه‌سازی سریع دانشگران جدید ارتقاء دهد (Mäntymäki and Riemer, 2016; Soto-Acosta and Cegarra-Navarro, 2016; Lal, 2017; Weber and Shi, 2017). فضای مجازی با پیشرفت تکنولوژی به زندگی و دنیای واقعی نفوذ کرده است و با ابزارهای خوب و متنوعی که برای تولید محتوا دارد، فرصت خوبی را ایجاد کرده است تا نسل جوان و آن‌هایی که با دفاع مقدس آشنا نیستند، به صورت دیداری و شنیداری، نسبت به آن آگاهی پیدا کنند. در واقع نباید به این فضا تنها به‌عنوان تهدید بنگریم و از فرصت‌های آن غافل شویم (حیدری، ۱۳۹۸). امروزه، بخش‌هایی از حوزه دفاع مقدس در شبکه‌های اجتماعی به چشم می‌خورد و این روند در حال افزایش است. شبکه‌های اجتماعی می‌توانند در این رابطه به کمک بیابند و ناگفته‌ها را بیان کنند (گروه حماسه و جهاد دفاع، ۱۳۹۷). سجادیان (۱۳۹۸) در مصاحبه خود اظهار داشت: "در پیشبرد حوزه دفاع مقدس می‌توان از یکسری تارنماها و یا وبسایت‌ها استفاده کرد. برای ترویج فرهنگ دفاع مقدس و یا برای انجام خدماتی در این خصوص تارنماهای مختلف و گوناگونی وجود دارد که می‌توان بازدیدکننده‌ها و مراجعه‌کننده‌ها را در خصوص استفاده از این تارنماها آموزش داد. تارنماها و سایت‌های گوناگونی داریم ولی از آموزش غافل بوده‌ایم؛ آموزش خیلی مهم است، برای آموزش باید کارگاه تشکیل دهیم".

• حوزه فرهنگی هنری

گسترده‌ترین بُعد دفاع مقدس، بُعد فرهنگی و هنری است که برای همه مخاطبان در تمامی

رده‌های سنی، جذابیت دارد. حوزه‌هایی مانند راهیان نور، یادواره شهدا، موزه‌ها، همایش‌های تاریخ شفاهی، جشنواره‌ها، تئاتر و غیره را می‌توان به‌عنوان بُعد فرهنگی و هنری در نظر گرفت. سهیلی (۱۳۹۸) در خصوص هنر دفاع مقدس معتقد است "از قدرت هنر نباید غافل شویم و باید هم مستند بسازیم و هم مصورسازی را در دستور کار قرار دهیم". ابروانی (۱۳۹۸) در مصاحبه خود اظهار داشت: "اتفاقاً در این زمینه مهم‌ترین ابزارها برای انتقال جذاب تمام مطالب فلسفی - علمی و کلیت معنانشناسی دفاع مقدس، هنر است. تا جامه‌ی هنر در یک مطلبی پوشانده نشود، آن مطلب مورد اقبال قرار نمی‌گیرد". همچنین، یکی از زیرحوزه‌های این حوزه (فرهنگی)، یادواره شهدا است. مقام معظم رهبری در این باره می‌فرمایند: "این گردهمایی و این اجتماعی که به وجود می‌آید و فعالیت‌هایی که انجام می‌گیرد، شروع کار است؛ بله، این درست است، این کاملاً حرف درستی است. این جور نیست که ما بگوییم خیلی خوب، حالا یک گردهمایی بزرگی درست کردیم و مقداری کتاب و مانند این‌ها چاپ کردیم و وظیفه تمام شد؛ نه، این آغاز کار است، این راه را باید دنبال کنید". تجربه نشان داده که هر یک از کنگره‌های بزرگداشت شهدا، مخصوصاً کنگره‌های اولیه در مراکز استان‌ها، برنامه‌های متفاوتی را ارائه داده و اجرا کرده‌اند و هیچ وحدت رویه‌ای به آن‌ها ابلاغ نشده است (ابوالحسنی ترقی، ۱۳۹۸). از این رو، مدیریت دانش این حوزه مشتمل بر محتوای کنگره، محل کنگره و غیره بسیار مهم است. در حقیقت برای اثربخش شدن یادواره‌های شهدا نیاز به کار دانشی و فکری در این حوزه احساس می‌شود. به‌عنوان مثال می‌توان گفت که یادواره شهدا عمدتاً در مساجد برگزار می‌شود؛ اما اگر این موضوع در مناطق عملیاتی و در دل اردوهای راهیان نور انجام شود، اثربخش‌تر خواهد شد. به‌هرحال، انجام علمی و اصولی این کار فقط با استفاده از نیروهای متخصص و تحصیل کرده و با تجربه و صرف هزینه امکان‌پذیر می‌باشد (ابوالحسنی ترقی، ۱۳۹۸). یکی دیگر از ابعاد فرهنگی دفاع مقدس، موزه است. امروزه موزه‌های جنگ از طریق مدیریت دانش می‌توانند رویدادهای انقلاب اسلامی و دوران دفاع مقدس را به خوبی به نمایش بگذارند. موزه‌ها، پس از پایان جنگ جهانی دوم، رشد قابل ملاحظه‌ای داشته‌اند و به‌احتمال زیاد بیش از ۹۰ درصد موزه‌ها پس از تأسیس یونسکو و

شورای جهانی موزه‌ها ایجاد شده‌اند. امروزه، وظیفه موزه‌ها تنها حفظ میراث با ارزش گذشته نیست، بلکه محافظت از میراث مادی و معنوی برای استفاده و انتقال ارزش‌های فرهنگی به نسل‌های بعدی است (ارسلان‌پور، ۱۳۸۵).

• حوزه شهدا و جانبازان

تمامی تلاش‌ها برای جلوگیری از فراموشی دفاع مقدس به این دلیل است که عالی‌ترین فضایل اخلاقی بشری توسط شهدا به نمایش گذاشته شد. این فضایل اخلاقی می‌تواند به رشد انسان و جامعه کمک کنند. یقیناً زیارت اماکن متبرکه‌ای که محل جهاد و ریخته‌شدن خون شهیدان بوده است، در آشنایی با حقیقت دفاع مقدس قالبی اصیل است (رئوف موسوی، ۱۳۹۱). تاکنون در زمینه بررسی سیره شهدا از روش سیره‌پژوهی علمی استفاده نشده تا اصول و مبانی سبک زندگی شهدا استخراج شود. به عبارت دیگر، استفاده از روش تحقیق علمی می‌تواند در طبقه‌بندی ویژگی‌های شخصیتی شهدا از دوران جوانی تا لحظه شهادت مؤثر واقع شود. از جمله خلأهای دیگری که در این حوزه وجود دارد، مربوط به وصایای شهدا است. شهادت‌هایی که در ابتدای وصیت‌نامه‌ها آمده، توصیه‌ها و دعاها، تجلیل‌ها، تحلیل‌ها و توصیف‌هایی که در این وصیت‌نامه‌ها به عنوان قالب‌های بیانی وجود دارند، تاکنون ساختارشناسی نشده‌اند (جانی‌پور، ۱۳۹۱). مقام معظم رهبری در خصوص ثبت خاطرات خانواده و خویشاوندان شهدا می‌فرماید: «خاطرات پدران و مادران شهدا و همسران شهدای جنگ تحمیلی، دفاع مقدس، چیزهایی است که مثل جواهر قیمتی در دسترس ما است که [اگر] غفلت کنیم، از دست ما خواهد رفت، کما اینکه خیلی از آن‌ها از دسترس ما رفته»؛ بنابراین، باید در حوزه دانشی شهدا اقدامات علمی - پژوهشی زیادی صورت بگیرد. سخنان زیادی از امام خمینی (ره) و مقام معظم رهبری درباره مطالعه وصایای شهدا و ارزشمندی این وصایا به ما رسیده است. امام خمینی (ره) در یکی از دیدارهایشان فرمودند: «این وصیت‌نامه‌ها را بگیرید و مطالعه کنید و تفکر کنید... از این‌ها قدری تعلیم و تعلم پیدا کنید» (به نقل از جانی‌پور، ۱۳۹۱). نظری (۱۳۹۸) در مصاحبه خود اظهار داشت: «سازمان حفظ آثار و نشر ارزش‌های دفاع مقدس آجا تقریباً آمار کاملی از شهدای ارتش در طول ۸ سال دفاع مقدس دارد که این‌ها آرشیو و مستند شدند. زندگی‌نامه، نحوه شهادت، نحوه خدمت و نحوه زندگی کردن آن‌ها و حتی خانواده آن‌ها در این زمینه مکتوب و مستندسازی شده است. حتی در مورد شهدای

مدافع حرم هم این کار تا جایی که بنده اطلاع دارم، انجام شده و مستندسازی شده است". ایشان در خصوص چگونگی مطالعه شخصیت شهدا اظهار داشت: "می توان ابعاد شخصیتی شهدا را بر اساس روشی مثل گراند تئوری استخراج کنیم. وصیت نامه، زندگی نامه و دوران دانشجویی شهدا را می توان بر اساس روش های مناسب تحلیل کرد. حتی می توانیم از هم زمان شهید در قالب تحلیل گفتمان ابعاد شخصیتی شهدا، مؤلفه ها، شاخصه ها و ابعاد آنها را سازمان دهی و ساختاردهی کنیم و در قالب پژوهش و به عنوان یک الگوی جامع در اختیار نسل های بعدی قرار دهیم".

بالاخره، یادگاران واقعی دفاع مقدس، جانبازان هستند که هم بایستی از خاطرات آنها استفاده کرد و هم از آنها تکریم کرد. مقام معظم رهبری می فرمایند: "هر جانبازی که از دفاع مقدس باقی مانده است، یک یادگاری است؛ این یادگاران دفاع مقدس را گرامی بداریم".^۲

• حوزه نیروی انسانی شاغل در حوزه دفاع مقدس

حوزه دانشی نیروی انسانی، به آن دسته از کارکنان اشاره دارد که هم اکنون در نهادهای متولی دفاع مقدس مشغول خدمت می باشند. تمامی سازمان های مرتبط با دفاع مقدس در ارتش، سپاه، صدا سیما و ... همانند سایر سازمان ها بایستی چرخه منابع انسانی خود را به خوبی مدیریت و به خصوص از نیروهای جوان و متخصص استفاده کنند. همچنین، در گام دوم انقلاب اسلامی با نگاه جدید به حوزه دفاع مقدس و بازمهندسی اهداف و مأموریت های آن، بحث ساختار مطرح می شود. سؤال این است که آیا ساختارهای کنونی به اندازه کافی توانسته اند کار ویژه های^۳ خود را انجام دهند و اینکه برای رساندن حوزه دفاع مقدس به جایگاه اصلی خود به چه نوع کارویژه ها و ساختارهایی نیاز داریم (محمدی فاتح، ۱۳۹۸: ۵۱)؛ بنابراین مدیریت نیروی انسانی در سازمان های

۱- گراند تئوری (نظریه داده بنیاد): نظریه ای که از داده های حاصل از مصاحبه و یا هر نوع متنی به دست می آید. در نوع ساختارمند این نظریه، ۶ عامل (متغیر) وجود دارد که عبارت اند از: **پدیده محوری**، **شرایط علی** ایجادکننده پدیده محوری، **راهبردهای** حاصل از پدیده محوری، **پیامدهای** ناشی از به کارگیری راهبرد، **شرایط مداخله گر** مؤثر بر راهبردها و **شرایط زمینه ای** مؤثر بر راهبردها. به طور کلی با روش تحقیق داده بنیاد می توان به درک جامعی از یک پدیده دست یافت (برای آشنایی با نظریه داده بنیاد به آثار دکتر حسن دانایی فرد مراجعه شود).

۲- بیانات در دیدار دست اندرکاران راهیان نور ۱۳۹۵/۱۲/۱۶.

3- functions.

مرتبط با دفاع مقدس از گزینش تا بازنشستگی باید مبتنی بر اصول مدیریت دانش صورت گیرد. به طور کلی، برای دستیابی به تولید دانش و اندیشه‌ورزی می‌بایست کارکنان حوزه دفاع مقدس به فعالیت‌های تحقیقی و پژوهشی کارآمد مجهز باشند. حوزه دانشی نیروی انسانی دفاع مقدس باید بر اساس آخرین تخصص‌ها و فنون مدیریتی اداره شود.

• حوزه تبلیغات و روابط عمومی

طاووسی (۱۳۷۸) معتقد است تبلیغات به‌عنوان یکی از ابزارهای عملی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است؛ چرا که همراهی افکار عمومی، از جمله ضروریات و عوامل اساسی و حیاتی حکومت‌ها به شمار می‌آید. طرح شعارهای تبلیغی با محتوای مذهبی در قالب تابلو نوشته‌ها، پلاکارد و پوستر در دوران جنگ تحمیلی، یکی از روش‌های تبلیغاتی بوده که بر مبنای اعتقادی و مذهبی استوار بوده است. برای تبیین نقش تبلیغات در جنگ باید دانست که تبلیغات، چرا، چگونه و با تأکید بر چه عواملی در تقویت روحیه دفاع مقدس نقش داشته است. آسودی (۱۳۹۵) تبلیغات را اساسی‌ترین بخش دفاع مقدس می‌داند. حقی‌طلب (۱۳۹۶) معتقد است که ادبیات دفاع مقدس گنجینه‌ای است که تبلیغ درست آن می‌تواند بر استقبال مردم از این نوع کتاب‌ها مؤثر باشد. ایروانی (۱۳۹۸) در مصاحبه خود اظهار داشت: "حالا چطور می‌توانیم دفاع مقدس را ترویج کنیم که البته راه‌های بسیاری وجود دارد تا اینکه تبدیل شود به یک صورت علمی. باید واکاوی شود که این نوع دفاع چه دفاعی است و مؤلفه‌هایش چیست؟ چه تفاوت‌هایی با دیگر دفاع‌ها دارد؟ یکی از راه‌ها این است که به صورت علمی تبلیغ شود." در جدول شماره ۳، سهم حوزه‌های دفاع مقدس در یک طیف ده درجه‌ای از نظر خبرگان مشخص شده است. وضعیت ۱ به معنی کمترین عملکرد و وضعیت ۱۰ به معنی مطلوب‌ترین عملکرد است. البته در این تحقیق صرفاً به دنبال ارائه روش و نشان‌دادن چگونگی مطالعه در حوزه دفاع مقدس بوده‌ایم؛ بنابراین در خصوص صحت اطلاعات در خصوص کارکرد حوزه‌ها باید از نمونه‌های بزرگ‌تر و خبرگان آگاه‌تر در سپاه و ارتش و نهادهای مختلف دفاع مقدس استفاده کرد.

سهم حوزه‌های ده‌گانه در پیشبرد فرهنگ دفاع مقدس در گام دوم انقلاب

بر اساس جدول شماره ۳، در ستون سوم جدول، نمره حوزه‌های دفاع مقدس در وضع

حوزه های پیش برنده فرهنگ دفاع مقدس در گام دوم انقلاب اسلامی

موجود (از یک تا ده) نشان داده شده است. همان طور که در جدول دیده می شود، میانگین کل نمرات برابر است با ۵/۰۹ و این نشان می دهد که عملکرد کلیه نهادهای دفاع مقدس در کشور حدود پنجاه درصد است. همچنین از نظر خبرگان در وضعیت مطلوب باید به ۸۶ درصد برسیم و شکاف عملکردی فعلی در حد ۳۵ درصد است. نمرات تک تک حوزه های ده گانه در وضعیت موجود و مطلوب در جدول دیده می شود.

جدول شماره ۳: سهم حوزه های ده گانه در فرهنگ دفاع مقدس (نگارنده)

| ردیف | نام حوزه های دفاع مقدس | وضعیت موجود در پیشبرد فرهنگ دفاع مقدس | وضعیت مطلوب در پیشبرد فرهنگ دفاع مقدس | شکاف عملکردی |
|------|---------------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|--------------|
| ۱ | حوزه شهدا | ۵/۱ | ۸/۸ | ۳/۷ |
| ۲ | حوزه نشر و تاریخ شفاهی | ۵/۴ | ۹/۶ | ۴/۲ |
| ۳ | حوزه نیروی انسانی متولی | ۴/۴ | ۹/۲ | ۴/۸ |
| ۴ | حوزه پیشکسوتان | ۴/۸ | ۸/۵ | ۳/۷ |
| ۵ | حوزه فرهنگی و هنری | ۵ | ۸/۶ | ۳/۶ |
| ۶ | حوزه معارف جنگ | ۷/۱ | ۹/۴ | ۲/۳ |
| ۷ | حوزه راهیان نور | ۵/۴۷ | ۸/۹ | ۳/۵ |
| ۸ | حوزه فناوری و رسانه | ۴/۹ | ۸/۶ | ۳/۷ |
| ۹ | حوزه تبلیغات | ۵/۴ | ۷/۷ | ۲/۳ |
| ۱۰ | مراجعه حقوقی و بین المللی | ۳/۴ | ۷/۴ | ۴ |
| | میانگین | ۵/۰۹ | ۸/۶ | ۳/۵ |

نتیجه گیری و پیشنهادها

در دفاع مقدس، رزمندگان اسلام با عملگرایی و ساختارشکنی، منطق مادی و علم زده را کنار زدند و با الگو گرفتن از تفکر اسلام، انقلاب و حضرت امام (ره) توانستند با مجاهدت و رشادت های خود و انقلابی، راهکارهای جدیدی را تولید کنند.^۱ شرایط کنونی کشورمان با دوره

۱- برگرفته از متن الگوی دانشگاه های نیروهای مسلح در تراز انقلاب اسلامی. ستاد کل نیروهای مسلح، ۱۳۹۵.

هشت ساله دفاع مقدس مشابهت فراوانی دارد، امروز نیز شاهد صف آرایی همه جانبه دشمنان کشور علیه انقلاب اسلامی هستیم. بدون شك کلیه ابعاد دفاع مقدس قابلیت الگوسازی در همه بخش - های کشور در گام دوم انقلاب اسلامی را دارند. سپهبد شهید حاج قاسم سلیمانی در خصوص ماهیت دفاع مقدس فرمودند: "[دفاع مقدس هشت ساله] نسبت به همه ی دفاع های مقدس دیگری که وجود دارد، یک حالت مادر دارد، محوریت و قدسیت دارد؛ یعنی این نوع دفاعی که در [بخش] دفاع ما اتفاق افتاد که موضوعات معنوی در اعلی ترین شکلش بروز داده شد، تبلیغات دینی در اعلی ترین شکلش بروز داده شد؛ موضوعات اعتقادی، عبادی در اعلی ترین شکلش بدون ذره ای انحراف نمایش داده شد. ایثار، جهاد، شهادت در اعلی ترین شکلش نشان داده شد. مدیریت و رابطه ی در واقع مدیر و زیر مجموعه، دقیقاً اگر بخواهیم تطبیق بدهیم با نادرترین صحنه های صدر اسلام قابل تطبیق است".

بنابراین بایستی در خصوص چگونگی الگوسازی تک تک بخش های دفاع مقدس در سازمان های مختلف پژوهش صورت بگیرد. مسعودی (۱۳۹۳) نیز در یافته های پژوهش خود به ضرورت کمک به پژوهشگران و پدیدآورندگان آثار دفاع مقدس و نقد، بررسی و تبلیغ آثار آنها تأکید کرده است. در این راستا پژوهشگران حوزه دفاع مقدس در گام دوم انقلاب اسلامی بایستی از طریق مجهز شدن به ابزارهای علمی و روش شناسی مناسب، حافظه سازمانی دفاع مقدس را تقویت کنند؛ بنابراین با تقویت حافظه سازمانی دفاع مقدس، حافظه سازمانی نهادها و سازمان های لشگری و کشوری هم تقویت خواهد شد. این بخش با نتایج پژوهش رشید و پاشایی هولاسو (۱۳۹۱) مبنی بر بسترسازی های آموزشی و فرهنگی همراه با راه اندازی سیستم مدیریت دانش و مستندات دفاع مقدس همخوانی دارد. سوژه های دفاع مقدس آن قدر زیاد است که همه رشته های علمی را در برمی گیرد؛ لذا هنرنمایی در این عرصه پایان ناپذیر است. در گام دوم انقلاب اسلامی، پژوهشگران و کارگزاران دفاع مقدس بایستی گستره و برد دفاع مقدس را در سطح ملی و بین - المللی افزایش دهند تا گذشت زمان نتواند رنگ کهنگی را بر حوزه دفاع مقدس تحمیل کند. مسعودی (۱۳۹۳) نیز در پژوهش خود استفاده از رسانه های نوشتاری، غیر نوشتاری و رسانه های جدید در راستای ترویج دفاع مقدس را حائز اهمیت برشمرده است. در ادامه چند پیشنهاد ارائه شده است:

- پیشنهاد می شود جهت حرکت سازمان های دفاع مقدس به سمت دانش بنیان شدن، نظام مدیریت دانش در این حوزه ها پیاده شود و مستندسازی تجارب و فرآیندهای کاری در دستور کار قرار گیرد تا تنگناها و مشکلات ساختاری، فرآیندی و پژوهشی آنها شناسایی و حل شود.
- پیشنهاد می شود در تحقیقی ارکان و حوزه های دفاع مقدس با کمک خبرگانی از نهادهای دفاع مقدس، ارتش و سپاه استخراج و طبقه بندی شود.
- پیشنهاد می شود میز دائمی مطالعات دفاع مقدس در سطح ستاد کل تشکیل و در خصوص چگونگی الگوسازی دفاع مقدس در سایر سازمان های کشور در گام دوم انقلاب اسلامی تفکر کنند.
- پیشنهاد می شود جلسات مشترک ماهانه و یا هفتگی تجارب دفاع مقدس با حضور پیشکسوتان دفاع مقدس در ارتش و سپاه در شبکه افق سیما و سایر شبکه های رسانه ملی برگزار شود.

منابع

۱. ابوالحسنی ترقی، مهدی (۱۳۹۸). تولید تاریخ شفاهی با گردآوری حداکثری مدارک شفاهی، معاونت پژوهش و نشر کنگره بزرگداشت شهدای شهرستان خمینی شهر. مشاهده شده در ۲۰ آبان ۱۳۹۸ در Oral-history.ir
۲. ادیبی، نادر (۱۳۹۴). بررسی وضعیت روایتگری راویان راهیان نور در مصاحبه با سرتیپ دوم پاسدار نادر ادیبی دبیر ستاد مرکزی راهیان نور کشور. *فصلنامه تخصصی دفاع مقدس (نگین ایران)*، سال ۱۳، شماره ۵۳.
۳. ارسلان پور، امیرهادی (۱۳۸۵). *موزه و بناهای یادبود دفاع مقدس*. پایان نامه کارشناسی ارشد معماری. دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکز، تهران
۴. آسودی، محمدعلی (۱۳۹۵، ۵ آبان ماه). *راز ماندگاری گنجینه های دفاع مقدس*، روزنامه کیهان.
۵. ایزدی، مصطفی؛ مرادپیری، هادی؛ حاتمی؛ حمیدرضا؛ سهرابی، حسین (۱۳۹۶). ترویج فرهنگ دفاع مقدس: آسیب شناسی، ارائه مدل و راهکارها. *سیاست دفاعی*، دوره ۲۵، شماره ۹۹، تابستان ۱۳۹۶، ص ۱۵۲-۱۱۹.
۶. بی نام (۱۳۹۰). *تأملی در درس آشنایی با دفاع مقدس*. *مجله معارف*، شهریور و مهرماه ۱۳۹۰، شماره ۷۸
۷. جاسبی، عبدالله (۱۳۹۳). *ضرورت مدیریت دانش دفاع مقدس/حرکت به سمت وجه تجویزی جنگ*. سخنرانی در همایش دفاع مقدس و دانشگاه. دانشگاه آزاد اسلامی یادگار امام شهرری.
۸. جانی پور، محمد (۱۳۹۱). *شهدای دفاع مقدس درباره «قدرت نرم» نظریه دارند*. به نقل از خبرگزاری کتاب ایران (ایبنا).
۹. جعفری، رضا (۱۳۹۸). *تحلیلی بر تأثیر روایات دفاع مقدس به عنوان یکی از مؤلفه های فرهنگی بر اقتدار ملی ایران*. *مدیریت فرهنگی*، دوره ۱۳، شماره ۳ (پیاپی ۴۵)، پاییز ۱۳۹۸، ص ۸۳-۶۹.
۱۰. حقی طلب، احمد (۱۳۹۶). *ضرورت توجه به مقوله تبلیغات در حوزه ادبیات دفاع مقدس*. گزارشی از حوزه ادبیات گروه فرهنگی باشگاه خبرنگاران جوان www.yjc.ir

۱۱. حیدری، حمید (۱۳۹۸). نهضت تولید محتوای دفاع مقدس در فضای مجازی. بازیابی در radiogoftogoo.ir از ۱۳۹۸/۸/۸
۱۲. رشید، غلامعلی؛ پاشایی هولاسو، امین (۱۳۹۱). ارائه مدلی مبتنی بر مدیریت دانش جهت ترویج فرهنگ دفاع مقدس. پاسداری فرهنگی انقلاب اسلامی، ۲(۶)، ص ۲۳۳-۲۰۳.
۱۳. رئوف موسوی، سید ابراهیم (۱۳۹۱) مطالعه علمی دفاع مقدس و دوری از حقیقت آن. مشاهده شده در ۹ بهمن ۱۳۹۸، sooremag.ir
۱۴. سوداگر، احمد (۱۳۹۰). تصور دانشگاه از دفاع مقدس. مجله معارف، شهریور و مهرماه ۱۳۹۰، شماره ۸۷
۱۵. صدارت، محمد. (۱۳۹۷). راهیان نور؛ بسترساز عمل به گام دوم انقلاب. مشاهده شده در ۵ خرداد ۱۳۹۹ در rahiannenoor.com.
۱۶. طاووسی، احمدرضا (۱۳۷۸). بررسی نقش تبلیغات در جنگ تحمیلی، پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه علوم اقتصادی و سیاسی دانشگاه شهید بهشتی
۱۷. عباس نژاد، عسگر (۱۳۹۷). تحلیل مجموعه مقالات تاریخ شفاهی دفاع مقدس. مشاهده شده در ۱۳ آذر ۱۳۹۸ در oral-history.ir
۱۸. فتح‌الهی پور، حمید (۱۳۹۷). چگونه سازمان‌ها می‌توانند دانش را مدیریت و از آن استفاده کنند. تهران، انتشارات آینده پژوه.
۱۹. قائدعلی، حمیدرضا؛ سلیمی، غلامرضا (۱۳۹۶). تحلیل سیستمی یادمان‌های دفاع مقدس. فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات مدیریت راهبردی دفاع ملی، سال اول، شماره ۲، تابستان ۱۳۹۶، صص ۱۳۹-۱۱۷
۲۰. قاضی، مرتضی (۱۳۹۸). مستندنگاری دفاع مقدس الگویی برای عملی کردن بیانیه گام دوم. مشاهده شده در ۸ بهمن ۱۳۹۸ در www.isna.ir
۲۱. گروه حماسه و جهاد دفاع پرس (۱۳۹۷). نقش رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی در حوزه حماسه و ایثار. مشاهده شده در ۱۲ بهمن ۱۳۹۸ در defapress.ir
۲۲. لطفی مرزناکی، رحمان (۱۳۹۶). دفاع دانش‌بنیان در اندیشه امام خامنه‌ای. مجموعه مقالات سومین همایش تبیین اندیشه دفاعی امام خامنه‌ای، تهران، دانشگاه صنعتی مالک اشتر

۲۳. محمدی فاتح، اصغر (۱۳۹۸). مدیریت دانش در حوزه دفاع مقدس، با تأکید بر گام دوم انقلاب/اسلامی، تهران: انتشارات دانشگاه امام علی (ع).
۲۴. مرادی، انوش؛ رجب‌پور، محمدابراهیم (۱۳۹۶). مؤلفه‌های تاریخ‌نگاری شفاهی دفاع مقدس، مشاهده‌شده در ۴ دی‌ماه ۱۳۹۸ در navideshahed.com
۲۵. مسعودی، امیدعلی (۱۳۹۳). بررسی راه‌های اثربخش کردن فرهنگ دفاع مقدس با تأکید بر نقش رسانه‌ها، دولت و پدیدآورندگان. پاسداری فرهنگی انقلاب اسلامی، دوره ۴، شماره ۱۰، پاییز و زمستان ۱۳۹۳، ص ۹۳-۶۹.
۲۶. معصومی، محرم (۱۳۹۷). راهیان نور فرصت درک واقعیت‌های دفاع مقدس است، مشاهده‌شده در ۱۲ دی‌ماه ۱۳۹۸ در www.dana.ir
۲۷. معین وزیری، نصرت‌الله (۱۳۹۳). نیروی زمینی ارتش در عملیات فتح‌المبین، انتشارات ایران سبز.
۲۸. یوسفی، اشکان؛ کشاورز ترک، عین‌الله؛ نهادی، هادی (۱۳۹۸). بررسی تأثیر مؤلفه‌های فرهنگی و اجتماعی دفاع مقدس بر آینده امنیت ملی ج.ا. ایران. فصلنامه علمی راهبرد دفاعی. ۱۷(۲)، تابستان ۹۸، ص ۹۶-۶۹.
29. Dan, H. (2010). Knowledge work 2020: thinking ahead about knowledge work" journal of on the horizon, VOL. 18 NO. 3 2010, pp. 193
30. Mäntymäki, M. and Riemer, K.(2016). Enterprise social networking: A Knowledge management perspective. International Journal of Information Management, 36, pp. 1042-1052.
31. Soto-Acosta, P. and Cegarra-Navarro, J.G.(2016).New ICTs for knowledge management in organizations. Journal of Knowledge Management, 20(3), pp. 417-422.
32. Weber, M.S. and Shi, W.(2017).Enterprise Social Media. In: Scott, C.R. and Lewis, L. (eds.) the International Encyclopedia of Organizational Communication, Chichester: Wiley – Blackwell.
33. Wellman, J. L. (2009).Organizational learning: How Companies and Institutions Manage and Apply Knowledge. New York: Palgrave Macmillan.