

## تأثیر اردوی راهیان نور بر نگرش رفتاری شناختی دانشجویان نسبت به مقوله شهادت (مطالعه پانل)

حمید مسعودی\*

دکتر محسن نوغانی\*\*

### چکیده

هدف پژوهش حاضر بررسی میزان تأثیر اردوی راهیان نور بر نگرش رفتاری و شناختی دانشجویان است. پژوهشگران تلاش می‌کنند با استفاده از روش مطالعه پانل، به بررسی این موضوع بپردازند که آیا نگرش دانشجویان نسبت به شهادت قبل و بعد از اردوی راهیان نور متفاوت است یا خیر. جامعه آماری، دانشجویان حاضر در اردوی راهیان نور سال ۱۳۸۹ دانشگاه فردوسی مشهد بوده و پژوهشگران جامعه را به صورت تمام شماری بررسی کرده‌اند. در روش پژوهش پانل ۳۰۰ نفر از دانشجویان یک‌بار قبل و یک‌بار بعد از اردو مورد مطالعه قرار گرفته‌اند. داده‌ها پس از گردآوری، ویرایش و کدگذاری مجدد وارد نرم افزار SPSS شده و توصیفات آماری، آزمون ویلکاکسون و آزمون مقایسه میانگین در دو گروه همبسته صورت گرفته است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که نگرش شناختی و رفتاری دانشجویان نسبت به مقوله شهادت قبل و بعد از اردو تفاوت معناداری دارد. در نگرش پاسخگویان به اردو نیز تفاوت معناداری قبل و بعد از اردو مشاهده شده است. در پایان، با کنترل متغیرهای مستقل تفاوت معناداری در هیچ یک از سه شاخص مشاهده نشده است. در نتیجه، حضور در اردوی راهیان نور نگرش رفتاری و شناختی به شهادت و نگرش به اردو را تحت تأثیر قرار داده است.

واژه‌های کلیدی: راهیان نور، شهید، شهادت، تغییر نگرش، مطالعه پنل

## بیان مسئله

در جوامع شیعی، بالاخص ایران اسلامی، برنامه‌هایی متنوع برای پاسداشت و زنده نگاه داشتن یاد شهدا اجرا می‌شود. پیش از انقلاب اسلامی در راستای براندازی نظام طاغوت، جوانانی چند به مقام شهادت نایل آمدند و بعد از پیروزی انقلاب اسلامی نیز دشمن بنا به دلایل فراوانی به خود جسارت داد تا به کشور تازه انقلاب کرده حمله کند. اما جوانان غیور ایران زمین همانند همیشه تاریخ، با ایستادگی و صف‌ناپذیر خود به دشمن و تمام دنیا ثابت کردند که ایران اسلامی نه فقط در اینجا بلکه در تمامی طول تاریخ مقاوم است، چراکه به پشتوانه ایمان به خداوند زنده است.

جوانان در جبهه‌ها حاضر شدند و جمعیت کثیری از آنان به مقام رفیع شهادت رسیدند. آمار دقیقی از تعداد شهدا در دست نیست، اما برحسب آمار بنیاد شهید تعداد شهدای پیش و پس از انقلاب اسلامی در حدود ۲۱۷۴۸۹ است که پرونده آنها در بنیاد شهید و امور ایثارگران کشور قرار دارد. از این تعداد، ۱.۳ درصد (یعنی ۲۸۳۷ نفر) برای پیش از انقلاب و ۹۸.۷ درصد (یعنی ۲۱۴۶۵۱ نفر) مربوط به حوادث پس از انقلاب هستند. همچنین، ۸۰ درصد از این تعداد (یعنی ۱۷۲۰۵۶ نفر) در نبرد با دشمن و مابقی یعنی ۲۰ درصد مربوط به مبارزان شهرها هستند (کامران و کریمی پور، ۱۳۸۱، ص ۲۶۰). بیان این آمار از آن جهت است که اهمیت موضوع و در کنار آن نیاز بررسی‌های پژوهشی بیشتر در این زمینه برجسته شود.

پس از پایان جنگ تحمیلی، ارگان‌های دولتی و غیر دولتی در صدد برآمدند تا جهت زنده نگه داشتن یاد و خاطره شهدا برنامه‌هایی اجرا کنند. این برنامه‌ها در کنار موفقیت‌های خود ضعف‌هایی نیز داشتند. یکی از این برنامه‌ها که در چند سال اخیر از استقبال تمامی اقشار جامعه برخوردار شده، اردوهای راهیان نور است.

اردوی راهیان نور از جمله برنامه‌های فرهنگی است که در بیشتر شهرهای کشور و در بین اقشار گوناگون جامعه برگزار می‌شود. این برنامه‌ها به طور گسترده در تمامی دانشگاه‌های معتبر دولتی و آزاد نیز در دستور کار نهادهای فرهنگی، از جمله بسیج دانشجویی، قرار گرفته است. با نگاه به تاریخ این اردوها در می‌یابیم که دست‌اندرکاران این اردوها اهداف چندی را دنبال می‌کنند که می‌توان تعدادی از این اهداف را در چارچوب «زنده نگاه داشتن یاد شهدا، تجدید میثاق با آرمان‌های شهدا، ارتقای روحیه ملی‌گرایی و ... در جوانان، آشنایی و تقویت مبانی ارزش اسلامی، ترویج و تبیین تفکر

و فرهنگ بسیجی و ...» قرار داد. راهیان نور نامی است برای گروه بزرگی از کاروان‌های سیاحتی - مذهبی در ایران که به بازدید از مناطق جنگی بازممانده از جنگ ایران و عراق در غرب و جنوب غربی کشور می‌پردازند. بیشتر این کاروان‌ها همزمان با تعطیلات نوروزی و نیز تعطیلات تابستانی، برای مناطق غرب کشور، فعال می‌شوند و مناطق مرزی استان خوزستان، به‌ویژه منطقه شلمچه، از مقصدهای پرطرفدار این گروه‌هاست. سازمان‌دهنده و متولی اصلی اردوهای سراسری «راهیان نور» سازمان اردویی راهیان نور و گردشگری بسیج است که هر ساله گروه‌هایی از مردم مناطق مختلف ایران را برای بازدید از مناطق جنگی غرب و جنوب غربی این کشور، به استان‌های هم مرز با عراق می‌برد (شهاب نیوز، ۱۳۸۷/۰۱/۰۹)

با در نظر گرفتن توضیحات بالا و همچنین هزینه‌های مالی و زمانی که به این برنامه‌ها اختصاص داده می‌شود، انجام پژوهشی دربارهٔ این سؤال که آیا این برنامه‌ها مثمر واقع می‌شود یا خیر، لازم و حیاتی است. به دیگر سخن، پژوهشگران قصد آن دارند به این مسئله بپردازند که آیا این برگزاری اردوها می‌تواند تأثیرات مثبتی بر اذهان حاضران در اردو بگذارد یا خیر. در جامعه امروز، جوانان به دنبال روش‌های تغییر و اصلاح نگرش خود با توجه به روحیه انسانی و هدف‌مدار خود هستند. بنابراین، پژوهشگران قصد دارند به این سؤال پاسخ گویند که آیا شهدا و به نوعی حضور در اردوهای راهیان نور می‌تواند سبب آن شود که شناخت دانشجویان از شهید و شهادت افزایش یافته و در نتیجه الگو گرفتن جوانان و دانشجویان از شهدا ارتقا یابد؟

تبلیغات اردوهای راهیان نور در سطح دانشگاه‌ها زمینه‌آشنایی دانشجویان را فراهم می‌کند، اما مهم‌ترین زمینه‌آشنایی دانشجویان با این اردوها، حضور فیزیکی و به نوعی اطلاع‌رسانی فردی است. پژوهشگران همچنین قصد آن دارند به این مسئله بپردازند که آیا حضور در این اردوها می‌تواند باعث حضور مجدد دانشجویان شود یا خیر.

### مبانی نظری پژوهش

به نظر می‌رسد برای بررسی تأثیر اردوی راهیان نور بر نگرش رفتاری و شناختی دانشجویان بایستی مبانی نظری مرتبط با نگرش، شهادت و اردوهای راهیان نور به اجمال بررسی و واکاوی شوند. بنابراین، در این بخش به این مبانی اشاره می‌شود.

## نگرش

پژوهشگران جامعه‌شناسی و روانشناسی، واژه «نگرش» را مناسب‌ترین معادل برای لغت Attitude معرفی کرده‌اند. از سوی دیگر، معادل‌های متعددی همچون «طرز تلقی»، «وجه نظر»، «بازخورد»، «وضع روانی»، «ایستار»، «گرایش»، «هیأت روانی»، «طرز فکر»، «شیوه رفتار» و ... برای این واژه استفاده شده است. اکنون اصطلاح «نگرش» قبول عام یافته و به صورت‌های مختلف نیز تعریف شده است. نگرش یک سازه فرضی است؛ زیرا به صورت مستقیم قابل مشاهده نیست، بلکه بیشتر با اظهارات کلامی و رفتاری همراه است (کریمی، ۱۳۸۵). بهنر و وانک<sup>۱</sup> (۱۳۸۵) نگرش را به عنوان «ارزیابی خلاصه و کوتاه از موضع تفکر» تعریف کرده‌اند و نگرش را در برگیرنده پاسخ‌های شناختی، رفتاری و عاطفی دانسته‌اند. همچنین ایز و پلایت<sup>۲</sup> (به نقل از فردانش و حاتمی، ۱۳۸۳) معتقدند که نگرش، حالت یا احساس مبهمی نیست، بلکه شکلی از تجربه است که هم به عینیت‌ها، وقایع افراد و موضوع‌های خاص مربوط می‌شوند و هم اساساً ارزیابی کننده است. طبق نظر فریدمن و همکارانش (به نقل از کریمی، ۱۳۸۵)، نگرش نظامی با دوام است که شامل یک عنصر شناختی<sup>۳</sup>، یک عنصر احساسی<sup>۴</sup> و یک تمایل به عمل<sup>۵</sup> است. از جمله تعاریفی که شاید جامع‌تر از بديل‌ها باشد، تعريف كمبرت و همكاران (به نقل از آذربایجانی و همکاران، ۱۳۸۲) است: «نگرش عبارت است از یک روش نسبتاً ثابت در فکر، احساس و رفتار نسبت به افراد، گروه‌ها و موضوع‌های اجتماعی وسیع‌تر، هر گونه حادثه‌ای در محیط فرد».

در بیان اندیشمندان، نگرش در سه نوع دسته‌بندی می‌شود: الف) نگرش‌های مبتنی بر شناخت: اگر ارزیابی فرد بیش از هر چیز مبتنی بر باور او درباره خصوصیات موضوع نگرش باشد (ارونسون و همکاران، ۱۳۸۶)؛ ب) نگرش‌های مبتنی بر عواطف: نگرشی که بیشتر مبتنی بر هیجان‌ها و ارزش‌ها باشد تا بر ارزشیابی عینی مزایا و معایب، نگرش مبتنی بر عواطف خوانده می‌شود (کریمی، ۱۳۷۹)؛ ج) نگرش‌های مبتنی بر رفتار: مشاهده چگونگی رفتار فرد نسبت به موضوع نگرش. بنا بر تئوری «ادراک خویشتن» تحت شرایط خاص فرد نمی‌داند چه احساسی نسبت به موضوعی دارد تا

1. Bihner & Wanke
2. Eiser & Pligt
3. Cognitive Element
4. Emotional Element
5. Elements Tend To Act

آنکه رفتار خود را نسبت به آن موضوع ببیند (ارونسون و همکاران، ۱۳۸۶). بنابراین، مؤلفه عاطفی شامل هیجانات و عاطفه فرد نسبت به موضوع، خصوصاً ارزیابی‌های مثبت و منفی است. مؤلفه رفتاری چگونگی تمایل به عمل فرد در راستای موضوع را شامل می‌شود. مؤلفه شناختی شامل افکاری است که فرد درباره آن موضوع نگرش خاص دارد، شامل حقایق، دانش و عقاید (تیلور، پیلا و سیرز، ۲۰۰۳<sup>۱</sup>). این سه عنصر تحت عنوان مدل سه‌بخشی نگرش معرفی شده‌اند (شیفمن و کانوک، ۱۹۷۷<sup>۲</sup>).

شکل‌گیری نگرش شروطی دارد که با بودن این شروط نگرش ایجاد می‌شود. برای نمونه، می‌توان گفت چهار شرط عمده می‌تواند موجب پیدایی نگرش شود: تراکم تجربه، تمایز گذاشتن، ضربه عاطفی و تقلید از دیگران (ستوده، ۱۳۷۶، ص ۱۴۷). برخی دیگر از پژوهشگران نیز عوامل تکوین و شکل‌گیری نگرش‌ها را چهار عامل عمده دانسته‌اند: برآورد نیاز، کسب اطلاعات، تعلق گروهی و شخصیت فرد (جولیوس و ویلیام، ۱۳۷۶، ص ۸۶۲). تفاوت ارزش، عقیده و نگرش نشان می‌دهد که ارزش‌ها هدف‌هایی گسترده‌تر و انتزاعی‌ترند و غالباً فاقد شیء یا موضوع مشخص یا نقطه ارجاع‌اند. عقیده نیز چیزی است که شخص بر مبنای واقعیات مورد قبول خود درست می‌پندارد. اما نگرش می‌تواند به ترجیح دادن‌ها در مورد فعالیت‌ها، نهادهای اجتماعی یا گروه‌ها مربوط باشد که احساس‌های شخصی نسبت به یک شیء یا نهاد اجتماعی یا گروه را شامل می‌شود (پی فرگاس، ۱۳۷۳، ص ۳۱۹).

نگرش‌ها چهار کاربرد کلیدی برای هر فرد دارند: کاربردهای مرتبط با دانش، کاربردهای تشریح‌کننده ارزش، کاربردهای انتفاعی و کاربردهای تدافعی (کوهن، ۱۳۸۷، ص ۲۹۷ و ۲۹۸) هر نگرشی پس از شکل‌گیری در راستای رفتار حرکت می‌نماید و برای آن سازکارهای خاصی در نظر گرفته می‌شود. دو سازکار برای اثرگذاری نگرش بر رفتار وجود دارد. سازوکار اول عبارت است از: «نگرش - تفکر مستدل - رفتار». این سازکار زمانی به کار می‌افتد که تفکر عمیق و دقیقی در باب نگرش‌های خود داریم و کاربرد آن را در رفتار می‌سنجیم (آجزن و فیشین، ۱۹۹۷<sup>۳</sup>). سازکار دوم عبارت است از «نگرش - رفتار بی‌تأمل» (آذربایجانی و همکاران، ۱۳۸۵).

1. Taylor, Pepla & Syzer  
 2. Shyfman & Kanvek  
 3. Ajzen, I. & Fishbein, M.

درباره تغییر نگرش نظریات متنوعی ارائه شده است که به اهم آنها به صورت خلاصه در جدول زیر اشاره می‌شود.

موضوع	ابعاد	نظریه پردازان
	اصولی برای کسب مهارت‌های بدنی و کلامی (نظریه کسب مهارت)	کارل هاوند و همکاران (۱۹۳۵)
	تمایل به حرکت از حالت عدم تعادل به حالت تعادل (نظریه تعادل)	فریتس هایدر (۱۹۵۸)
	اثر یک فرد با موضعی مثبت یا منفی (نظریه توافق)	آزگود و تانن بوم (۱۹۵۵)
	ادراک و قضاوت فرد در مورد یک پیام (نظریه قضاوت اجتماعی)	مظفر شریف (۱۹۷۰)
	تغییر باورها بدون پیروی از قوانین منطق صوری (نظریه منطق روانی)	ایلسون و روزنبرگ (۱۹۵۸)
	ناراحتی از ناهمسازی و تشویق شدن فرد به کاهش یا برطرف کردن آن (نظریه ناهماهنگی شناختی)	لئون فستینگر (۱۹۵۷)

جدول ۱: نظریات مربوط به تغییر نگرش (منبع: نگارنده)

بنابراین، به طور کلی نگرش را امری روان‌شناسانه، ذهنی و اکتسابی می‌دانند که به طور مستقیم قابل مشاهده نیست و بر اساس رفتارهای فرد و پاسخ‌هایی که به محرک‌های گوناگون می‌دهد، قابل شناخت و ارزیابی است (سپنجی و مومن دوست، ۱۳۹۰، ص ۱۲۳).

اگرچه در این بخش ذکر تعاریف، ابعاد نگرش و نحوه تغییر آن با مروری بر پیشینه پژوهشی گذشت، پژوهشگران در این پژوهش فقط به بررسی دو عنصر یا بعد نگرش، یعنی بعد شناختی و رفتاری، پرداخته‌اند. بعد عاطفی از این جهت کنار گذاشته شده است که فرض قریب به یقین پژوهشگران این است که اردوهای راهیان نور از جهت عاطفی بر دانشجویان تأثیر می‌گذارد، چنانکه محمدحسین‌زاده و سعیدی (۱۳۸۶) در پژوهش خود این موضوع را نشان داده‌اند. حال مهم است که بررسی شود آیا اردو تأثیری شناختی بر دانشجویان می‌گذارد (بعد شناختی) و آیا دانشجویان رفتار خود را با الگوگیری از شهدا تغییر می‌دهند (بعد رفتاری).

### شهادت

«ایثار» در لغت به معنی بذل، گذشت کردن از حق خود برای دیگران، نفع دیگری یا دیگران را به خود ترجیح دادن آمده است و نیز به معنای غرض دیگران را به خود مقدم داشتن، برگزیدن و منفعت غیر را بر خود مقدم داشتن است. «شهادت» در لغت به معنای گواهی دادن، کشته شدن در راه خدا، شهید گردیدن و شهید شدن است (دهخدا،

۱۳۷۴). در کتب لغت، برای کلمه شهید چند معنا ثبت شده است، مانند امین در ارائه شهادت، گواه، کشته در راه خدا (معلوف، ۱۹۸۰) و کسی که چیزی از او پوشیده نیست (فیروزآبادی، ۱۹۹۱، ص ۵۸۸)، چنانکه شهادت را «خبر دادن به آنچه دیده شود و مجموع آنچه با حس درک کردنی است» دانسته‌اند (انیس و همکاران، ۱۳۷۲، ص ۴۹۷). کشته شدن به هر نحوی در راه خدا و برای رضای او مقدس و ارجمند است و هنگامی که کسی جان خود را برای هدفی مقدس و انسانی - که خشنودی خدا را در پی داشته باشد - فدا می‌کند و با نثار جان این چنین مرگی را می‌پذیرد، به شهادت رسیده است. به کسی که در راه خدا کشته می‌شود «شهید» می‌گویند. در مجمع البحرین آمده است: «شهید از اسامی خداوند است؛ یعنی آن که چیزی از او پنهان و غایب نمی‌ماند» (طریحی، ۱۳۶۷، ص ۵۵۳).

در حقیقت، شهید دانستن خدا بدان معنا است که خداوند همه چیز را می‌بیند و شاهد هر چیزی است. از این‌رو، «شهید» در انسان معنایی خاص دارد. واژه‌های «شهید»، «شاهد»، «شهادت» و «شهود» در انسان بیانگر نوعی خاص از دیدن، رؤیت کردن، حضور یافتن و آگاهی یافتن است. «شهید، همان شاهد است و شاهد، مشاهده‌کننده چیزی است که در مورد اعتقاد و علاقه قلبی او است» (معدنی، ۱۳۸۷، ص ۲)

در دائرة المعارف *MODERN ISLAMIC WORLDS* واژه شهید چنین معنا شده است: «شهید، در لغت، به معنای گواه است. معمول‌ترین معنای این لغت که بیش از پنجاه و شش بار به صورت مفرد، جمع و قید در قرآن به کار رفته، «شاهد عینی» یا «شاهد» در مفهوم حقوقی است».

در اصطلاح، این واژه بر افرادی اطلاق می‌شود که در راه خدمت به دین و دفاع از آن جان خود را فدا می‌کنند (ر.ک: نجفی، جواهر الکلام). دین اسلام بر پایه «شهادت دادن» به حقانیت و افسوسین وحی خداوند از طریق واپسین پیامبرش، حضرت محمد(ص)، بنیاد شده است، تا جایی که پرشورترین یا معنادارترین شکل شهادت دادن به نفس انسان مربوط می‌شود. بنابراین، پایه اسلام شهادت است. اما همان‌گونه که می‌دانیم، عمل شهادت دادن در اسلام به روش‌های متعددی انجام می‌پذیرد: از بیان «لااله الا الله و محمد رسول الله» تا نهایی‌ترین وجه شهادت، یعنی فداکردن زندگی خود برای استقرار آرمان‌های اسلامی یا دفاع از آنها (اسپزیتو،<sup>۱</sup> ۱۹۹۵).

1. Esposito

در اسلام، کشته شدن آگاهانه و انتخاب‌گرایانه در راه آرمانی مقدس و پاک که به تعبیر قرآن «فی سبیل الله» نامیده می‌شود شهادت نام دارد و کسی که به چنین مقامی دست می‌یابد، شهید است. البته پذیرفتن مرگ، هنگامی ارزشمند است و قداست دارد که از سویی آگاهانه باشد و از سوی دیگر، رضایت و خشنودی خداوند را در پی داشته باشد (شریعتی، ۱۳۵۷، ص ۴۵).

واژه شهادت بارها در قرآن آمده و معنای لغوی آن مطمح نظر خداوند بوده است. در این آیه‌ها، خداوند به جایگاه والای شهیدان اشاره کرده و آنان را در ردیف پیامبران، صدیقان و نیکوکاران قرار داده، حتی پاداش مؤمنان به خدا و پیامبر (ص) را مانند پاداش شهیدان قرار داده است. این سخن نشان می‌دهد که مقام شهدا بسی والاتر و برتر از دیگر کسانی است که به جهت ایمان خود مورد لطف و رحمت خداوند هستند (ر.ک: آل عمران، ۱۶۹، ۱۷۱؛ بقره، ۱۵۴؛ توبه، ۱۱۱؛ احزاب، ۲۳).

بنابر آنچه گفته شد، می‌توان نتیجه گرفت معنای واژه «شهید» از کشته در راه خدا فراتر می‌رود و هرکس که به مقام شهود حقیقت رسد و با عمل خود به یگانگی و حقانیت خداوند و شهادت دهد شهید است، اگرچه در جهاد کشته نشود و با مرگ طبیعی از دنیا رود. حادثی نیز در این زمینه وارد شده که در بخش بعدی مقاله به آنها اشاره خواهد شد. از سوی دیگر، تقدیم جان در راه حق، بالاترین مرتبه «شهادت دادن به ربوبیت خداوند و محبوب ترین عمل نزد خداوند است».

حال موضوع شهادت توانسته است از ابتدا، بالآخر از آغاز تشیع، سرلوحه تربیت اسلامی قرار گیرد، به طوری که در تربیت دینی، اصل بینش گره زدن ایمان با عنصر عقل و عشق و قرار دادن انسان در مسیر جذبه الهی و حیات طیبه است تا روابط انسان با خدا، خود و جهان در پرتوی رابطه با انسان کامل که مربی و معلم حقیقی است تنظیم شود (رودگر، ۱۳۸۶، ص ۹۲). درواقع، برای رسیدن به حقیقت دینداری باید تمامی رهنمودهای دینی سامان یابد تا بتوان شخص را به معنای حقیقی مؤمن دانست (مدنی، ۱۳۸۶، ص ۱۳۴).

بنابراین، در این پژوهش قصد داریم با سنجش عملیاتی تعریف شهید و شهادت میزان شناخت دانشجویان از این مقوله را ارزیابی کنیم و به سنجش میزان الگو پذیری از شهدا پردازیم.

### اردوی راهیان نور

این اصطلاح برای نوعی برنامه فرهنگی، زیارتی و سیاحتی به کار برده می‌شود. این برنامه که نوعی اردو به شمار می‌آید، بیشتر در ماه‌های اسفند و فروردین برگزار می‌شود.

تاریخچه دقیق این برنامه‌ها مشخص نیست اما باید آن را در عملیات تفحص و بالاخص برنامه‌های مستند شهید بزرگوار سید مرتضی آوینی که در سال ۱۳۷۲ به شهادت رسید، جستجو کرد. ابتدا گروه‌های کوچک دانشجویی، رزمندگان و دیگران به صورت آزاد و داوطلبانه در این سفرها شرکت می‌کردند. این برنامه از طرف ارگان‌هایی همچون سپاه و ارتش و با همکاری مدارس، دانشگاه‌ها و ... اجرا می‌شود. کلیات برنامه‌ها به این صورت است که زائران از نقاط مختلف کشور به مناطق جنگی غرب و بیشتر جنوب غرب کشور سفر می‌کنند. در آنجا راویان مسئولیت اصلی معرفی مناطق و بازگویی خاطرات را به عهده می‌گیرند. در ضمن، ارگان‌هایی خاص وظیفه خدمات‌رسانی به زائران را دارند. هدف از این برنامه‌ها آشنایی هرچه بیشتر جوانان با مسایل جنگ و جبهه است. طی سال‌های اخیر، هر ساله بیش از سه میلیون نفر از این مناطق بازدید کرده‌اند.

### پیشینه تجربی پژوهش

چنانکه آمد، درباره موضوع پژوهش حاضر به طور مستقیم پژوهشی دانشگاهی صورت نگرفته است، اما در زمینه تغییر نگرش و رفتار انسان‌ها می‌توان به برخی از پژوهش‌ها اشاره کرد و به نوعی به ارتباط بین این موضوعات و موضوع این مقاله پرداخت. به نظر می‌رسد حضور در این نوع اردوهای زیارتی سبب تغییراتی در نگرش و پس از آن رفتار دانشجویان می‌شود. همان‌گونه که محمدحسین زاده و سعیدی (۱۳۸۵) نتیجه می‌گیرند، اردوی راهیان نور بیشتر تأثیر عاطفی داشته و این تأثیر بیشتر به صورت موقتی بوده و مدت زیادی دوام نمی‌آورد و هرگاه به دنبال آن شناخت همراه بوده و پس از آن رفتار صورت گیرد، می‌توان به تغییر همه‌جانبه این اردوها اشاره کامل نمود.

امیری (۱۳۷۹) به این نتیجه می‌رسد که دختران، افراد در مقاطع تحصیلی بالاتر، محصلان رشته هنر و فرزند شاغلان دولت نگرش (شناختی، رفتاری و عاطفی) بالاتری نسبت به سایرین درباره سرداران شهید دارند. ازغندی (۱۳۸۰) نتیجه می‌گیرد که رابطه مستقیمی بین مشارکت (اجتماعی، سیاسی و مذهبی) مردم و نگرش نسبت به شهدا و

آرمان‌های آنها وجود دارد. قائمی (۱۳۷۷) بیان می‌کند که هر چه میزان دسترسی دانش‌آموزان نسبت به آثار مستقیم و غیر مستقیم شهدا و سرداران شهید بیشتر باشد، ارزیابی بهتری از آنها دارند.

نصرآبادی و رفیعی (۱۳۸۵) بیان می‌کنند که میزان علاقه و آگاهی در سنین دبیرستان تقریباً در حد متوسط به بالاست، اما میزان علاقه پسران نسبت به مفاهیم سه‌گانه از دختران بیشتر است و دانش‌آموزان رشته‌های ریاضی نسبت به رشته‌های دیگر از درصد علاقه و آگاهی از میانگین بالاتری برخوردارند.

خیراندیش (۱۳۸۲) در پژوهشی به تبیین مفهوم شهادت در اسلام و آیات و روایات و از دیدگاه ائمه اطهار و دیدگاه چند تن از عارفان پرداخته است. همچنین، رجبعلی (۱۳۸۵) تحت عنوان «ابعاد عملی و نظری ترویج فرهنگ ایثار و شهادت و نقش آن در پیشگیری از جرم» نشان داد که فرهنگ ایثار با کارکردهایی که در جامعه دارد، می‌تواند از بسیاری از جرم‌ها پیشگیری کند.

بنابراین، نگرش نسبت به شهدا و شهادت با عوامل زیر مرتبط است: ۱. جنسیت؛ ۲. پایگاه اقتصادی؛ ۳. نوع خانواده‌ها از نظر شاهد و ایثارگر بودن (یا مرتبط با خانواده‌های شاهد)؛ ۴. میزان تقید مذهبی؛ ۵. میزان تحصیلات مادر.

در زمینه تغییر نگرش و تبدیل آن به رفتار، اسکمپ (۱۹۹۱) بیان می‌کند که نگرش‌های خاص و مرتبط، رفتار هدفمند و واقعی را پیش‌بینی می‌کنند. برای مثال، نگرش نسبت به بازیافت نه نگرش کلی درباره مسائل محیط‌زیستی مشارکت در بازیافت را پیش‌بینی کرده و آن را سبب می‌شود (مایر، ۲۰۰۵). به بیان این اندیشمند، موضوع خاص نگرش خاص و در نتیجه رفتار خاص را به دنبال دارد. اگرچه اردوی راهیان نور نوع خاصی از اردو به حساب می‌آید، می‌توان بدین صورت پیش‌بینی کرد که حضور در این اردو سبب تغییر نگرش‌های خاص دانشجویان و رفتارهای خاص مرتبط با اردوی راهیان نور، شهید، شهادت، شهدای خاص و موارد مشابه شود و معیار اصلی در این نگاه خاص بودن موضوع تغییر نگرش و رفتار است.

از سوی دیگر، الگوهای جدید تغییر نگرش مدیون الگوی گرایش تغییرات است که توسط هاوُلند<sup>۱</sup> از پیشگامان روان‌شناسی اجتماعی، در مطالعه تغییر و شکل‌گیری بینش ارائه شده است. هاوُلند در الگوی گرایش تغییر سه مرحله را طرح می‌کند: الف) جلب

1. Carl Havland

توجه فرد که در آن بایستی توجه فرد مورد نظر واقع شود؛ ب) درک پیام، که در آن فرد پیامی را که سبب تغییر نگرش و رفتار خواهد شد، می‌شناسد و در نهایت ج) پذیرش پیام توسط مخاطب، که در آن فرد پس از شناخت پیام آن را می‌پذیرد (راجرز و شومکراف، ۱۳۷۶، ص ۱۴). بنابراین، درباره موضوعی همچون اردوی راهیان نور می‌توان این‌گونه نتیجه گرفت که دانشجویان ابتدا با حضور در اردو به این نوع موضوعات توجه کرده، در آن شرکت فعال جسته و در نهایت از فعالیت‌ها و برنامه‌های آن تأثیر می‌پذیرند. بنابراین، اردوی راهیان نور فرصتی است که در آن زمینه تغییر نگرش دانشجویان به سمت موضوعات مرتبط با شهادت شکل گرفته می‌شود.

اردستانی (۱۳۸۴) در پژوهشی با عنوان «تغییر نگرش مخاطبان انتخاباتی» ضمن بیان اینکه برای تغییر نگرش‌ها سه استراتژی وجود دارد: الف) تغییر پاداش‌ها و هزینه‌ها؛ ب) مواجهه مستقیم با موضوع نگرش؛ ج) درخواست‌های اقناع‌کننده، نتیجه می‌گیرد برای تغییر نگرش انتخاباتی مخاطبان سه هدف می‌توان برشمرد: الف) مشارکت هر چه بیشتر شهروندان در انتخابات؛ ب) آگاهی دادن به شهروندان درباره معیارهای کاندیداها و برنامه‌های اصلاح؛ ج) تغییر نگرش شهروندان نسبت به یک برنامه یا کاندیدا. برای دسترسی به سه هدف مذکور می‌باید منظومه‌های نگرشی مخاطبان در زمینه انتخابات را شناخت (اردستانی، ۱۳۸۴). بنابراین، مشارکت، آگاهی و تغییر نگرش مسیری است که بایستی درباره اردوی راهیان نور نیز در نظر گرفته شود. دانشجویان با افزایش آگاهی و شناخت خود حین و پس از اردو می‌توانند نگرش و رفتار خود را نسبت به موضوعات مرتبط با شهادت تغییر دهند.

در جای دیگر اشتروبه<sup>۱</sup> و یوناس<sup>۲</sup> در پژوهشی به این نتیجه می‌رسند که تاکنون سه نوع استراتژی عمده برای تغییر نگرش از سوی دانشمندان پیشنهاد شده است: الف) درخواست‌های اقناع‌کننده؛ ب) مواجهه مستقیم با موضوع نگرش؛ ج) تغییر پاداش‌ها و هزینه‌ها (کوثری، ۱۳۶۸، ص ۲۳۴). اردوی راهیان نور نیز زمینه‌ای است برای مواجهه مستقیم دانشجویان با مسائل مرتبط با شهادت و در نتیجه تغییر در نگرش‌هایی که با این موارد همسو هستند.

همچنین به تازگی شهرکی‌پور (۱۳۹۲) به بررسی محتوای کتب درسی در گسترش فرهنگ ایثار و شهادت پرداخته و به این نتیجه رسیده است که محتوای کتب درسی

1. Strobe  
2. Jonse

در درونی نمودن فرهنگ ایثار و شهادت، افزایش اعتقاد دانش‌آموزان به ارزش‌های دفاع مقدس، احترام به اقدار ایثارگر (جانبازان، آزادگان و خانواده شاهد)، آشنایی دانش‌آموزان و ویژگی‌های شهدای دانش‌آموز و تبلیغ و ترویج ارزش‌های دفاع مقدس، نقش دارد.

### فرضیه‌های پژوهش

- با توجه به ابعاد پژوهش حاضر، سه فرضیه اساسی به شرح زیر در نظر گرفته شد:
۱. نگرش شناختی دانشجویان نسبت به مقوله شهادت قبل و بعد از اردوی راهیان نور تفاوت معناداری با هم دارد.
  ۲. نگرش رفتاری دانشجویان نسبت به مقوله شهادت قبل و بعد از اردوی راهیان نور تفاوت معناداری با هم دارد.
  ۳. نگرش دانشجویان نسبت به محتوای اردوی راهیان نور قبل و بعد از آن تفاوت معناداری با هم دارد.

### روش پژوهش

مطالعه حاضر، نوعی مطالعه طولی<sup>۱</sup> از نوع پانل<sup>۲</sup> است. پانل اساساً از طریق مصاحبه با استفاده از پرسشنامه در جریان مراحل خاص و مشخص زمانی دربارهٔ یک جمعیت و اغلب افرادی که در طول زمان تغییر نمی‌یابند، انجام می‌شود. هدف اساسی این شیوه آن است که ملاحظه شود آیا تغییری در عقاید یا رفتار پدید آمده است و در صورت پیدایی دگرگونی، کدام علت یا عامل موجبات بروز آن را فراهم ساخته است (بیرو، ۱۳۸۰، ص ۲۵۶).

در طرح پانل گروه معینی از افراد در طول زمان بررسی می‌شوند. سنجش متغیر در دو مقطع زمانی و اعمال مداخله در فاصله این دو مقطع صورت می‌گیرد. تفاوت متغیر از زمان اول تا زمان دوم ما را قادر به سنجش تغییر در آن دوره می‌سازد (دواس، ۱۳۸۶، ص ۴۶).

هر روشی فلسفه وجودی خاص خود را داراست که این موضوع به مزیت‌های آن بر می‌گردد. به عبارت دیگر، مزیت‌های این نوع مطالعه عبارتند از: سنجش حرکت به عنوان بعد اجتناب‌ناپذیر پدیده‌ها، سنجش آثار علی تغییر و سنجش حرکت به عنوان

1. Longitudinal Study  
2. Panel Study

شاخص - متن. محدودیت‌های این مطالعه نیز عبارت است از: هزینه زیاد اجرای روش پانل در زمان‌های متوالی، استمرار پژوهش و حفظ همکاری مستمر پاسخگویان در زمان طولانی، شرطی شدن و سوگیری پاسخگویان، افت جمعیت نمونه ناشی از پیامدهای جمعیتی (ساروخانی، ۱۳۷۵).

بنابراین، به نظر پژوهشگران آمده است که با استفاده از ابزاری مشابه در راستای بررسی موضوع پژوهش قبل و بعد از حضور دانشجویان در اردو مطالعه انجام شود. به این ترتیب که ابتدا ابزاری با در نظر گرفتن دو بعد اصلی نگرش نسبت به شهادت، یعنی نگرش رفتاری و شناختی نسبت به آن، و همچنین یک بعد نیز در راستای محتوای اردوی راهیان نور طراحی شد. این ابعاد شاخص‌های اصلی پژوهش بودند و بنابراین به طور مستقیم به طراحی گویه‌های (سؤالات پرسشنامه) آنها همت گمارده شد. در مجموع ۱۱۶ گویه طراحی شد. این پرسشنامه به دو قسمت تقسیم گردید که در هر دو قسمت گویه‌هایی در ارتباط با ابعاد دوگانه وجود داشت. یکی از پرسشنامه‌ها قبل و دیگری پس از اردو میان دانشجویان توزیع و گردآوری شد.

### جامعه آماری پژوهش

جامعه آماری ابتدا ۳۴۰ نفر از دانشجویان دانشگاه فردوسی حاضر در اردوی راهیان نور سال ۱۳۸۹ بودند؛ اما در ادامه روند پژوهش و در مراحل اجرا، ۸۰ پرسشنامه به دلیل نقص از فرایند تحلیل خارج شد. این پژوهش به نوعی به تمام‌شماری پرداخته است، بنابراین، مبحث نمونه‌گیری در آن جایگاهی ندارد.

### ابزار پژوهش

همانطور که آمد، در این پژوهش از پرسشنامه پژوهشگرساخت با توجه به ابعاد دوگانه نگرش نسبت به شهادت و یک بعد نسبت به محتوای اردوی راهیان نور استفاده شده است. این پرسشنامه شامل بخش اطلاعات جمعیت‌شناختی، نگرش‌شناختی، نگرش رفتاری و اردو بوده است.

اعتبار ابزار پژوهش به صورت اعتبار صوری و گردآوری نظر داوران (استادان و صاحب‌نظران حوزه شهادت، اردوهای راهیان نور و فعالان فرهنگی دانشگاه) انجام شد و داوران پس از مطالعه ابزار پژوهش و رفع نواقص، آن را تأیید کردند. پایایی ابزار پژوهش نیز با استفاده از روش آلفای کرونباخ به دست آمده که میزان پایایی سه

شاخص اصلی به شرح جدول زیر است:

شاخص	تعداد	آلفای کرونباخ
شاخص شناختی	۴۰	۰/۶
شاخص رفتاری	۵۲	۰/۷۱
شاخص راهیان نور	۸	۰/۸۶
کل	۱۰۰	۰/۷۷

جدول ۲: میزان آلفای کرونباخ شاخص‌های پژوهش

### روش تحلیل داده‌های پژوهش

داده‌ها پس از گردآوری، ویرایش و کدگذاری وارد نرم افزار SPSS شده و توصیف‌های آماری جهت شناخت متغیرهای زمینه‌ای که به صورت کمی و کیفی بوده و آزمون ویلکاکسون و آزمون مقایسه میانگین در دو گروه همبسته جهت آزمون سه فرضیه اصلی پژوهش انجام شده است.

### یافته‌های پژوهش

#### الف) آمار توصیفی

یافته‌های توصیفی پژوهش نشان می‌دهد پاسخگویان با توجه به نسبت حضور در اردو در دو جنس به صورتی تقسیم شده‌اند که ۱۹.۳ درصد مرد و ۸۰.۷ درصد زن هستند. ۶۸.۳ درصد پاسخگویان از رشته علوم انسانی، ۱۹ درصد از رشته ریاضی، ۱۲.۸ درصد از رشته تجربی بوده‌اند. ۸۱.۷ درصد پاسخگویان یک‌بار، ۱۲.۸ درصد دو بار و مابقی (یعنی ۵.۵ درصد) دفعات بیشتری در اردوی راهیان نور حاضر بوده‌اند. ۴۳.۳ درصد پاسخگویان بیان داشته‌اند که در خانواده و خویشان آنها شهید وجود داشته و در ۵۶.۷ درصد خانواده‌ها شهید وجود نداشته است. بیشترین افراد، یعنی ۷۸ درصد، در تشکل‌های دانشجویی (اعم از بسیج، جامعه اسلامی، انجمن اسلامی، کانون‌های فرهنگی و ...) فعالیت داشته و ۲۲ درصد در هیچ تشکلی فعالیت نداشته‌اند. ۷۷.۹ درصد پاسخگویان با انگیزه فردی، ۱۷.۶ با ترغیب دوستان و ۴.۵ درصد نیز با ترغیب خانواده در اردوی راهیان نور شرکت کرده‌اند و در پایان، ۷۶.۵ درصد پاسخگویان اعلام کرده‌اند که توقعات آنها در اردو برآورده شده و مابقی (یعنی ۲۳.۵ درصد) گفته‌اند توقعات آنها برآورده نشده است.

## آزمون فرضیات

همان‌طور که در بخش‌های پیشین آمد، در این پژوهش سه متغیر وابسته مورد سنجش قرار گرفته است. همچنین، در این پژوهش یک گروه در دو مرحله مورد آزمون قرار گرفته است. بنابراین، دو آزمون مهم درباره سطح سنجش مطرح می‌شود: آزمون مقایسه میانگین‌ها در دو جامعه همبسته<sup>۱</sup> و آزمون مقایسه کیفی (رتبه‌ها) در دو گروه همبسته که ویلکاکسون<sup>۲</sup> نام دارد. در این پژوهش جهت ارائه نتایج بهتر هر دو آزمون صورت گرفته است.

## آزمون T استیودنت برای مقایسه میانگین شاخص‌ها

شاخص	مرحله	میانگین	انحراف معیار	T	درجه آزادی	معناداری
شناختی	اول	۴.۲۵	۰.۳۵	۱.۷	۲۹۹	۰.۰۰۰
	دوم	۴.۲۱	۰.۴۶			
رفتاری	اول	۴.۴	۰.۴۱	۱.۵	۲۹۹	۰.۰۰۰
	دوم	۴.۴	۰.۴۵			
اردو	اول	۳.۳۵	۰.۵۹	-۲۲	۲۹۹	۰.۰۰۰
	دوم	۴.۲	۰.۷۳			

جدول ۳: آزمون T استیودنت برای مقایسه میانگین شاخص‌ها

همان‌طور که از این جدول مشخص است، میانگین شاخص شناختی، رفتاری در دو مرحله قرابت بالایی با یکدیگر دارد. این بدان معناست که از نظر کمی تغییری در میانگین‌های دو مرحله مشاهده نمی‌شود. اما درباره ماهیت اردو، فاصله بیشتری مشاهده شده و این فاصله به نفع مرحله دوم است. به دیگر سخن، شاخص اردو در مرحله دوم آزمون تغییر محسوسی از خود نشان می‌دهد و نشان از آن دارد که پاسخگویان در مرحله دوم شناخت بیشتری از اردو پیدا کرده و تمایل بیشتری به حضور در این اردوها دارند. این جدول همچنین نشان می‌دهد میزان اختلاف مشاهده شده میان دو میانگین هر سه شاخص با توجه به سطح معناداری، قابلیت تعمیم به جامعه آماری را دارد ( $p\text{-value} < 0.05$ ).

1. 2-Related Sample Tests

2. Wilcoxon

## آزمون ویلکاکسون جهت برابری رتبه‌ها

برای ارائه بهتر نتایج در این بخش، پژوهشگران مقایسه آزمون در دو مرحله را به صورت کیفی انجام داده‌اند. در این نوع آزمون‌ها از آزمون ویلکاکسون که از جنس آزمون‌های ناپارامتریک<sup>۱</sup> است، استفاده شده است. این آزمون زمانی به کار می‌رود که پژوهشگر قصد دارد دو متغیر کیفی متفاوت را در یک جامعه مقایسه کند. در این مسیر که به آن آزمون دو نمونه همبسته نیز گفته می‌شود، تفاوت‌های مثبت و منفی در رتبه‌ها مقایسه می‌شوند. هر چه میزان رتبه‌های مثبت<sup>۲</sup> بالاتر از رتبه‌های منفی<sup>۳</sup> باشد، میزان متغیر دوم بالاتر خواهد بود. در ضمن، در این آزمون یافته‌های مربوط به رتبه‌های برابر<sup>۴</sup> نیز به نمایش در می‌آید که نشان از عدم تفاوت در رتبه‌ها در دو متغیر دارد.

## آزمون ویلکاکسون شاخص شناختی

جمع رتبه	میانگین رتبه	تعداد تفاوت رتبه	
۱۳۲۰	۵۰.۷۷	۲۶	رتبه‌های منفی
۲۶۸۵	۴۲.۶۲	۶۳	رتبه‌های مثبت
		۲۱۱	رتبه‌های برابر
		۳۰۰	کل
Z = -3.08 P-value = 0.002			میزان Z و معناداری

جدول ۱: آزمون ویلکاکسون برای شاخص شناختی در دو مرحله

با توجه به تعداد تفاوت رتبه‌های مثبت و منفی، ملاحظه می‌شود که تفاوت مثبت (۶۳) بیشتر از تفاوت منفی (۲۶) است. در نتیجه، میزان رتبه‌های شاخص شناختی در مرحله دوم بالاتر از مرحله اول است. پس با در نظر گرفتن اینکه در ۲۱۱ مورد از پاسخگویان تفاوتی در رتبه‌ها مشاهده نشده است، می‌توان استنباط کرد شاخص شناختی در مرحله دوم از نظر کیفی رشد داشته است و این میزان با توجه به سطح معناداری ۰.۰۰۲ که از ۰.۰۵ کمتر است، قابل تعمیم به جامعه آماری بوده و معنادار است (p-value < 0.05).

1. Nonparametric Tests
2. Positive Ranks
3. Negative Ranks
4. Ties

## آزمون ویلکاکسون شاخص رفتاری

جمع رتبه	میانگین رتبه	تعداد تفاوت رتبه	
۳۰۹۹	۶۸.۸	۴۵	رتبه‌های منفی
۵۹۴۶	۶۶.۸	۸۹	رتبه‌های مثبت
		۱۶۶	رتبه‌های برابر
		۳۰۰	کل
Z= -3.56 P-value= 0.000			میزان Z و معناداری

جدول ۲: آزمون ویلکاکسون برای شاخص رفتاری

جدول بالا نشان می‌دهد، تعداد رتبه‌های مثبت (۸۹) بیش از رتبه‌های منفی (۴۵) است. همچنین با توجه به برابری رتبه‌ها در ۱۶۶ مورد میتوان چنین استنباط کرد، میزان شاخص رفتاری پاسخگویان در مرحله دوم بیشتر از مرحله اول بوده است و شاخص از نظر کیفی رشد داشته است. این میزان با توجه به سطح معناداری ۰.۰۰۰ که کمتر از ۰.۰۵ است، قابلیت تعمیم به جامعه آماری را داراست ( $p\text{-value} < 0.05$ ).

## آزمون ویلکاکسون شاخص اردو

جمع رتبه	میانگین رتبه	تعداد تفاوت رتبه	
۱۲۸۵	۱۴۲	۹	رتبه‌های منفی
۲۱۷۱۹	۱۰.۵	۲۰۵	رتبه‌های مثبت
		۸۶	رتبه‌های برابر
		۳۰۰	کل
Z= -11.76 P-value= 0.000			میزان Z و معناداری

جدول ۳: آزمون ویلکاکسون برای شاخص اردو در دو مرحله

این جدول نیز نشان می‌دهد که تعداد رتبه‌های مثبت (۲۰۵) بسیار بیشتر از رتبه‌های منفی (۹) است. همچنین با توجه به برابری رتبه‌ها در ۸۶ مورد، می‌توان استنباط کرد که میزان شاخص اردوی پاسخگویان در مرحله دوم نسبت به مرحله اول از نظر کیفی رشد داشته است. این میزان با توجه به سطح معناداری ۰.۰۰۰ که کمتر از ۰.۰۵ است، قابلیت تعمیم به جامعه آماری را دارد ( $p\text{-value} < 0.5$ ).

### بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش تلاش کرده است تا ابعاد اردوی راهیان نور را در چارچوبی علمی و با روش پانل بررسی کند. جامعه مورد مطالعه عبارت است از: دانشجویان دانشگاه فردوسی مشهد که در سال ۱۳۸۹ در اردوی راهیان نور شرکت کرده‌اند. در این مسیر، پاسخگویان در دو مرحله قبل و بعد از اردو ارزیابی شدند و یافته‌های حاصل از این روش با یکدیگر مقایسه شده است.

در بررسی پژوهش‌های مرتبط با موضوع اصلی این نوشتار، پژوهشگران به این نتیجه رسیدند که پژوهش خاصی در این زمینه صورت نگرفته است. حضور در برنامه‌های اردویی که با اهداف خاص خود دنبال می‌شود می‌تواند نگرش انسان را تغییر دهد و به آن جهت ببخشد. اردوی راهیان نور نیز که امروزه از استقبال بالایی در میان جوانان بالاخص دانشجویان برخوردار است، از برنامه‌هایی است که می‌تواند نگرش دانشجویان را تحت الشعاع قرار داده و تغییر دهد.

یافته‌های توصیفی پژوهش در وهله اول نشان می‌دهد که شرکت‌کنندگان در این اردو از لحاظ جنسیت، ۸۰.۷ درصد زن و ۱۹.۳ درصد مرد هستند. ۶۸.۳ درصد پاسخگویان رشته علوم انسانی، ۱۹ درصد ریاضی و ۱۲.۸ درصد تجربی بوده‌اند. ۸۱.۷ درصد پاسخگویان بار اول، ۱۲.۸ درصد بار دوم و مابقی یعنی ۵.۵ درصد تعداد بیشتری در اردوی راهیان نور حاضر بوده‌اند. ۴۳.۳ درصد پاسخگویان بیان داشته‌اند که در خانواده و خویشان آنها شهید وجود داشته است. ۷۸ درصد از شرکت‌کنندگان در شکل‌های دانشجویی (اعم از بسیج، جامعه اسلامی، انجمن اسلامی، کانون‌های فرهنگی و ...) فعالیت داشته و ۲۲ درصد در هیچ تشکلی فعالیت نداشته‌اند. ۷۷.۹ درصد پاسخگویان با انگیزه فردی، ۱۷.۶ با ترغیب دوستان و ۴.۵ درصد نیز با ترغیب خانواده در اردوی راهیان نور شرکت کرده‌اند. و در پایان، ۷۶.۵ درصد پاسخگویان اعلام کرده‌اند که توقعاتشان در اردو برآورده شده و بقیه (۲۳.۵ درصد) توقعاتشان برآورده نشده است.

یافته‌های استنباطی نیز نشان از عدم رد فرضیات پژوهشگران داشته است، به طوری که: **عدم رد فرضیه اول پژوهشگر:** یافته‌های استنباطی این پژوهش اثباتی بر این مدعاست که اولاً شناخت دانشجویان نسبت به شهادت می‌تواند با حضور در این اردوها تغییر کند و بیشتر شود. همچنین دانشجویان با حضور در این اردوها

می‌توانند برای شناخت بیشتر شهدا ترغیب شوند. بنابراین، پژوهشگران دلیلی بر رد فرضیه اول ندارند و میزان شناخت و انگیزه شناخت دانشجویان با حضور در این اردو افزایش یافته است.

**عدم رد فرضیه دوم پژوهشگر:** میزان الگو گرفتن دانشجویان از شهدا (با وجود میانگین قابل توجه قبل از اردو) نیز می‌تواند با حضور در این اردوها بیشتر شده و گروه مرجع جدید با هدف و برنامه جدیدی را برای جوانان و دانشجویان ایجاد کند. بنابراین، در جهت رد فرضیه دوم نیز دلیلی وجود ندارد و اردو توانسته است میزان الگوگیری دانشجویان از شهدا را افزایش دهد.

**عدم رد فرضیه سوم پژوهشگر:** بیشتر دانشجویانی که در این اردوها شرکت می‌کنند، پس از اردو تمایل خود را به حضور مجدد در این اردوها اعلام می‌دارند. این مسئله نشان می‌دهد اثرگذاری اردوها به گونه‌ای است که رضایت دانشجویان را بیشتر و حضور آنها را افزایش می‌دهد. در این بخش نیز پژوهشگران به این نتیجه رسیدند که دلیلی بر رد فرضیه سوم ندارند و اردو توانسته است دانشجویان را جهت حضور مجدد ترغیب کند.

بنابراین، پیشنهاد می‌شود: اولاً، مدیران اجرایی در این حیطه به اجرای پژوهش‌های بیشتر همت گمارده و نتایج پژوهش‌ها را در اجرای هرچه بهتر این اردوها بگنجانند. در اجرای این اردوها (که همه ساله در دانشگاه‌ها برگزار می‌شود) لحاظ کنند. بهتر است رآویانی به کار گرفته شوند و یا برنامه‌هایی در این اردوها اجرا شود که انگیزه شناخت را در دانشجویان ایجاد کند و میزان علاقه‌مندی دانشجویان را به این نوع موضوعات بیشتر کند. ثانیاً پیشنهاد می‌شود پژوهشگران برای مطالعات بهتر در این زمینه جامعه آماری را افزایش دهند، متغیرهای بیشتری را وارد کنند و از روش‌های پژوهشی، بالادخص رویکرد کیفی، بهره گیرند.

## منابع

- قرآن کریم (۱۳۸۸)، ترجمه آیت الله مکارم شیرازی، مشهد: آستان قدس رضوی.
- آذربایجانی، مسعود و همکاران (۱۳۸۵)، *روانشناسی اجتماعی با نگرش به منابع اسلامی*، قم - تهران: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه - سمت.
- اردستانی، حسین (۱۳۸۴)، «تغییر نگرش مخاطبان انتخاباتی»، *مجلس و پژوهش*، ش ۴۶، ص ۱۳۹-۱۶۸.
- ارونسون، الیوت (۱۳۸۶)، *روانشناسی اجتماعی*، ترجمه حسین شکرکن، تهران: انتشارات رشد.
- ازغندی، علی اکبر (۱۳۸۰)، «بررسی دیدگاه مردم سبزوار نسبت به ارزش های دفاع مقدس و عوامل مؤثر بر آن»، *طرح پژوهشی*، کنگره سرداران شهید استان خراسان.
- امیری، امیر محمد (۱۳۷۹)، «بررسی نگرش دانش آموزان مقطع متوسطه شهرستان چناران نسبت به سرداران شهید و عوامل مؤثر بر آن، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه فردوسی مشهد.
- انیس، ابراهیم؛ منتصر، عبدالحلیم؛ صراحی، عطیه و احمد، محمدخلف الله (۱۳۷۲)، *معجم الوسیط*، تهران: دفتر نشر فرهنگ اسلامی.
- بهمن، جود؛ وانک، میکائیل (۱۳۸۵) *نگرش ها و تغییر آنها*، ترجمه علی مهداد، تهران: انتشارات جنگل.
- بیرو، آلن (۱۳۸۰)، *فرهنگ علوم اجتماعی*، ترجمه باقر ساروخانی، تهران: کیهان.
- پی فرگاس، جوزف (۱۳۷۳)، *روانشناسی تعامل اجتماعی*، ترجمه خشایار بیگی و مهرداد فیروزبخت، تهران: ابجد.
- خیراندیش، مهدی (۱۳۸۲)، *شهادت و شهید در عرفان اسلامی*، پایان نامه دکتری، دانشگاه شیراز.
- دواس، دی. ای. (۱۳۸۶)، *پیمایش در تحقیقات اجتماعی*، ترجمه هوشنگ ناییبی، تهران: نشر نی.
- دهخدا، علی اکبر (۱۳۷۴)، *لغت نامه*، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- راجرز اورت، ام؛ شومکر، اف فلویید (۱۳۷۶)، *رسانش نوآوری ها رهیافتی میان فرهنگی*، ترجمه عزت الله کرمی و ابوطالب فنایی، شیراز: انتشارات دانشگاه شیراز.
- رجبعلی، اسلام (۱۳۸۵)، *بررسی ابعاد عملی و نظری ترویج فرهنگ ایثار و شهادت و نقش آن در پیشگیری از جرم*، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه قم.
- رودگر، محمد جواد (۱۳۸۶)، «تربیت دینی، آسیب ها و راه های درمان»، فصلنامه کتاب نقد، ش ۴۲.
- ساروخانی، باقر (۱۳۷۵)، *روش تحقیق در علوم اجتماعی*، ج ۱، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.

- سپنجی، امیرعبدالرضا؛ مؤمن دوست، نفیسه (۱۳۹۰)، «اقناع و تغییر نگرش، جایگاه آن در سیره ارتباطی امامان معصوم (ع)، مروری بر مناظرات مکتوب حضرت امام رضا (ع)»، دین و ارتباطات، پاییز و زمستان، س ۱۸، ش ۲، ص ۱۱۷-۱۴۴.
- ستوده، هدایت‌الله (۱۳۷۶)، *درآمدی بر روانشناسی اجتماعی*، چ ۳، تهران: آوای نور.
- سعیدی رضوانی، محمود؛ محمد حسین‌زاد، معصومه (۱۳۸۶)، *کاروان‌های راهیان نور از نظر دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی مشهد*، مجموعه مقالات همایش فرهنگ ایشار و شهادت دانشگاه مازندران و معاونت پژوهش دانشگاه و دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، بابلسر: مازندران.
- شریعی، علی (۱۳۵۷)، *شهادت*، تهران: بی‌نا.
- شهاب نیوز، ۹ فروردین، ۱۳۸۷.
- شهرکی پور حسن (۱۳۹۲)، «بررسی محتوای کتب درسی دوره راهنمایی تحصیلی در گسترش فرهنگ ایثار و شهادت»، دانش و پژوهش در علوم تربیتی، ۲ (۳۷)، ص ۹۹-۱۰۷.
- شهود (فصلنامه علمی پژوهشی بنیاد شهید انقلاب اسلامی) (۱۳۷۸)، پیش شماره، سال اول، دوره اول، تهران، پاییز.
- طریحی، فخرالدین (۱۳۶۷)، *مجمع البحرین*، تهران: دفتر نشر فرهنگ اسلامی.
- فردانش و همکاران (۱۳۸۳)، «تأملی بر مقوله نگرش در حیطه عاطفی برنامه‌های درسی»، پژوهش در مسایل تعلیم و تربیت، ش ۱۹ و ۲۰، ص ۷۱-۹۷.
- فیروزآبادی، محمدبن یعقوب (۱۹۹۱)، *القاموس المحيط*، بیروت: دار احیاء التراث العربی.
- قائمی، علی اصغر (۱۳۷۷)، *گرایش دانش‌آموزان مدارس راهنمایی شهرستان نیشابور نسبت به سرداران شهید و عوامل موثر بر آن*، پایان‌نامه کارشناسی، دانشگاه فردوسی مشهد.
- کامران، حسن؛ کریمی پور، یدالله (۱۳۸۱)، «تحلیل آماری از شهیدان جنگ»، فصلنامه تحقیقات جغرافیایی، س ۱۶، ش ۴ و س ۱۷، ش ۱، مشهد: پژوهشکده امیر کبیر.
- کوثری، مسعود (۱۳۶۸)، *تغییر نگرش و رادیو-تلویزیون، مجموعه مقالات و ففای اجتماعی و فرهنگی عمومی*، تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- کوهن، آرتور (۱۳۷۸)، *تغییر نگرش و تاثیر اجتماعی*، ترجمه علیرضا کلدی، تهران: انتشارات دانشگاه علوم بهزیستی و توان‌بخشی.
- کریمی، یوسف (۱۳۷۹)، *نگرش و تغییر نگرش*، تهران: مؤسسه نشر و ویرایش.
- \_\_\_\_\_ (۱۳۸۵)، *روانشناسی اجتماعی*، تهران: انتشارات ارسباران.
- مدنی، آزاده (۱۳۸۶)، «آسیب‌شناسی تربیت دینی»، فصلنامه کتاب نقد، ش ۴۲، تهران: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.

معدنی، سعید (۱۳۷۸)، «شهود»، فصلنامه علمی پژوهشی بنیاد شهید انقلاب اسلامی، پیش شماره، س ۱، دوره اول، ص ۲.  
 معلوف، لوئیس (۱۹۸۰)، *المنجد فی اللغة*، تهران: نشر سپاس.  
 نصرآبادی، بختیار؛ رفیعی، حسنعلی (۱۳۸۵)، بررسی میزان علاقه و آگاهی دانش‌آموزان نسبت به مفاهیم شهید، شهادت، ایثار، مجموعه مقالات علمی پژوهشی دفتر مطالعات و تحقیقات بنیاد شهید.

- Ajzen, I. and Fishbein, M. (1980), *Understanding Attitudes and Predicting Social behaviour*, Prentice- Hall, Englewood Cliffs, NJ.
- Esposito, John L. (1995), *The Oxford of the Modern Islamic Worlds*, Oxford University Press, V3.
- Mayers, D. G. (2005). *Social Psychology*. Boston: McGraw Company.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1997), *Consumer Behavior* (6th Ed), London: Practice Hall.
- Taylor, Sh. E. Peplau, L. A., & Sears, D. O. (2003), *Social Psychology* (11th Ed), New Jersey: Pearson Education, Upper Saddle River.

Archive of SID