

## بررسی ساختار ایدئولوژی انقلاب اسلامی در دهه اول انقلاب با تحلیل محتوای وصایای شهدای جنگ ایران و عراق

غلامرضا صدیق اورعی (استادیار جامعه‌شناسی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران، نویسنده مسئول)

sedoura@um.ac.ir

احمدرضا اصغرپور ماسوله (استادیار جامعه‌شناسی، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران)

asgharpour@um.ac.ir

### چکیده

انقلاب اسلامی ایران دارای ایدئولوژی بود که نیروهای اجتماعی را برای وقوع انقلاب و پس از آن، در جنگ تحمیلی برای حفاظت از کشور و انقلاب بسیج کرد. برای شناخت ساختار و عناصر ایدئولوژی انقلاب اسلامی، وصایای شهدای جنگ ایران و عراق منابعی منحصر به فرد هستند. در پژوهش حاضر، ششصد هزار کلمه مربوط به وصایا و آثار مکتوب ۱۵۰۰ شهید از میان همه وصایای شهدا، به روش نمونه‌گیری تصادفی نظام‌مند انتخاب شدند و با تکنیک تحلیل محتوا تحلیل شدند تا ساختار ایدئولوژی انقلاب اسلامی در دهه اول شناخته شود. یافته‌ها نشان دادند که محتوای وصایای شهدا به‌طور آشکار با هنجار اجتماعی وصیت‌نامه‌نویسی رایج در ایران متفاوت است و عمدتاً بیانیه‌های عقیدتی، اخلاقی، سیاسی هستند که خانواده و دوستان و سپس، همه مردم را مخاطب قرار می‌دهند. بررسی مضمون غالب در وصایا در سه بعد سیاسی، فرهنگی و اجتماعی نشان داد که ایدئولوژی انقلاب اسلامی در دهه اول، بر پایه سه عنصر خدامحوری، رهبری و اتحاد قرار دارد و رابطه‌ای عمودی میان این سه از کلی به اختصاصی برقرار است. تفسیر کنش‌های دیگران در چارچوب این سه اصل اساسی صورت می‌گیرد.

**کلیدواژه‌ها:** ایدئولوژی، انقلاب اسلامی، شهید، وصیت‌نامه، جنگ تحمیلی.

## ۱. مقدمه

انقلاب اسلامی ایران حاصل مبارزه طولانی ایرانیان در دو قرن اخیر است. این انقلاب از مراحل گوناگونی گذشت و تکامل یافت و در دهه‌های اخیر با رهبری امام خمینی (رحمه‌الله علیه) ادامه یافت. سرانجام در بهمن ۱۳۵۷ به حکومت پادشاهی در ایران پایان داد و نظام جمهوری اسلامی را بنیان گذاشت. مبارزه و انقلاب، بدون دریافت و تحلیل اوضاع گذشته، حال و آینده و ارزیابی خوبی‌ها و بدی‌ها و دوستان و دشمنان نمی‌تواند رخ دهد؛ به عبارت دیگر، هر مبارزه انقلابی دارای ایدئولوژی است که دانش و بینشی را از گذشته، حال و آینده در خود جای می‌دهد. انقلاب اسلامی ایران نیز چنین بوده است و انقلابیون دارای فهم معینی بودند. این بینش در مقابل بینشی بود که حکومت پهلوی آن را ترویج و تبلیغ می‌کرد.<sup>۱</sup> در دهه ۵۰، به‌ویژه سال‌های منتهی به پیروزی انقلاب اسلامی، تعداد بسیار زیادی از نوجوانان و جوانان به حاملان ایدئولوژی انقلاب اسلامی پیوستند و حضور جوانان در پیروزی انقلاب و بعد از آن چشمگیر بود (ملکوتیان، ۱۳۸۹). هنگامی که در نیمه سال ۱۳۵۹ حکومت بعثی عراق به ایران اسلامی حمله کرد، دانشگاه‌ها برای انقلاب فرهنگی تعطیل بودند و دانشجویان انقلابی و دانش‌آموختگان دبیرستان‌ها، درکنار افرادی از سایر قشرها به یاری سپاه و ارتش شتافتند. اینان جوانانی تحصیل کرده و درعین حال، حامل دانش و بینش انقلابی بودند. بیشتر نیروهای داوطلب در جبهه‌ها، اینان و نیز دانش‌آموزانی بودند که درحین تحصیل به جبهه می‌آمدند.

باورها و ارزش‌های دوران دفاع مقدس، باورها و ارزش‌هایی خاص بودند؛ به‌طوری‌که ارزش‌هایی چون از خودگذشتگی، ایثار، وحدت و همدلی و غیره در بین مردم به‌خصوص رزمندگان به‌اوج خود رسیده بود؛ به‌گونه‌ای که نسل امروز از آن اندیشه‌ها فاصله گرفته‌اند و شکافی بین جوانان امروز و دیروز احساس می‌شود. هرچه زمان می‌گذرد، این فاصله عمیق‌تر

۱. اکبری و بیگدلو (۱۳۹۰) ایدئولوژی حکومت در دهه‌های ۱۳۴۰ و ۱۳۵۰ شمسی را «پهلویسم» نامیده‌اند.

می‌شود؛ در نتیجه، شناساندن این اندیشه‌ها به نسل جوان دشوارتر خواهد شد. باورها و ارزش‌های شهدا جزئی از فرهنگ ملی محسوب می‌شوند؛ زیرا، در دوران جنگ هویت ملی رابطه نزدیکی با شهادت و جنگ داشته است (سازمند، ۱۳۸۴)؛ بنابراین، شناخت آن کمک بزرگی به شناخت گوشه‌ای از فرهنگ ایران خواهد کرد. تحلیل محتوای وصایا و آثار فرهنگی شهدا به برنامه‌ریزان فرهنگی کشور این امکان را می‌دهد که با شناخت باورها و ارزش‌هایی که شهدا مطرح کرده‌اند، اندیشه نسل دیروز را به نسل امروز انتقال دهند.

این وصایا با وصیت‌نامه‌های معمولی بیشتر مردم جامعه، متفاوت هستند. در وصیت‌نامه‌های معمولی، بدهکاری‌ها و گاهی بستانکاری‌های مالی و نیز تقاضای عفو از کوتاهی‌هایی که نسبت به هم‌نشینان شده است، مطرح می‌شوند. همچنین، ممکن است توصیه‌هایی در زمینه نحوه هزینه‌کردن یک‌سوم ثروت وصیت‌کننده یا قضای نماز و روزه، قرائت قرآن، ادای صدقات واجب و مستحب، محل دفن، نحوه برگزاری مراسم پس از فوت و مانند این‌ها بیان شوند، اما وصیت‌نامه‌های شهدا دارای فضای مسلط دینی-سیاسی هستند. در وصیت‌نامه‌های شهدا، علاوه بر اینکه ممکن است به موارد ذکر شده پرداخته شود، بخش اصلی صرف ارائه تصویری از باورها و تفسیرهایی می‌شود که شهید را واداشته‌اند تا جان خود را نثار کند. به همین دلیل، لحن نگارش وصیت‌نامه‌ها عموماً مانند بیانیه‌های دینی و سیاسی است. خواسته‌ها و توصیه‌های شهدا نیز اغلب و بیش از آنکه فردی باشند، جنبه جمعی و اجتماعی دارند.

با توجه به آنچه گفته شد، وصایای شهدا منابع دسته اولی هستند که می‌توانند تصویری شفاف را از ایدئولوژی انقلاب اسلامی در دهه اول تولد خود به دست دهند، چراکه، شهدا اغلب برجسته‌ترین معتقدان به این ایدئولوژی بودند و سعی کرده‌اند در قالب وصیت‌نامه و دیگر آثار فرهنگی خود آنچه را می‌اندیشند و برای آن جان نثار می‌کنند، به دیگران عرضه

کنند.<sup>۱</sup> با این توصیف، هدف از نگارش این مقاله بررسی ساختار ایدئولوژی انقلاب اسلامی در دهه اول، در آیین و صایای شهدا است.

## ۲. مبانی نظری تحقیق

### ۲.۱. ایدئولوژی و ساختار آن

ایدئولوژی، از مفاهیمی است که بیش از همه در مورد آن در علوم اجتماعی مناقشه وجود دارد؛ به عنوان مثال، ایگلتون<sup>۲</sup> (۱۹۹۱) حدود ۲۰ مورد تعریف رایج این مفهوم را برشمرده است. به همین دلیل، قبل از هر چیز باید روشن کنیم که منظور ما از این واژه چیست. به طور سنتی، ایدئولوژی مجموعه‌ای سخت و بسته از ایده‌های حاکم بر کنش‌های اجتماعی و سیاسی قلمداد می‌شود (مالسویچ<sup>۳</sup>، ۲۰۱۰)، اما این تعریف در بسیاری از موارد پذیرفته شده نیست. چراکه، مفاهیمی مانند ایدئولوژی، علاوه بر کاربرد در حوزه علوم اجتماعی، کاربرد وسیعی در حوزه سیاست دارند. به عنوان محقق جامعه‌شناسی نمی‌توانیم تعاریفی را که در کاربردهای عمومی برای این واژه منظور می‌شود، از نظر دور بداریم. در دهه ۱۹۷۰، برخی از عالمان علوم اجتماعی دوره ایدئولوژی‌ها را روبه‌پایان می‌دانستند (مانند بل<sup>۴</sup>، ۱۹۷۵، ص. ۴۳)، اما در زمانه ما دیگر چنین ادعایی کمتر مطرح می‌شود.

در سنت علوم اجتماعی، نوعاً کنشگرانی که بی‌چالش و پرسش به تبعیت و وفاداری به اصولی که در یک دکترین وجود دارد، می‌پردازند، ایدئولوژیک شناخته می‌شوند. نسخه جدیدتر این دیدگاه به اسلاوی ژیزک<sup>۵</sup> متعلق است که ویژگی اصلی ایدئولوژی را غفلت

۱. البته با مراجعه به دیگر محصولات فرهنگی دوران مورد نظر نیز می‌توان تصویری از ایدئولوژی غالب در آن زمان یافت؛ مانند اثر ضیایی و حسام (۱۳۸۹)، اما به نظر می‌رسد که صایای شهدا در بازنمایی ایدئولوژی انقلاب اسلامی ظرفیتی بی‌بدیل دارند. همچنین، صالح‌آبادی و صالح‌آبادی (۱۳۹۰) به بررسی نظری ایدئولوژی انقلاب اسلامی پرداخته‌اند.

2. Eagleton

3. Malsevic

4. Bell

5. Slavoy Zizek

می‌داند (کریمی، ۱۳۹۰). مثال‌هایی که برای چنین تعبیرهایی از ایدئولوژی ارائه می‌شوند، عموماً پیروان فرقه‌های مذهبی هستند. همان‌طور که ملاحظه می‌شود، در این تعریف، عنصر اساسی همان شدت در پیروی از نظامی از افکار و ایده‌ها است. مطالعات اخیر نشان داده‌اند که نه خود ایدئولوژی مجموعه‌ای صلب و بدون انعطاف است و نه افراد بدون هیچ‌گونه دخل و تصرف همه چیز را درست می‌پذیرند. علاوه بر این، دریافت‌های افراد مختلف از پیام‌های ایدئولوژیک به‌طور کامل یکسان نیست (بیلیگ<sup>۱</sup> و همکاران، ۱۹۸۸؛ بیلیگ، ۱۹۹۵، ۲۰۰۲)؛ حتی می‌توان در برداشت‌های مردم از پیام‌های ایدئولوژیک نیز تناقض‌هایی را یافت. نکته دیگر اینکه خود افراد زمانی که باور درونی به ایدئولوژی داشته باشند، غالباً آن را به‌عنوان پدیده‌ای بیرونی تلقی نمی‌کنند؛ بلکه ناظر بیرونی یا کسی که در قبول باورها تحمیل احساس می‌کند، فشار ایدئولوژیک را احساس می‌کند؛ البته باید توجه داشت که باورمندان به یک ایدئولوژی دارای احساس هویت مشترک قوی هستند.<sup>۲</sup> اغلب، بدین دلیل خود را در میان دیگرانی که چنین باورهایی ندارند، تعریف می‌کنند و به‌خاطر باورهای قدرتمندی که دارند، سعی می‌کنند از دیگر نظام‌های فکری متأثر نباشند. همان‌طور که بیلی و گایل<sup>۳</sup> (۲۰۰۸، ص. ۷) تأیید کرده‌اند، ایدئولوژی خود می‌تواند یکی از عوامل مؤثر در نوع توزیع قدرت در جامعه نیز باشد.

مایکل فریدن<sup>۴</sup> (۱۹۹۶، ۲۰۰۳) علاوه بر انعطاف‌پذیری ایدئولوژی‌ها، بر الزام شناختی باورها و اعمال تأکید می‌کند. در دیدگاه او، ایدئولوژی دنیای سیاسی و اجتماعی یک فرد را ترسیم می‌کند. واقعیت‌های اجتماعی و رویدادهای سیاسی هرگز خودشان حرف نمی‌زنند؛ بلکه همواره به فرایندی نیاز دارند که آن‌ها را تفسیر و رمزگشایی کند. کاربرد یک نقشه ایدئولوژیک خاص، همین است؛ یعنی به فهم و تفسیر واقعیت‌ها و رویدادها کمک می‌کند.

---

1. Billig

۲. برخی نیز مانند آلتوسر (۲۰۰۸، ص. ۴۱) ایدئولوژی را به روابط طبقاتی مربوط دانسته‌اند.

3. Bailey & Gayle

4. Freeden

اگر چنین ویژگی‌ای را برای ایدئولوژی بپذیریم، آن‌گاه، دیگر ایدئولوژی ویژگی گروه‌های خاصی نیست؛ بلکه از آنجایی که عموم مردم وقایع اطراف خود را تفسیر می‌کنند، خواه‌ناخواه تعریف از جهان اطراف خود دارند؛ به‌عنوان مثال، لوید وارنر، جامعه‌شناس آمریکایی در اوایل قرن بیستم، نبود قطعیت در مورد موقعیت اجتماعی را از ویژگی‌های مهم جامعه آمریکایی دانسته است که کنشگران براساس آن دست به تفسیر اطراف خود می‌زنند (لیپست، ۱۹۷۵، ص. ۵۴) با این تفسیر، مفهوم ایدئولوژی با نظام باورهای فرهنگی اشخاص برابر خواهد شد. این تعریف بسیار گسترده خواهد بود و در عمل کمک زیادی به شناخت ویژگی‌های مخصوص ایدئولوژی نمی‌کند. به‌رحال، نمی‌توانیم نفی کنیم که ایدئولوژی نوع خاصی از نظام باورهای اجتماعی است؛ البته به این شرط که میان ایدئولوژی و ایدئولوژی سیاسی تمایز قائل شویم (رجایی<sup>۲</sup>، ۱۹۷۵، ص. ۱). شاید ویژگی خاص ایدئولوژی‌ها، تأکید آن‌ها بر منافع جمعی و عواطف جمعی باشد (مالسویچ<sup>۳</sup>، ۲۰۰۲، ۲۰۰۶). ایدئولوژی‌ها برخی کنش‌های اجتماعی موجود یا ممکن را توجیه می‌کنند و برخی دیگر را به‌شدت نفی می‌کنند. ایدئولوژی‌ها سازمان‌یافته‌تر و دارای جهت‌گیری‌های مشخصی نسبت به باورهای اجتماعی هستند.

با توجه به نکاتی که در بالا بیان شد، چارچوب مفهومی ایدئولوژی در این پژوهش را توضیح می‌دهیم. به‌نظر نویسندگان این مقاله، در تعریف ایدئولوژی باید خصوصیات زیر را در نظر گرفت: اول آنکه، ایدئولوژی عبارت است از سیستمی متشکل از ایده‌ها و قضاوت‌های روشن، صریح و عموماً سازمان‌یافته که موقعیت یک گروه یا جامعه را توجیه، تفسیر و تشریح و اثبات می‌کند. این سیستم با الهام و تأثیرپذیری شدید از ارزش‌ها، جهت‌یابی معین و مشخصی را برای کنش اجتماعی آن گروه یا آن جامعه پیشنهاد می‌کند

---

1. Lipset

2. Rejai

3. Malsevic

(به عنوان مثال، آدامز<sup>۱</sup>، ۲۰۰۱، ص. ۳)؛ بنابراین، براساس تعریف ذکر شده، ایدئولوژی در درون فرهنگ به عنوان مجموعه‌ای کاملاً بهم پیوسته هماهنگ و سازمان یافته، از ادراکات و ارائه کننده نظرها محسوب می شود و در همین معنی است که می توان از آن به عنوان یک سیستم نام برد. علاوه بر این، این سیستم فکری به عنوان هدف، وظیفه تشریح یک وضعیت و موقعیت اجتماعی و همچنین، جهت دادن به کنش تاریخی را نیز بر عهده دارد و با توجه به این وظیفه، ایدئولوژی برای جامعه شناس پدیده‌ای راهبردی است که به او امکان می دهد تا درون یک حقیقت اجتماعی و تاریخی را درک کند. از طرف دیگر، با در نظر گرفتن طبیعت و جوهر ایدئولوژی آن را می توان ابزار کنش تاریخی محسوب کرد؛ به عبارت دیگر، ایدئولوژی توسط بازیگران اجتماع و کسانی که می کوشند بر جریان تاریخی جامعه خود اثرهایی بگذارند، تهیه می شود و اشاعه می یابد.

دوم آنکه، این سیستم ایده‌ها و قضاوت‌ها، به کسانی که در موقعیت معینی زندگی می کنند، این امکان را می دهد که موقعیت خود را بهتر تعریف، ادراک و نیز اثبات کنند. ایدئولوژی به آن‌ها می گوید که چرا و به وسیله چه کسی استثمار شده‌اند؟ و چرا عقب مانده هستند؟ چرا سفیدها خود را برتر می دانند؟ چرا کشوری به فقرا و خرابی می رود؟ چرا باید تغییراتی به وجود آیند؟ و از این قبیل چراهای دیگر؛ سوم آنکه، با توجه به اینکه ایدئولوژی سیستمی از ایده‌ها و قضاوت‌ها است، نباید آن را یک پدیده انتزاعی تلقی نمود؛ زیرا، در رابطه با منافع شخصی و جمعی افراد قرار می گیرد؛ یعنی منافع کسانی که می خواهند از پایگاه و موقعیت خود محافظت کنند یا کسانی که می خواهند موقعیت خود را بهتر کنند؛ به عبارت دیگر، ایدئولوژی با منافع در رابطه است و در نتیجه، با حالات روانی که اغلب فراگیر هستند؛ ولی به چشم نمی آیند نیز مرتبط است. این حالات روانی می توانند به دو دسته تقسیم شوند: الف- حالات اضطراب آمیز و نگران کننده که معمولاً در اثر تغییرات احتمالی و در نتیجه، ناامنی و تردید ناشی از این تغییرات به وجود می آیند. حالات اضطراب ممکن است

به صورت نوعی ترس شدید، ناگهانی و دلهره درآیند. این حالات معمولاً نوعی ایدئولوژی محافظه کارانه یا ارتجاعی به وجود می آورند؛ ب- حالاتی تهاجمی که به صورت پرخاش و با خشونت ظاهر می شوند که خود نتیجه و ثمره دوره ای طولانی از محرومیت فردی و اجتماعی هستند. این حالات تهاجمی برخلاف حالات اضطراب باعث به وجود آمدن نوعی ایدئولوژی اصلاح طلبانه یا انقلابی می شوند.

سوم آنکه، ایدئولوژی با ارائه کنشی جمعی که از یک طرف باعث به وجود آمدن نوعی تأمین و اطمینان در حالات اضطرابی خفیف می شود و از طرف دیگر، باعث فرونشاندن خشم و احساسات در حالات تهاجمی می شود، سعی در ارضای این حالات روانی دارد؛ بنابراین، ایدئولوژی به وجود آورنده پدیده ای جمعی به نام «ما» است. به این ترتیب که، مردم را به گردهم آیی در یک مجمع می خواند؛ یعنی جایی که افراد می توانند همدیگر را بشناسند و روحیه و احساسی قوی و استوار بیابند. در این حالت، «ما» می تواند یک طبقه اجتماعی، یک حزب سیاسی، یک ملت، یک نهضت اجتماعی یا غیره باشد. «ما»، در ایدئولوژی غالباً آنچنان ساده و مشخص شده است که افراد می توانند با آن یا آنچه ارائه می دهد، وحدت یابند و آن حالات اضطرابی و تهاجمی درونی را تحمل کنند.

چهارم آنکه، ایدئولوژی معمولاً بر ارزش هایی متکی است که در «ما» متبلور و متجلی است. در حقیقت، در «ما» وظیفه تجلی و تبلور ارزش ها را برعهده دارد. این ارزش ها به نوبه خود ممکن است ارزش های کهن، نه چندان کهن یا معاصر و بسیار نو باشند؛ البته این مطلب را نباید از خاطر دور داشت که ایدئولوژی، خود مکان اصلی پیدایی ارزش های جدید نیز محسوب می شود. این ارزش های نوین که غالباً منتشر هستند، ولی در حالت خفته به سر می برند، بالاخره در قالب یک طرح ایدئولوژیک توجیه شدنی ظاهر می شوند.

علاوه بر این، گاهی آنچه را که به نام ارزش های جدید می نامیم، همان ارزش های قدیمی و یا ارزش های موجودی هستند که ایدئولوژی در قالب جدیدی به تعریف دوباره آنها می پردازد و یا اینکه به آن ارزش ها مفهومی خاص می دهد؛ مفهومی که قبلاً هم به صورت



ضمنی وجود داشته است و یا مفهومی که براساس ارزش‌های قبلی در زمان متفاوت دیگری و با سیستم جدیدی از قضاوت و ایده‌های نوین به‌طور متفاوتی ترکیب می‌شود و با آن انطباق می‌یابد. ارزش‌ها سعی می‌کنند با علم همانندی داشته باشند، اما همین دخالت و نقش ارزش‌ها، ایدئولوژی را به‌طور کامل از علم جدا می‌کند. ایدئولوژی نیز هم قضاوت‌های ارزشی را در برمی‌گیرد و هم قضاوت‌های واقعی را؛ به‌عبارت‌دیگر، ایدئولوژی نه‌تنها درباره واقعیت قضاوت می‌کند، بلکه آن را نیز توصیف می‌کند و به‌بیان‌دیگر، درعین قضاوت، به شرح آن می‌پردازد. در هر ایدئولوژی، چند عنصر اساسی قابل تشخیص هستند:

۱. توجیه و تفسیر وضعیت و موقعیت گروه یا جامعه؛

۲. بیان آسیب‌ها و علل چگونگی آن‌ها؛

۳. جهت‌دادن به کنش تاریخی گروه یا جامعه (بیان راه تغییر).

### ۳. روش تحقیق

روش پژوهش حاضر، تحلیل محتواست. تحلیل محتوا با هدف بررسی نظام‌مند معانی موجود در متن (نئوندورف<sup>۱</sup>، ۲۰۰۲، ص. ۱۰) انجام شده است. تحلیل محتوا به شیوه کمی انجام شده است. مانند دیگر رویکردهای کمی، تحلیل محتوای کمی با انتقادهایی در علوم اجتماعی روبه‌رو است (کریپندورف<sup>۲</sup>، ۲۰۰۴، ص. ۱۱)، اما می‌تواند چشم‌انداز روشنی از فراوانی معنای و پیام‌های موجود در متن به‌دست دهد. تحلیل محتوا، محتوای آشکار در متن را به شکلی نظام‌مند و عینی بررسی می‌کند (برلسون<sup>۳</sup>، ۱۹۵۲، ص. ۱۸). در این پژوهش، متون موردبررسی، وصایا و آثار فرهنگی شهدای جنگ ایران و عراق بودند؛ به‌این‌صورت‌که اسناد مربوط به شهدا (وصیت‌نامه، دست‌نوشته، کتاب و غیره) تحلیل شدند و پیام‌های

---

1. Neuendorf  
2. Krippendorff  
3. Berelson

موجود در این آثار و همچنین، باورها، ارزش‌ها و هنجارهای مطرح شده از سوی آنان، استخراج شدند.

### ۳.۱. جامعه و نمونه آماری

در این پژوهش، جامعه آماری همه وصایا و آثار فرهنگی شهداست. حجم نمونه موردنظر در این پژوهش، ۲۰۰۰ صفحه سیصدکلمه‌ای است. با توجه به اینکه جامعه آماری همه وصایا و آثار فرهنگی شهداست و تحلیل محتوای همه آنها مقدور نیست، نمونه‌گیری شد. با توجه به آمار و اطلاعات موجود از شهدا و وصایا و آثار فرهنگی آنان، برای انتخاب نمونه موردنظر از روش نمونه‌گیری تصادفی سیستماتیک استفاده شد؛ بدین ترتیب که، با مراجعه به برنامه‌ای به نام لوح شاهد (موجود در بنیاد شهید انقلاب اسلامی) که در آن اطلاعات مربوط به نام و نام خانوادگی، سال شهادت، استان محل سکونت، داشتن یا نداشتن وصیت‌نامه و شماره پرونده هر شهید موجود بود، از بین حدود سی هزار شهیدی که دارای وصیت‌نامه بودند، حدود ۱۵۰۰ شهید با استفاده از نمونه‌گیری تصادفی سیستماتیک (با فاصله ۲۰)<sup>۱</sup> انتخاب شدند.

شایان ذکر است که برای شروع نمونه‌گیری، از بین اعداد ۱ تا ۲۰، عددی به‌طور تصادفی ساده انتخاب شد و اولین فرد نمونه تعیین گردید و افراد بعدی با فاصله ۲۰ نفر (از بین افرادی که دارای وصیت‌نامه بودند)، گزینش شدند. در مرحله بعد، با مراجعه به مرکز اسناد و

۱. دلیل انتخاب فاصله ۲۰ نفر برای نمونه‌گیری این بود که فرض بر این گرفته شد که هر شهید دارای حداقل دو صفحه اثر (یک صفحه وصیت‌نامه و یک صفحه اثر فرهنگی) است؛ بنابراین، برای انتخاب حجم نمونه موردنظر (۲۰۰۰ صفحه) حداقل باید ۱۰۰۰ شهید انتخاب شوند. همه شهدایی که دارای وصیت‌نامه بودند، لزوماً اثر فرهنگی نداشتند؛ بنابراین، با توجه به اینکه حجم وصیت‌نامه‌ها متفاوت بود (از چند سطر تا چند صفحه)، در مواردی ممکن بود نام یا شماره پرونده تکراری ثبت شده باشد، در مواردی مشاهده شد که گزارشی درباره زندگی شهید به‌جای وصیت‌نامه او قرار گرفته بود و نیز در مواردی مشخصات شهید معین نبود، ۱۵۰۰ شهید برای انتخاب نمونه از لوح شاهد در نظر گرفته شدند؛ بر همین مبنا، افراد با فاصله ۲۰ نفر از یکدیگر انتخاب شدند. (فهرست ارسالی کارفرما که به این مرحله مربوط است، در ضمیمه اول ارائه شده است.)  $30,000 \div 1500 = 20$



۶- گزاره‌بندی متون: در این مرحله، محتوای وصایا گزاره‌بندی شد؛ بدین ترتیب که هر گزاره باید حداقل حاوی یک مضمون باشد که به مقوله تبدیل شود. در این بین، برخی عبارات یا گزاره‌ها دارای چندین مضمون بودند که براساس تعداد مضامین، عبارت (گزاره) تکرار شده است؛

۷- کدگذاری نهایی عبارات: پس از گزاره‌بندی متن وصایا و آثار فرهنگی و قراردادن آن‌ها در جدول کار، در اولین ستون (پس از ستون عبارت)، کد مقوله جزئی مربوط به هر عبارت وارد شد؛

۸- دسته‌بندی عبارات براساس مقوله جزئی: در این مرحله، پس از کدگذاری ستون «مقوله جزئی»، مطالب مربوط به کل شهدا براساس این ستون دسته‌بندی و مرتب شدند؛ به گونه‌ای که گزاره‌هایی که دارای کد مشترک (مقوله جزئی مشترک) بودند، در کنار هم قرار گرفتند.

#### ۴. یافته‌های تحقیق

##### ۴.۱. مضمون‌های غالب در وصایا و آثار فرهنگی شهدا

##### ۴.۲. مضمون‌های غالب در امور سیاسی

از میان کل ۳۵۳۶۲ مورد واحد ثبت‌شده، بیشترین فراوانی مطالب با ۶۶/۵۵ درصد (۱۶۴۲۷ مورد) به امور سیاسی اختصاص دارد. پس از آن، امور فرهنگی ۳۹/۶۰ درصد (۱۴۰۰۷ مورد) از کل مطالب را در برمی‌گیرند و امور اجتماعی با ۱۳/۸۳ درصد (۴۸۹۴ مورد) در مرتبه سوم قرار دارند. مقوله‌های کلی و جزئی «امور سیاسی»، به شرح جدول (۱) هستند.

ملاحظه می‌شود که اصلی‌ترین مضامین سیاسی تکرار شده در آثار شهدا، به شهادت و رهبری مربوط هستند. انقلاب مبارزه، جبهه و جنگ در رتبه‌های بعدی قرار دارند. بقیه مقوله‌ها هرکدام کمتر از ۵ درصد از کل را به خود اختصاص داده‌اند و به همین دلیل، همگی

ذیل عنوان «سایر» در جدول قرار گرفته‌اند. عنصر اساسی در رفتار سیاسی در نگاه شهدا، فداکاری و جان‌نثاری و آمادگی خدمت به رهبری است. رهبری و ولایت جزو جدایی‌ناپذیر ایدئولوژی سیاسی انقلاب است. شهید، کسی است که نه تنها از بدقابالی جان خود را از دست نداده است، بلکه با افتخار جان‌نثار کرده و شادمان است که چنین توفیقی نصیب او شده است. دیگران نیز باید این را بدانند و به‌همین دلیل، مانند دیگر درگذشتگان نباید برای او سوگ و زاری سردهند؛ بنابراین، شهادت عملی نیت‌مندانه و پیروزمندانه است. نکته دوم، رهبری است. رهبر، عنصر اصلی ساختار سیاسی انقلاب از نگاه شهداست. باید از رهبری اطاعت کرد و او را یاری داد تا آنچه را که اسلام خواسته است، اجرا کند. رهبری و ولایت فقیه است که می‌تواند انقلاب را به پیش ببرد.

جدول ۱. زیرمقوله‌های مضامین سیاسی در وصایای شهدا

ردیف	مقوله‌های کلی	ریمقوله‌ها	فراوانی	درصد از امور سیاسی	درصد از کل
۱	شهید و شهادت		۶۹۸۰	۴۲/۳۵	۱۹/۷۳
		درخواست‌های شخصی شهید	۱۰۸۶	۶/۵۹	۳/۰۷
		توصیف شهدا	۴۶۰	۲/۲۷	۱/۳
		توصیف شهادت	۴۰۴	۲/۴۵	۱/۱۴
		گریه‌نکردن برای شهید	۴۰۲	۲/۴۴	۱/۱۴
		شوق شهادت	۳۹۴	۲/۳۹	۱/۱۱
		ادامه راه شهید	۳۹۱	۲/۳۷	۱/۱۱
		پرهیز از ناراحت‌بودن برای شهید	۳۷۶	۲/۲۸	۱/۰۶
		سایر (۲۶ مورد)	۳۴۶۷	۲۱/۰۴	۹/۸
				۳۴۰۷	۲۰/۶۷
۲	ولایت و رهبری	توصیف ولایت فقیه	۵۷۰	۳/۴۶	۱/۶۱
		تجلیل از رهبری	۵۴۳	۳/۲۹	۱/۵۳
		احترام به رهبری	۴۰۷	۲/۴۷	۱/۱۵
		حمایت از ولایت فقیه	۳۸۵	۲/۳۴	۱/۰۹

ادامه جدول ۱

ردیف	مقوله‌های کلی	ریز مقوله‌ها	فراوانی	درصد از امور سیاسی	درصد از کل
		اعتقاد به ولایت فقیه	۳۰۲	۱/۸۳	۰/۸۵
		اطاعت از رهبری	۲۹۱	۱/۷۷	۰/۸۲
		پیروی از ولایت فقیه	۲۴۷	۱/۵	۰/۷
		سایر (۵ مورد)	۶۶۲	۴/۰۲	۱/۸۷
۳	انقلاب		۱۳۲۶	۸/۰۵	۳/۷۵
۴	مبارزه		۱۲۱۲	۷/۳۵	۳/۴۳
۵	جبهه		۹۱۴	۵/۷۶	۲/۶۸
۶	جنگ		۹۳۴	۵/۶۷	۲/۶۴
۷	سایر (شامل ۵ زیرمقوله)		۶۵۴	۱۰/۰۴	۴/۷۳
	جمع		۱۶۴۲۷	۱۰۰	۴۶/۵۸

#### ۳.۴. مضمون‌های غالب در امور فرهنگی

در رابطه با امور فرهنگی، شهدا، در مجموع ۱۴۰۰۷ بار نکاتی را مطرح کرده‌اند که ۳۹/۶ درصد از کل مطالب را در برمی‌گیرد. مقوله‌های کلی و جزئی این محور به شرح جدول (۲) است که عبارت‌اند از: خدامحوری، امامت، امور عبادات، اسلام، خودسازی، صبر و استقامت، معاد، تبلیغ و دنیا. در مورد خدامحوری، ۵۵۱۵ مورد مطلب آمده است که در مجموع، شامل ۳۹/۴ درصد از امور فرهنگی و شامل ۱۵/۶ درصد از کل مطالب می‌شود. مهم‌ترین مقوله‌ها در این زمینه عبارت‌اند از: ذکر آیه و حدیث، ذکر صفات خدا، جهاد در راه خدا - تجارت با خدا و بقیه مقوله‌ها شامل ۲۶ مقوله دیگر می‌شوند. در موضوع دنیا، ۲۳۴ مورد مطلب آمده است که در مجموع، شامل ۱/۷ درصد از امور فرهنگی و شامل ۰/۷ درصد از کل مطالب می‌شود. دسته توصیف منفی دنیا شامل ۷۵/۲۱ درصد و دسته توصیف مثبت دنیا شامل ۱۴/۵۳ درصد از مطالب می‌شوند.

جدول ۲. زیرمقوله‌های مضامین فرهنگی در وصایای شهدا

ردیف	مقوله‌های کلی	ریز مقوله‌ها	فراوانی	درصد از امور فرهنگی	درصد از کل
۱	خدایم‌محوری	ذکر آیه و حدیث	۷۲۲	۵/۱۵	۲/۰۴
		ذکر صفات خدا	۴۳۱	۳/۰۸	۱/۲۲
		جهاد در راه خدا - تجارت با خدا	۲۹۰	۲/۰۷	۰/۸۲
		اقرار به عقاید	۲۷۹	۱/۹۹	۰/۷۹
		طلب بخشش از خدا - عذرخواهی از تقصیر و قصور	۲۷۹	۱/۹۹	۰/۷۹
		سایر (۲۳ مقوله)	۳۵۱۴	۲۵/۱	۹/۹۳
۲	امامت		۲۵۲۰	۱۷/۹۹	۷/۱۲
۳	امور و عبادات		۲۰۷۷	۱۴/۸۳	۵/۸۷
۴	اسلام		۱۵۳۵	۱۰/۹۶	۴/۳۴
۵	خودسازی		۷۳۹	۵/۲۸	۲/۰۹
۶	صبر و استقامت		۶۷۱	۴/۷۹	۱/۹
۷	معاد		۴۰۹	۲/۹۲	۱/۱۶
۸	تبلیغ		۳۰۵	۲/۱۸	۰/۸۶
۹	دنیا		۲۳۴	۱/۶۷	۰/۶۶
		جمع	۱۴۰۰۷	۱۰۰	۳۹/۵۹

## ۴. مضمون غالب در امور اجتماعی

در زمینه امور اجتماعی، شهدا، در مجموع ۴۸۹۴ بار نکاتی را مطرح کرده‌اند که ۱۳/۸ درصد از کل مطالب را در برمی‌گیرد. مقوله‌های کلی عبارت‌اند از: خانواده (۷۱/۶۴ درصد)، اتحاد و انسجام (۳/۷۴ درصد)، زنان (۳/۱۵ درصد)، تواضع (۳/۱۳ درصد)، هوشیاری (۲/۶ درصد)، احساس مسئولیت (۲/۳۵ درصد) و مستضعفان و محرومان (۲/۲۷ درصد). ۱۸ مقوله دیگر، هر کدام کمتر از دو درصد را تشکیل داده‌اند. در موضوع خانواده، ۳۵۰۶ مورد مطلب

آمده است که در مجموع، شامل ۷۱/۷۳ درصد از امور اجتماعی و شامل ۹/۹۱ درصد از کل مطالب می شود. مقوله های زیرمجموعه خانواده عبارت اند از: والدین (۵۵/۰۵ درصد)، خواهر و برادر (۱۸/۷۴ درصد)، خویشاوندان و اطرافیان (۱۵/۵۷ درصد)، همسر (۸/۱ درصد) و فرزند (۲/۵۴ درصد).

جدول ۳. زیرمقوله های مضامین اجتماعی در وصایای شهدا

ردیف	مقوله های کلی	زیرمقوله ها	فراوانی	درصد از امور اجتماعی	درصد از کل
۱	خانواده		۳۵۰۶	۷۱/۷۳	۹/۹۱
		والدین	۱۹۳۰	۳۹/۴۸	۵/۴۵
		خواهر و برادر	۶۵۷	۱۳/۴۴	۱/۸۶
		خویشاوندان و اطرافیان	۵۴۶	۱۱/۱۷	۱/۵۴
		همسر	۲۸۴	۵/۸۱	۰/۸
		فرزند	۸۹	۱/۸۲	۰/۲۵
۲	اتحاد و انسجام		۱۸۳	۳/۷۴	۰/۵۲
۳	زنان		۱۵۴	۳/۱۵	۰/۴۴
۴	تواضع		۱۵۳	۳/۱۳	۰/۴۳
۵	سایر ۲۱ مقوله		۸۹۲	۱۸/۲۵	۲/۵۳
	جمع		۴۸۸۸	۱۰۰	۱۳/۸۳

#### ۴.۵. ترغیب ها

از مجموع وصایا و آثار فرهنگی مورد بررسی، شهدا ۶۴۲۱ مورد ترغیب مطرح کرده اند. بیشترین ترغیب مطرح شده با ۴۷/۱۷ درصد، به امور فرهنگی اختصاص دارد. پس از آن، امور سیاسی با ۴۲/۰۸ درصد و امور اجتماعی با ۱۰/۷۵ درصد در مرتبه های بعدی قرار دارند.



در زمینه امور فرهنگی، شهدا، در مجموع ۳۰۲۹ جمله ترغیبی را مطرح کرده‌اند. مقوله‌های زیرمجموعه این دسته عبارت‌اند از: خدامحوری (۲۳/۴۱ درصد)، عبادات (۲۰/۸۶ درصد)، امامت (۱۶/۶۴ درصد)، اسلام (۱۴/۱۶ درصد)، صبر و استقامت (۱۰/۱۴ درصد)، خودسازی (۶/۳۷ درصد)، تبلیغ (۴/۵۹ درصد)، معاد (۲/۳۴ درصد) و دنیا (۲/۴۹ درصد). در زمینه امور سیاسی، شهدا، در مجموع ۲۷۰۲ جمله ترغیبی را مطرح کرده‌اند. مهم‌ترین زیرمقوله‌ها در این زمینه عبارت‌اند از: شهید و شهادت (۳۵/۹۷ درصد)، ولایت و رهبری (۲۶/۷۶ درصد)، انقلاب (۱۲/۲۵ درصد)، مبارزه (۹/۴ درصد)، جبهه (۵/۰۷ درصد)، جنگ (۴/۵۹ درصد)، روحانیت (۴/۱۱ درصد)، نیروهای مسلح (۱/۵۲ درصد)، استقرار حکومت الهی (۰/۱۵ درصد)، مسائل نظامی (۰/۰۷ درصد) و امت اسلام (۰/۱۱ درصد). در زمینه امور اجتماعی، شهدا، در مجموع ۶۹۰ جمله ترغیبی را مطرح کرده‌اند. مهم‌ترین زیرمقوله‌ها در این زمینه عبارت‌اند از: خانواده (۲۳/۹۱ درصد)، اتحاد و انسجام (۱۸/۴۱ درصد)، زنان (۱۵/۹۴ درصد)، هوشیاری (۹/۱۳ درصد)، سوادآموزی (۷/۱ درصد)، مستضعفان و محرومان (۶/۵۲ درصد)، احساس مسئولیت (۶/۵۲ درصد)، خدمت به جامعه (۳/۹۱ درصد) و جوانان (۲/۹ درصد). بقیه ۹ مقوله، هر کدام کمتر از ۲ درصد را به خود اختصاص داده‌اند.

جدول ۴. شرح ترغیب‌های صورت گرفته از سوی شهدا

مقوله	ردیف	ریز مقوله‌ها	فراوانی	درصد از مقوله	درصد از کل
فرهنگی	۱	خدامحوری	۷۰۹	۲۳/۴۱	۱۱/۰۴
	۲	عبادات	۶۳۲	۲۰/۸۶	۹/۸۴
	۳	امامت	۵۰۴	۱۶/۶۴	۷/۸۵
	۴	اسلام	۴۲۹	۱۴/۱۶	۶/۶۸
	۵	صبر و استقامت	۳۰۷	۱۰/۱۴	۴/۷۸
			سایر (۴ مورد)	۴۴۸	۱۴/۷۹
		جمع	۳۰۲۹	۱۰۰	۴۷/۱۷

ادامه جدول ۴

مقوله	ردیف	ریز مقوله‌ها	فراوانی	درصد از مقوله	درصد از کل	
سیاسی	۱	شهید و شهادت	۹۷۲	۳۵/۹۷	۱۵/۱۴	
	۲	ولایت و رهبری	۷۲۳	۲۶/۷۶	۱۱/۲۶	
	۳	انقلاب	۳۳۱	۱۲/۲۵	۵/۱۵	
	۴	مبارزه	۲۵۴	۹/۴	۳/۹۶	
	۵	جبهه	۱۳۷	۵/۰۷	۲/۱۳	
			سایر (۶ مورد)	۲۸۵	۱۰/۵۵	۴/۴۴
		جمع	۲۷۰۲	۱۰۰	۴۲/۰۸	
اجتماعی	۱	خانواده	۱۶۵	۲۳/۹۱	۲/۵۷	
	۲	اتحاد و انسجام	۱۲۷	۱۸/۴۱	۱/۹۸	
	۳	زنان	۱۱۰	۱۵/۹۴	۱/۷۱	
	۴	هوشیاری	۶۳	۹/۱۳	۰/۹۸	
	۵	سوادآموزی	۴۹	۷/۱	۰/۷۶	
	۶	مستضعفان و محرومان	۴۵	۶/۵۲	۰/۷	
	۷	احساس مسئولیت	۴۵	۶/۵۲	۰/۷	
			سایر (۱۱ مقوله)	۸۶	۱۲/۴۴	۱/۳۴
			جمع	۶۹۰	۱۰۰	۱۰/۷۵

## ۶.۴. تحذیرها

از مجموع وصایا و آثار فرهنگی موردبررسی، شهدا ۱۶۵۵ جمله تحذیری را مطرح کرده‌اند. بیشترین تحذیر مطرح شده با ۶۶/۶ درصد، به تحذیر از امور سیاسی اختصاص دارد. پس از آن، تحذیر از امور فرهنگی با ۲۸/۳۲ درصد و تحذیر از امور اجتماعی با ۶/۴۷ درصد، در مراتب بعدی قرار دارند. زیرمقوله‌های این دسته عبارت‌اند از: شهید و شهادت (۶۱/۳۲ درصد)، ولایت و رهبری (۲۰/۴۱ درصد)، انقلاب (۵/۱ درصد)، جبهه (۴/۴۵ درصد)، مبارزه (۳/۸ درصد)، جنگ (۲/۱۳ درصد)، روحانیت (۲/۲۳ درصد)، مسائل نظامی

(۰/۴۶ درصد) و نیروهای مسلح (۰/۰۹ درصد). در زمینه امور فرهنگی، شهدا، در مجموع ۴۶۸ مورد جمله تحذیری را مطرح کرده‌اند. زیرمقوله‌های این دسته عبارت‌اند از: صبر و استقامت (۲۳/۲۹ درصد)، عبادات (۱۹/۸۷ درصد)، خدامحوری (۱۶/۸۸ درصد)، خودسازی (۱۶/۶۷ درصد)، اسلام (۱۰/۶۸ درصد)، دنیا (۶/۲ درصد)، معاد (۳/۴۲ درصد) و تبلیغ (۲/۹۹ درصد).

در زمینه امور اجتماعی، شهدا، در مجموع ۱۰۴ مورد جمله تحذیری را مطرح کرده‌اند که ۶/۳ درصد از کل تحذیرها را در برمی‌گیرد. زیرمقوله‌های این دسته عبارت‌اند از: خانواده (۱۹/۲۳ درصد)، اتحاد و انسجام (۱۹/۲۳ درصد)، احساس مسئولیت (۱۶/۳۵ درصد)، هوشیاری (۱۲/۵ درصد)، سوادآموزی (۶/۷۳ درصد)، زنان (۵/۷۷ درصد)، جوانان (۳/۸۵ درصد)، ادای دین (۲/۸۸ درصد)، هم‌نشینی با افراد شایسته (۲/۸۸ درصد) و پرهیز از اتلاف وقت (۲/۸۸ درصد). بقیه مقوله‌ها، هر کدام کمتر از دو درصد را به خود اختصاص داده‌اند که شامل شش مقوله می‌شود.

جدول ۵. شرح حوزه معنایی تحذیرهای صورت گرفته از سوی شهدا

مقوله	ردیف	ریز مقوله‌ها	فراوانی	درصد از مقوله	درصد از کل
سیاسی	۱	شهادت و شهادت	۶۶۱	۶۱/۳۲	۴۰/۱
	۲	ولایت و رهبری	۲۲۰	۲۰/۴۱	۱۳/۳
	۳	انقلاب	۵۵	۵/۱	۳/۳
	۴	سایر (۶ مورد)	۱۴۰	۱۳/۱۶	۸/۷
جمع					
فرهنگی	۱	صبر و استقامت	۱۰۹	۲۳/۲۹	۶/۶
	۲	عبادات	۹۳	۱۹/۸۷	۵/۶
	۳	خدامحوری	۷۹	۱۶/۸۸	۴/۸
	۴	خودسازی	۷۸	۱۶/۶۷	۴/۷
	۵	اسلام	۵۰	۱۰/۶۸	۳

ادامه جدول ۵

مقوله	ردیف	ریز مقوله‌ها	فراوانی	درصد از مقوله	درصد از کل
	۶	دنیا	۲۹	۶/۲	۱/۸
		سایر (۲ مورد)	۳۰	۶/۴۱	۱/۸
جمع			۴۶۸	۱۰۰	۲۸/۴
اجتماعی	۱	خانواده	۲۰	۱۹/۲۳	۱/۲
	۲	اتحاد و انسجام	۲۰	۱۹/۲۳	۱/۲
	۳	احساس مسئولیت	۱۷	۱۶/۳۵	۱
	۴	هوشیاری	۱۳	۱۲/۵	۰/۸
	۵	سوادآموزی	۷	۶/۷۳	۰/۴
	۶	زنان	۶	۵/۷۷	۰/۴
	۷	سایر (۱۰ مورد)	۲۱	۲۰/۱۷	۱/۴
جمع			۱۰۴	۱۰۰	۶/۳

#### ۴.۷. تصویر جبهه و جنگ

از مجموع وصایا و آثار فرهنگی مورد بررسی، شهدا ۳۳۱۹ مورد تصویر جبهه و جنگ را مطرح کرده‌اند. بیشترین تصویر مطرح شده با ۵۳/۹۳ درصد، به تصویر دفاعی و مدافعانه اختصاص دارد. پس از آن، تصویر حق طلبانه در یک نگاه تاریخی با ۲۶/۰۹ درصد، تصویر سلوک عرفانی با ۱۲/۱۷ درصد و تصویر عبادی با ۷/۸ درصد در مرتبه‌های بعدی قرار دارند. در مورد تصویر دفاعی و مدافعانه از جبهه و جنگ، شهدا، در مجموع ۱۷۹۰ جمله را مطرح کرده‌اند که ۵۳/۹۳ درصد از کل تصویرها را در برمی‌گیرد. زیرمقوله‌های این دسته عبارت‌اند از: دفاع در مقابل دشمن (۲۵/۳۱ درصد)، دفاع از اسلام (۱۳/۶۹ درصد)، کربلا (۱۲/۸۵ درصد)، دفاع از رهبر (۱۰/۸۴ درصد)، حماسی بودن (۹/۳۳ درصد)، ادامه راه شهید (۳/۹۷ درصد)، دفاع از دین (۳/۸۵ درصد)، رسیدن به پیروزی (۳/۵۸ درصد)، جنگ تحمیلی (۳/۱۸ درصد)، دفاع از خون شهدا (۲/۶۸ درصد) و دفاع از قرآن (۲/۲۳ درصد). بقیه زیرمقوله‌ها که ۱۲ مورد بودند، هرکدام کمتر از ۲ درصد را به خود اختصاص داده بودند.

درزمینه تصویر حق طلبانه در یک نگاه تاریخی از جبهه و جنگ، زیرمقوله‌های اصلی عبارت هستند از: ادامه راه انبیا (۳۲/۲۲ درصد)، مبارزه حق علیه باطل (۲۷/۳۷ درصد)، مبارزه اسلام و کفر (۱۹/۴ درصد)، جنگ در راه خدا (۷/۸۵ درصد)، استقرار حکومت الهی (۵/۸۹ درصد) و مبارزه با ظلم (۵/۶۶ درصد). بقیه زیرمقوله‌ها در این زمینه، هرکدام کمتر از یک درصد را به خود اختصاص داده بودند که شامل پنج مقوله می‌شدند. در این زمینه، شهدا، در مجموع ۸۶۶ جمله را مطرح کرده‌اند. درزمینه تصویر سلوک عرفانی از جبهه و جنگ، شهدا، در مجموع ۴۰۴ جمله را مطرح کرده‌اند. مهم‌ترین زیرمقوله‌ها در این زمینه عبارت‌اند از: عشق‌بازی با خداوند (۲۳/۵۱ درصد)، کشته‌شدن در راه خدا (۱۴/۱۱ درصد)، آزمایش الهی (۱۳/۸۶ درصد)، قرب خداوند (۱۳/۱۲ درصد)، خودسازی (۱۰/۱۵ درصد)، تجارت با خدا (۹/۴۱ درصد) و راه تکامل (۶/۱۹ درصد). بقیه زیرمقوله‌ها که شش عدد بودند، هرکدام کمتر از ۳ درصد از جملات را به خود اختصاص داده‌اند. درزمینه تصویر عبادی از جبهه و جنگ، شهدا، در مجموع ۲۵۹ جمله را مطرح کرده‌اند.

جدول ۶. تصویر ویژگی‌های جبهه و جنگ در وصایای شهدا

مقوله	ردیف	ریز مقوله‌ها	فراوانی	درصد از مقوله	درصد از کل
تصویر دفاعی و مدافعانه	۱	دفاع درمقابل دشمن	۴۵۳	۲۵/۳۱	۱۳/۶۵
	۲	دفاع از اسلام	۲۴۵	۱۳/۶۹	۷/۳۸
	۳	کربلا	۲۳۰	۱۲/۸۵	۶/۹۳
	۴	دفاع از رهبر	۱۹۴	۱۰/۸۴	۵/۸۵
	۵	حماسی بودن	۱۶۷	۹/۳۳	۵/۰۳
			سایر (۱۸ مقوله)	۵۳۳	۲۹/۷۹
جمع					
تصویر حق طلبانه در یک نگاه تاریخی	۱	ادامه راه انبیا	۲۷۹	۳۲/۲۲	۸/۴۱
	۲	مبارزه حق علیه باطل	۲۳۷	۲۷/۳۷	۷/۱۴
	۳	مبارزه اسلام و کفر	۱۶۸	۱۹/۴	۵/۰۶

ادامه جدول ۶

مقوله	ردیف	ریز مقوله‌ها	فراوانی	درصد از مقوله	درصد از کل
	۴	جنگ در راه خدا	۶۸	۷/۸۵	۲/۰۵
	۵	استقرار حکومت لاهی	۵۱	۵/۸۹	۱/۵۴
	۶	مبارزه با ظلم	۴۹	۵/۶۶	۱/۴۸
		سایر (۵ مقوله)	۱۴	۱/۶۱	۰/۴۲
جمع			۸۶۶	۱۰۰	۲۶/۰۹
تصویر سبب و سلوک عرفانی	۱	عشق‌بازی با خداوند	۹۵	۲۳/۵۱	۲/۸۶
	۲	کشته‌شدن در راه خدا	۵۷	۱۴/۱۱	۱/۷۲
	۳	آزمایش الهی	۵۶	۱۳/۸۶	۱/۶۹
	۴	قرب به خداوند	۵۳	۱۳/۱۲	۱/۶
	۵	خودسازی	۴۱	۱۰/۱۵	۱/۲۴
	۶	تجارت با خدا	۳۸	۹/۴۱	۱/۱۴
	۷	راه تکامل	۲۵	۶/۱۹	۰/۷۵
جمع			۳۹	۹/۶۶	۱/۱۷
تصویر عبادی	۱	انجام وظیفه	۸۵	۳۲/۸۲	۲/۵۶
	۲	احساس مسئولیت	۷۸	۳۰/۱۲	۲/۳۵
	۳	واجب است	۲۰	۷/۷۲	۰/۶
	۴	ادای دین	۲۰	۷/۷۲	۰/۶
	۵	مسئولیت داشتن در برابر خدا	۱۹	۷/۳۴	۰/۵۷
		سایر (۴ مقوله)	۳۷	۱۴/۲۸	۱/۱۱
جمع			۲۵۹	۱۰۰	۷/۸

## ۵. نتیجه‌گیری

انقلاب که گسترده‌ترین و سریع‌ترین نوع تغییر اجتماعی به‌شمار می‌رود، بدون حمایت ایدئولوژی امکان‌پذیر نیست. ایدئولوژی‌ها زمان و مکان را تفسیر می‌کنند و نیروها را بسیج

می‌کنند و به آن‌ها انگیزه می‌دهند. از آنجایی که در انقلاب نیروی اجتماعی بزرگی در مدت زمانی کوتاه ساختارهای گوناگون اجتماعی را متحول می‌کند، هزینه‌های اجتماعی بسیاری را می‌طلبد. انقلاب اسلامی ایران، ساختار اجتماعی و سیاسی و فرهنگی را به کلی دگرگون کرد و نگاه متفاوتی را عرضه کرد.

انقلاب اسلامی در ایران محصول تفسیری اسلامی و ادراکی منحصر به فرد از اوضاع اجتماعی است. این تفسیر در زمان خود نوآورانه بود و در جهت مخالف ارزش‌هایی حرکت می‌کرد که حکومت وقت مبلغ آن‌ها بود. مجموعه ایده، باورها و توصیه‌هایی را که در انقلاب اسلامی نمود یافتند و رهبران انقلاب مبلغ آن‌ها بودند، ایدئولوژی انقلاب می‌دانیم. این ایدئولوژی در آثار پیروان پیشرو انقلاب متجلی بوده است.

وزن و ترکیب این ارزش‌ها، در طول زمان به دلایل گوناگون از جمله شرایط و نیازهای داخلی و خارجی می‌تواند تغییر کند، اما برای دستیابی به تصویری که انقلابیون و حافظان انقلاب در اولین سال‌های پیروزی انقلاب از جامعه و خود داشتند، باید به همان دیدگاه‌ها مراجعه کرد.

با وقوع جنگ تحمیلی در اولین سال‌های انقلاب، غالب حافظان و پیروان انقلاب در جبهه‌های جنگ متمرکز شدند. از آنجایی که هزینه محافظت از انقلاب و دستاوردهای آن در میدان جنگ برابر با نثار جسم و جان است، می‌توان تا حد زیادی مطمئن بود که اینان بیش از دیگران ایده‌های انقلاب اسلامی را درونی کرده‌اند. بخش از رزمندگان که به شهادت رسیدند، وصایا و آثاری فرهنگی از خود به جا گذاشته‌اند که می‌تواند تصویری واقع‌نگر از ایده‌های رفتاری و فکری آن دوران به دست دهد.

وصایای شهدا، متفاوت با وصایای مردم عادی، اغلب شکلی بیانیه‌گونه دارند و گویا برای خواندن عموم و نه تنها اعضای خانواده و خویشان نگاشته شده‌اند. وصایای شهدا نمایشگر ذهنیت و عواطف شهدا در آخرین ماه‌ها و روزهای زندگی آنان هستند. آن‌ها در وصایای خود نگرش خود به جامعه و مسیری را که باید طی کند، بیان کرده‌اند تا نشان دهند بذل

جان توسط آنان در کدام چارچوب فکری معنی می‌یابد. شهدا، آشکارا و با تأکید از مخاطبان خود می‌خواهند که از عمل شهید تفسیری معنوی و دینی داشته باشند و در زندگی اجتماعی و سیاسی، خود را به این بینش پایبند و متعهد کنند.

نتایج تحلیل محتوای وصایای و آثار فرهنگی شهدا جنگ تحمیلی عراق علیه ایران نشان داد که تصویری که شهدا از جنگ ارائه می‌دهند، نبرد حق و باطل است که اقدام خود را برحق و حداقل، مدافعانه می‌شمارند و حداکثر، اقدامی عارفانه و عاشقانه. شهدا، در حوزه سیاسی شهادت و ولایت را مقوله‌های اصلی و در حوزه فرهنگی، خدامحوری و امامت را مقوله‌های اصلی شمرده‌اند. در حوزه مسائل اجتماعی، آنان بیش‌ازهمه به خانواده و اتحاد و انسجام پرداخته‌اند. با توجه به این یافته، ایدئولوژی انقلاب اسلامی، در دهه اول انقلاب ترکیبی نسبتاً برابر از ابعاد از سیاسی، فرهنگی و اجتماعی بوده است که البته وزن امور سیاسی در آن سنگین‌تر بوده است. شهدا، به‌عنوان بخشی از نیروی‌های نظامی خود را از مسائل سیاسی جدا ندانسته‌اند و بیش‌ازهمه بر ولایت و رهبری تأکید کرده‌اند. در واقع، در این دوران، در حوزه سیاسی، رهبری و پیروی از رهبر از اساسی‌ترین محورها بوده است. در حوزه فرهنگی، ایدئولوژی انقلاب اسلامی بر محور الهی‌نگریستن به امور و تأکید بر امامت بوده است. این دیدگاه متناسب با ابعاد سیاسی ایدئولوژی انقلاب اسلامی است. در بعد اجتماعی، خانواده در محور قرار دارد؛ زیرا، باید نسل جدید ادامه‌دهندگان راه انقلاب را اجتماعی کنند. اتحاد و انسجام حول محوری رهبری و خدامحوری، در بعد اجتماعی از ابعاد اصلی ایدئولوژی انقلاب اسلامی بوده است.

به‌طور خلاصه، ایدئولوژی انقلاب اسلامی در دهه اول انقلاب، متأثر از مشکلات اساسی پیشروی انقلاب از جمله جنگ تحمیلی و اختلافات درونی را می‌توان بر سه ستون اصلی خدامحوری، رهبری و اتحاد پایدار دانست. رابطه این سه را می‌توان به شکل عمودی تصور کرد. رهبری انقلاب، با ارجاع به خدامحوری و حق‌طلبی مشروعیت می‌گیرد و اتحاد و انسجام تحت گفتار و رفتار رهبری واقعیت می‌پذیرد. رابطه این سه را می‌توان از انتزاعی به



ملموس نیز در نظر گرفت؛ به صورتی که با حرکت از خدامحوری به سوی انسجام زیر لوای رهبری انقلاب، تمایزخواهی ایدئولوژی انقلابی روشن تر می شود. در ایدئولوژی انقلاب اسلامی در دهه اول، رابطه ای مستقیم بین اتحاد و خدامحوری وجود دارد. خدامحوری بدون اتحاد و بدون رهبری فاقد فایده دانسته می شود. جنگ به عنوان بزرگ ترین رویداد و چالش سیاسی و اجتماعی در دهه اول انقلاب، همواره در همین چارچوب تفسیر می شده است. جنگ در مسیر خدامحوری است؛ چون، بر مبنای حق طلبی و دفاع انجام شده است. این رهبری انقلاب است که درست ترین تفسیر از جنگ و شیوه برخورد با آن را به دست می دهد. لازمه پیروزی و موفقیت در جنگی چنین گسترده، اتحاد و انسجام داخلی است. همواره، این نگرانی وجود داشته است که تصویر دیگری از جنگ ارائه شود و این نگرانی را می توان به وضوح در تحذیرهایی که شهدا در وصایای خود کرده اند مشاهده نمود.

#### کتابنامه

۱. اکبری، م. ع.، و بیگدلو، ر. (۱۳۹۰). پهلویسیم: ایدئولوژی رسمی محمدرضا پهلوی در دهه های ۱۳۴۰-۱۳۵۰ شمسی. فصلنامه گنجینه اسناد، ۲۱(۴)، ۲۴-۶.
۲. سازمند، ب. (۱۳۸۴). تحلیل سازه انگارانه از هویت ملی در دوران جنگ تحمیلی. مطالعات ملی، ۲۲، ۳۹-۷۰.
۳. صالح آبادی، ا.، و صالح آبادی، ع. (۱۳۹۰). ایدئولوژی رژیم انقلابی (مطالعه موردی جمهوری اسلامی ایران). جامعه شناسی تاریخی، ۳(۲)، ۸۱-۵۰.
۴. ضیایی، ح.، و صفایی، ع. (۱۳۸۹). بررسی جامعه شناختی گفتمان های شهر جنگ تحمیلی. ادبیات پایداری، ۱(۲)، ۱۸۹-۲۱۸.
۵. کریمی، ا. (۱۳۹۰). بررسی انتقادی و روش شناختی نظریه نقد ایدئولوژی اسلاوی ژیزک. پژوهش نامه علوم سیاسی، ۷(۱)، ۱۳۷-۱۵۹.
۶. ملکوتیان، م. (۱۳۸۹). ایدئولوژی و رهبری و تأثیر آن بر پیروزی سریع، ثبات پایدار و بازتاب جهانی انقلاب اسلامی ایران. فصلنامه سیاست، ۴۰، ۲۸۷-۳۰۵.

7. Adams, I. (2001). *Political ideology today*. Manchester, England: Manchester University Press.
8. Althusser, L. (2008). *On Ideology*. Translated by Ben Brewster. New York, NY: Verso.
9. Bailey, G., & Gayle, N. (2008) *Ideology: Structuring identities in contemporary life*. Toronto, Canada: University of Toronto.
10. Bell, D. (1975). *The passing of Fanaticism*. In M. Rajai (ed.), *Ideology: Comparative and cultural status* (pp. 275-325). Moncton, Canada: Transaction.
11. Berelson, B. (1952). *Content analysis in communication research*. New York, NY: Free Press,
12. Billig, M. (1995). *Banal nationalism*. London, England: Sage.
13. Billig, M. (2002). Ideology, language, and discursive psychology. In S. Malešević & I. Mackenzie (eds.), *Ideology after Poststructuralism* (pp. 134–156). London, England: Pluto.
14. Billig, M., Condor, S., Edwards, D., Gane, M., Middleton, D., & Radley, A. (1988). *Ideological dilemmas: A social psychology of everyday thinking*. London, England: Sage.
15. Eagleton, T. (1991). *Ideology: An introduction*. London, England: Verso.
16. Freeden, M. (1996). *Ideologies and political theory: A conceptual approach*. Oxford, England: Clarendon Press.
17. Freeden, M. (2003). *Ideology: A very short introduction*. Oxford, England: Oxford University Press.
18. Krippendorff, K. (2004). *Content analysis: An introduction to its methodology*. London, England: Sage.
19. Lipset, S. M. (1975). The end of ideology? In M. Rajai (ed.), *Ideology: Comparative and cultural status* (pp. 154-165). Moncton, Canada: Transaction.
20. Malsevic, S. (2002). *Ideology, legitimacy, and the new State: Yugoslavia, Serbia, and Croatia*. London, England: Routledge.
21. Malsevic, S. (2006). *Identity as ideology: Understanding ethnicity and nationalism*. New York, NY: Palgrave.
22. Malsevic, S. (2010). *Sociology of war and violence*. Cambridge, England: Cambridge University Press.
23. Neuendorf, K. (2002). *Content analysis guidebook*. London, England: Sage.
24. Rejai, M. (1975). Political Ideology: Theoretician and comparative perspectives. In M. Rajai (ed.), *Ideology: Comparative and cultural status* (pp. 75-86). Moncton, Canada: Transaction.