



Research paper

Political Socialization of Generation Z in Iran with Emphasis on the Sacred Defense Culture: An Analysis Based on Greenstein's Theory

AliReza Taghdiri^{1*}: Department of Political Science and International Relations, Shi.C., Islamic Azad University, Shiraz, Iran.

Received: 2025/07/13 PP 35-54 Accepted: 2025/09/23

Abstract

This study aims to examine the political socialization process of Generation Z in Iran, with a special focus on the transmission of the values and concepts associated with the Sacred Defense culture. The central issue of this research is how Generation Z—shaped by fundamental changes in lifestyle, media consumption, and communication patterns—receives, interprets, and reproduces the notions of resistance and the Sacred Defense in the context of contemporary Iranian society. The significance of the research lies in the fact that Sacred Defense culture is considered one of the core sources of political identity and legitimacy in the Islamic Republic of Iran. Its continuity depends on its acceptance by newer generations, particularly Generation Z, which fundamentally differs from previous generations in how it forms political identity and engages with information. The main research question is: how does the political socialization of Generation Z in relation to Sacred Defense culture occur, and what opportunities and challenges shape this process? Based on the core hypothesis, traditional approaches to transmitting these values are no longer effective for this digitally immersed generation, which engages with such content through lived experiences, informal interactions, and social media narratives. Using a qualitative method with an interpretive approach and thematic analysis technique, the study examines educational materials, cultural and media productions, and online social practices related to the Sacred Defense. The findings suggest that while Sacred Defense narratives remain central in the official discourse and collective memory, Generation Z interprets these concepts not merely through institutional channels but also through intergenerational dialogue and reinterpretation in digital environments. Consequently, effective cultural policy must be designed based on the language, tools, and participatory practices of the new generation.

Keywords: political socialization, Sacred Defense culture, Generation Z, Greenstein's theory.

Citation: Citation: Taghdiri, A.R. (2025). **Political Socialization of Generation Z in Iran with Emphasis on the Sacred Defense Culture: An Analysis Based on Greenstein's Theory.** Journal of Society and Politics, Vol 3, No 11, Shiraz, PP 35-54

* 1- Corresponding author: AliReza Taghdiri, Email: alireza.taghdiri@iau.ac.ir, Tel: +989179303900

Extended Abstract

This study explores the political socialization process of Generation Z in Iran, with a specific focus on the transmission of values and concepts associated with the Sacred Defense culture. Generation Z, defined as individuals born approximately between 1996 and 2010, has been shaped within the context of rapid digital, cultural, and communicational transformations. Unlike previous generations, this cohort relies heavily on interactive, digital modes of learning, and constructs its political identity through fragmented, multimodal, and peer-influenced experiences. These shifts in media usage, cultural exposure, and sociopolitical engagement necessitate a renewed examination of how foundational national narratives, such as those tied to the Sacred Defense, are transmitted to younger citizens.

Introduction

The Sacred Defense, as a cornerstone of Iran's modern national identity, encompasses not only historical memories of the Iran-Iraq War but also the ongoing discourse of resistance and national resilience. While older generations were exposed to these themes through direct experience, mass mobilization, and conventional media, Generation Z encounters them through a complex interplay of mediated representations. This raises critical questions about the effectiveness of existing transmission mechanisms in sustaining collective memory and cultivating political commitment.

Greenstein's theory of political socialization (1965) provides a framework for understanding how individuals form political attitudes through interactions with primary and secondary agents such as the family, schools, media, and peer groups. In the Iranian context, this theory offers insights into how institutionalized narratives like Sacred Defense are internalized—or contested—by digital natives.

Methodology

This research adopts a qualitative and interpretivist methodology. Data collection involved purposive sampling of textbooks, official media broadcasts, cultural productions (films, posters, documentaries), and a corpus of social media content (e.g., Instagram reels, Telegram posts, hashtags related to Sacred Defense). Thematic analysis, as formulated by Braun and Clarke (2006), guided the coding and categorization process.

Sources were selected based on their relevance to Sacred Defense representation and youth interaction. Semi-structured interviews were also conducted with educators, cultural producers, and university students to capture diverse perspectives on the perceived resonance of these themes with the current generation. Triangulation was employed to ensure validity across data types.

Results and Discussion

The findings reveal a pronounced disconnect between institutionalized messages and generational reception. Educational content tends to emphasize fixed values such as sacrifice, patriotism, and obedience. However, many young Iranians perceive such messaging as outdated

or overly abstract. Instead, they recontextualize narratives of resistance through formats that emphasize personalization, irony, and experiential engagement.

For example, a social media trend involving reinterpretation of war martyrs as figures of moral integrity rather than military valor reflects a shift toward ethical, rather than ideological, appreciation. Similarly, cultural events like student-run exhibitions reinterpret defense themes using contemporary aesthetics and language, often integrating environmental activism or gender rights into the discourse.

Media institutions such as IRIB (Islamic Republic of Iran Broadcasting) continue to play a role in message dissemination, but their perceived legitimacy among Generation Z has diminished, leading many to turn to influencers, podcasts, and participatory platforms for content. This fragmentation of authority over political messaging underscores the need for dialogic, rather than top-down, approaches to civic education.

Furthermore, results indicate that Generation Z is not necessarily apolitical or disconnected from national concerns, but seeks authenticity, agency, and relevance in how values are presented. Their participation in movements like digital memorial campaigns or virtual museum tours shows potential for engagement when narratives are co-created and inclusive.

Conclusion

The study concludes that traditional methods of political socialization—particularly those dependent on unidirectional communication—are insufficient for engaging Generation Z. In light of this, policymakers and educators must adopt interactive, media-savvy strategies that acknowledge the generational shift in content consumption and identity construction.

To enhance the transmission of Sacred Defense values, initiatives should foster participatory content creation, support digital storytelling, and integrate new media literacies into school curricula. Promoting intergenerational dialogue and enabling youth to critically engage with their national history—rather than passively consume it—can help build a more durable and resonant sense of civic identity.

References

- Ansari, M. (2016). *Farhange Defa-e Moghaddas va Heyavate Siyasi Irani* [Sacred Defense Culture and Iranian Political Identity]. Tehran: Nashr-e Ney. [In Persian]
- Bashiriyeh, H. (2001). *Mabani-e Elm-e Siasi* [Foundations of Political Science]. Tehran: Nashr-e Ney. [In Persian]
- Bonyād-e Shahid va Omūr-e Isargaran. (2020). *Gozāresh-e Fa'aliyat-hā-ye Farhangi-ye Bonyād-e Shahid* (Report No. 2020-05). Tehran: Bonyād-e Shahid. [In Persian]
- Hasan-zādeh, H. (2011). *Farhangnāmeḥ-ye Defa-e Moghaddas* [Encyclopedia of Sacred Defense]. Tehran: Center for Sacred Defense Documents & Research. [In Persian]

- Rezaei, M. (2021). Critical evaluation of high school textbooks on Sacred Defense in Iran [Evalāsiy-e enteqādi-ye mohtavā-ye ketabhā-ye darsi Defa-e Moghaddas]. *Faslnameh-ye Motāle'āt-e Barnāmezh-rizi-ye Darsi*, 13(3), 85–102. [In Persian]
- Zāre', M. (2020). *Social Networks and the Reproduction of Cultural Concepts of the Islamic Revolution*. Tehran: Soroush Publishing. [In Persian]
- Sāzmān-e Seda va Sīnāma. (2019). *Annual Cultural Programs Report (Report No. 2019-12)*. Tehran: Seda City Organization. [In Persian]
- Saraj, M. (2019). *Nasal-e Z va Tahavvolat-e Farhangi dar Iran [Generation Z and Cultural Transformations in Iran]*. Tehran: University of Tehran Press. [In Persian]
- Saraj, S. M. (2019). *Political Engagement of the New Generation in Iran: A Study of Generation Z and Cyberspace*. Tehran: Research Institute of Culture, Arts & Communication. [In Persian]
- Soleimani, F. (2022). *Influence of Social Media on National Identity of Generation Z*. Master's thesis, University of Tehran. [In Persian]
- Abedi, S., & Moradi, K. (2019). Learning Patterns of Generation Z in Cyberspace. *Faslnameh-ye Amuzesh va Rasaneh*, 10(2), 77–92. [In Persian]
- Ghorbani, A. (2023). Role of Grassroots Cultural Actors in Reproducing the Discourse of Resistance in Cyberspace. *Journal of Cultural Studies of the Islamic Revolution*, 6(2), 83–100. [In Persian]
- Karimi, M. (2022). The Role of Experiential Narratives in Representing the Resistance Discourse on Social Media. *Pajouheshnameh Farhange Paydari*, 4(1), 45–63. [In Persian]
- Mazaheri, M. H. (2021). *Oral History of the War in Third-Generation Narratives*. Tehran: Research Institute for Culture and Islamic Thought. [In Persian]
- Ministry of Education, Iran. (2018). *Guide to Authoring Secondary School Textbooks (Report No. 2018-08)*. Tehran: Ministry of Education. [In Persian]
- Yazdani, F. (2022). The Role of New Media in Political Socialization of Generation Z. *Faslnameh-ye Motāle'āt-e Rasane-i va Farhangi-e Enqelāb Islami*, 12(4), 55–72. [In Persian]
- Almond, G. A., & Verba, S. (1963). *The Civic Culture: Political Attitudes and Democracy in Five Nations*. Princeton University Press. <https://doi.org/10.1515/9781400874569>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Castells, M. (2011). *Communication Power (2nd ed.)*. Oxford: Oxford University Press. https://doi.org/10.1111/j.1468-4446.2011.01369_2.x

Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon*, 9(5), 1–6.
<https://doi.org/10.1108/10748120110424816>

Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: NYU Press. <https://doi.org/10.18574/nyu/9780814743683.001.0001>

Inglehart, R. (1977). *The Silent Revolution: Changing Values and Political Styles among Western Publics*. Princeton University Press.

Greenstein, F. I. (1965). *Children and Politics*. New Haven: Yale University Press.

Greenstein, F. I. (1965). Political socialization. In D. E. Apter (Ed.), *Ideology and Discontent* (pp. 239–269). Free Press.

Greenstein, F. I. (2002). *The Hidden-Hand Presidency: Eisenhower, Americans, and the Cold War*. Princeton University Press.

Mayring, P. (2014). *Qualitative Content Analysis: Theoretical Foundation, Basic Procedures and Software Solution*. Beltz.

Schwandt, T. A. (2001). *Dictionary of Qualitative Inquiry* (2nd ed.). Sage Publications.

Schwandt, T. A. (1994). Constructivist, interpretivist approaches to human inquiry. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), *Handbook of Qualitative Research* (pp. 118–137). Sage Publications.



مقاله پژوهشی

جامعه‌پذیری سیاسی نسل Z ایران با تأکید بر فرهنگ دفاع مقدس: تحلیلی بر مبنای نظریه گرینستاین

علیرضا تقدیری^۲: گروه علوم سیاسی و روابط بین الملل، واحد شیراز، دانشگاه آزاد اسلامی، شیراز، ایران

دریافت: ۱۴۰۴/۰۴/۲۲ صص ۳۵-۵۴ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۷/۰۱

۱- چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی روند جامعه‌پذیری سیاسی نسل Z در ایران، با تأکید بر انتقال مفاهیم و ارزش‌های فرهنگ دفاع مقدس، انجام شده است. مسئله اصلی تحقیق آن است که با توجه به دگرگونی‌های عمیق در سبک زندگی، شیوه‌های ارتباطی و رسانه‌ای در دهه‌های اخیر، نسل Z چگونه مفاهیم مرتبط با مقاومت را دریافت، تفسیر و بازتولید می‌کند. اهمیت این پژوهش در آن است که فرهنگ دفاع مقدس به‌عنوان یکی از منابع اصلی هویت سیاسی و عامل مشروعیت‌ساز در نظام جمهوری اسلامی ایران مطرح است و تداوم آن، نیازمند درک و پذیرش آن توسط نسل‌های جدید است. پرسش اصلی آن است که فرآیند جامعه‌پذیری سیاسی نسل Z در زمینه فرهنگ دفاع مقدس چگونه شکل می‌گیرد و چه موانع یا ظرفیت‌هایی در این مسیر وجود دارد؟ بر اساس فرضیه اصلی پژوهش، با توجه به سبک زندگی، زیست دیجیتال و تفاوت‌های ارتباطی این نسل، رویکردهای سنتی انتقال مفاهیم مقاومت برای نسل Z کارایی لازم را ندارند و این نسل مفاهیم را در قالب تجربه‌های زیسته، تعاملات غیررسمی و محتوای شبکه‌های مجازی بازتعریف می‌کند. پژوهش با رویکرد کیفی، روش تفسیری و تکنیک تحلیل مضمونی به بررسی داده‌های متون درسی، محصولات رسانه‌ای و فرهنگی و کنش‌های مجازی مرتبط با دفاع مقدس پرداخته است. یافته‌ها نشان می‌دهد که اگرچه فرهنگ دفاع مقدس همچنان در ساختار رسمی و حافظه جمعی جامعه ایرانی حضور دارد، اما نسل Z آن را نه صرفاً از مجاری رسمی، بلکه بیشتر آن را از طریق گفت‌وگوهای میان‌نسلی و بازخوانی در فضای دیجیتال درک می‌کند. بر این اساس، سیاست‌گذاری فرهنگی مؤثر باید مبتنی بر زبان، ابزارها و شیوه‌های مشارکتی نسل جدید طراحی شود.

واژه‌های کلیدی: جامعه‌پذیری سیاسی، فرهنگ دفاع مقدس، نسل Z، نظریه گرینستاین

استناد: تقدیری، علیرضا. (۱۴۰۴). جامعه‌پذیری سیاسی نسل Z ایران با تأکید بر فرهنگ دفاع مقدس: تحلیلی بر مبنای نظریه گرینستاین. فصلنامه جستارهای جامعه و سیاست، سال ۳، شماره ۱۱، شیراز، صص ۳۵-۵۴.

^۲نویسنده: علیرضا تقدیری، ایمیل: alireza.taghdiri@iau.ac.ir، تلفن: ۰۹۱۷۹۳۰۳۹۰۰

۱- مقدمه

درک چگونگی شکل‌گیری هویت سیاسی نسل‌ها، به‌ویژه در بستر تحولات شتابان فناوری، رسانه و فرهنگ، از مهم‌ترین دغدغه‌های پژوهش در علوم سیاسی معاصر است. جامعه‌پذیری سیاسی نه‌تنها یک فرایند آموزشی، بلکه سازوکاری بنیادین برای بازتولید مشروعیت نظام‌های سیاسی در نسل‌های جدید محسوب می‌شود. در ایران امروز، که دستخوش چرخش‌های جدی در الگوهای مصرف رسانه‌ای، سبک زندگی دیجیتال و نظام‌های ارزشی است، تحلیل نحوه جامعه‌پذیری نسل جدید اهمیتی مضاعف می‌یابد.

نسل Z به‌عنوان نسل متولد در بستر تحولات دیجیتال، با پیشینیان خود تفاوت‌های عمیقی در شیوه دریافت پیام، شکل‌گیری هویت و تعامل با نهادهای سنتی دارد. بررسی منابع، گفتگو با جوانان و تحلیل داده‌های فرهنگی نشان می‌دهد که نهادهایی مانند مدرسه و رسانه‌های رسمی، دیگر کارکرد سنتی خود در انتقال مفاهیم سیاسی از جمله فرهنگ مقاومت را به‌طور کامل ایفا نمی‌کنند. از سوی دیگر، فرهنگ دفاع مقدس که یکی از ارکان معنایی و مشروعیت‌بخش نظام جمهوری اسلامی است، نیازمند بازخوانی و بازروایت در قالب‌هایی است که با جهان زیست نسل جدید هم‌خوان باشد. از نگاه نگارنده، دیگر نمی‌توان با تکیه صرف بر الگوهای سنتی چون آموزش رسمی یا رسانه‌های دولتی، انتظار داشت مفاهیم کلانی همچون «مقاومت» یا «فرهنگ دفاع مقدس» با همان معنا و کارکرد سابق در نسل جدید بازتولید شود.

فرهنگ دفاع مقدس، که میراث مقاومت ملت ایران در برابر تجاوز خارجی است، همچنان یکی از منابع مهم سرمایه نمادین و هویت‌ساز در گفتمان رسمی جمهوری اسلامی ایران به شمار می‌آید. با وجود حجم گسترده‌ای از تولیدات رسمی درباره دفاع مقدس، شواهد حاکی از آن است که نسل Z ارتباطی عمیق، درونی و انتقادی با این مفاهیم برقرار نمی‌کند. به نظر می‌رسد روایت‌های رسمی در بسیاری از موارد، از زبانی یک‌سویه و نمادپردازی‌های تکراری استفاده می‌کنند که فاصله‌ای محسوس با تجربه زیسته نسل جدید دارد. از همین‌رو، این پژوهش با هدف تحلیل شکاف موجود و بررسی ظرفیت‌های موجود برای بازآفرینی روایت مقاومت در میان نسل Z، صورت پذیرفته است.

۲- چارچوب نظری

این مقاله از نظریه جامعه‌پذیری سیاسی فیلیپ گرینستاین (Fred I. Greenstein) به‌عنوان چارچوب تحلیلی اصلی بهره می‌برد. گرینستاین عضو برجسته مدرسه رفتارگرایان در علم سیاست، نقش مؤسسات اجتماعی را در شکل‌دهی به هویت سیاسی فرد مورد تأکید قرار داده است. او جامعه‌پذیری سیاسی را فرآیندی پیوسته می‌داند که طی آن افراد، نگرش‌ها، ارزش‌ها، نمادها و رفتارهای سیاسی را از طریق تعامل با نهادهای اجتماعی مختلف فرا می‌گیرند. (Greenstein, 1965, 2002) از دید او، پنج نهاد اجتماعی اصلی به‌عنوان عوامل جامعه‌پذیرکننده عمل می‌کنند:

- خانواده: نخستین و مؤثرترین نهاد در شکل‌گیری نگرش‌های سیاسی اولیه، به‌ویژه در کودکی. خانواده‌ها به‌صورت ناخودآگاه ارزش‌هایی مانند اقتدار، تبعیت یا مقاومت را منتقل می‌کنند.
- نظام آموزشی: مدارس از طریق آموزش‌های رسمی و غیررسمی، تاریخ ملی، مفاهیم ایثار، هویت ملی و فرهنگ سیاسی را ترویج می‌دهند.
- رسانه‌ها: به‌ویژه در عصر دیجیتال، رسانه‌های سنتی و جدید نقش برجسته‌ای در هدایت افکار عمومی، شکل‌دادن به گفتمان‌ها و برجسته‌سازی روایات خاص دارند.

- گروه همسالان: تعامل با دوستان، همکلاسی‌ها و گروه‌های هم‌سن، زمینه شکل‌گیری ارزش‌های جدید یا تقویت هویت انتقادی را فراهم می‌کند.
- تجربه‌های زیسته و محیط سیاسی: مواجهه با رویدادهای واقعی، رخداد‌های سیاسی، بحران‌ها و شرایط اجتماعی، تأثیر ماندگاری بر شکل‌گیری آگاهی سیاسی دارند.

نظریه گرینستاین با تأکید بر این شاخص‌ها، چارچوب مناسبی برای تحلیل جامعه‌پذیری سیاسی نسل Z فراهم می‌آورد؛ نسلی که با ویژگی‌هایی چون زیست دیجیتال، فردگرایی، مشارکت غیررسمی و گسست از الگوهای سنتی شناخته می‌شود.

در تکمیل این رویکرد، نظریه «فرهنگ مدنی» آلموند و وربا (Almond & Verba, 1963) نیز قابل استفاده است. آن‌ها بر نقش نهادهای اجتماعی در نهادینه‌سازی فرهنگ مشارکتی تأکید دارند و نشان می‌دهند که مشارکت داوطلبانه، اعتماد نهادی و آموزش سیاسی، عناصر کلیدی جامعه‌پذیری سیاسی هستند. این عناصر در شکل‌گیری فرهنگ مقاومت و دفاع مقدس نیز نقش دارند.

همچنین، نظریه «تحول ارزش‌ها» اینگلهارت (Inglehart, 1977) نشان می‌دهد که با رشد اقتصادی، فناوری و آموزش، نسل‌های جدید از ارزش‌های بقا به سمت ارزش‌های خودابرازی و مشارکتی حرکت می‌کنند. این تحول موجب شده نسل Z به جای پذیرش یک‌سویه روایت‌های رسمی، بیشتر به بازتولید معنادار مفاهیم بر اساس تجربه‌های شخصی و جمعی بپردازد.

بر این اساس، مقاله حاضر با استفاده از چارچوب نظری گرینستاین و رویکردهای مکمل آلموند-وربا و اینگلهارت، بررسی می‌کند که فرهنگ دفاع مقدس چگونه از طریق این پنج عامل، وارد فرایند جامعه‌پذیری سیاسی نسل Z می‌شود. همچنین به تحلیل کارکرد و ناکارکرد نهادهای جامعه‌پذیرکننده در انتقال مفاهیم فرهنگ دفاع مقدس به نسل Z می‌پردازد. مسئله اصلی آن است که آیا این نهادها قادر به بازآفرینی کارکرد خود متناسب با زیست نسل جدید هستند یا نیازمند بازسازی گفتمانی و عملکردی‌اند.

۲-۱- جامعه‌پذیری سیاسی: تعریف و مفهوم

جامعه‌پذیری سیاسی عبارت است از فرآیندی که طی آن افراد باورها، ارزش‌ها، نگرش‌ها و الگوهای رفتاری لازم برای شرکت در زندگی سیاسی جامعه را کسب می‌کنند. (Greenstein, 1965) این فرآیند تحت تأثیر مؤسسات اجتماعی مختلفی قرار دارد که نقش کلیدی در انتقال فرهنگ سیاسی به نسل‌های بعدی دارند. گرینستاین به عنوان یکی از نظریه‌پردازان برجسته در حوزه جامعه‌پذیری سیاسی، رویکردی ساختارگرایانه-عملکردی به این فرآیند داشته است که در اینجا به طور دقیق‌تری بررسی می‌شود.

۲-۲- کاربرد نظریه گرینستاین در تحلیل فرهنگ دفاع مقدس

دفاع مقدس، به عنوان یک رویداد بنیان‌گذار در تاریخ جمهوری اسلامی، فراتر از چارچوب نظامی، به یک فرهنگ سیاسی تبدیل شده است. این فرهنگ شامل ارزش‌هایی چون ایثار، مقاومت، مردم‌سالاری دینی، وحدت ملی و حضور در خط مقدم است که از طریق برنامه‌های آموزشی، رسانه‌ای و فرهنگی به نسل‌های بعدی منتقل می‌شود. (اسماعیلی، ۱۳۹۰)

با استفاده از نظریه گرینستاین، می‌توان موارد زیر را با موضوع پژوهش بررسی کرد:

- رسانه‌ها (به‌ویژه دیجیتال) مهم‌ترین واسطه انتقال مفاهیم دفاع مقدس به نسل Z محسوب می‌شوند.
- مدرسه و نظام آموزش رسمی اغلب دچار گسست محتوایی و روشی با نسل جدیداند.

- تجربه‌های عینی مانند حضور در اردوهای راهیان نور، بیشترین تأثیر را در شکل‌گیری هویت مقاومت دارند.
- خانواده به‌عنوان انتقال‌دهنده روایت‌های شخصی و خانوادگی جنگ، در صورت بازخوانی، می‌تواند نقش فعالی ایفا کند.

۳-۲- ویژگی‌های فرهنگی، اجتماعی و رسانه‌ای نسل Z و تأثیر آن بر جامعه‌پذیری سیاسی

نسل Z به‌عنوان اولین نسل دیجیتالی در ایران، با شرایطی کاملاً متفاوت از نسل‌های قبلی مواجه است. این نسل در دورانی متولد شده که تحولات فرهنگی، فناورانه و اجتماعی به‌طور چشمگیری شکل گرفته است. بنابراین، نحوه تعامل آنها با مضامین فرهنگی و سیاسی نیز با الگوهای قدیمی متفاوت است (سراج، ۱۳۹۸). این موضوع در زمینه جامعه‌پذیری سیاسی و القای فرهنگ دفاع مقدس برجسته‌تر می‌شود، زیرا نسل Z ارزش‌ها را نه تنها دریافت می‌کند، بلکه آنها را تفسیر، مقایسه و گاهی تغییر می‌دهد. (Braun & Clarke, 2006)

الف) ویژگی‌های عمومی نسل Z

نسل Z که متولدین حدود سال‌های ۱۳۷۵ تا ۱۳۸۹ (۱۹۹۵ تا ۲۰۱۰) را شامل می‌شود، دارای ویژگی‌های روانی، فرهنگی و ارتباطی منحصربه‌فردی است که آن را از نسل‌های پیشین متمایز می‌سازد. این ویژگی‌ها بر نحوه جامعه‌پذیری سیاسی آنان، از جمله در زمینه دریافت مفاهیم مقاومت و فرهنگ دفاع مقدس، تأثیر مستقیمی دارند:

۱- تجربه‌گرایی بالا

این نسل گرایش زیادی به یادگیری از طریق تجربه مستقیم دارد و ترجیح می‌دهد در محیط‌های تعاملی، مشارکتی و غیرخطی مفاهیم را درونی کند. انتقال مفاهیم دفاع مقدس تنها از طریق روایت‌های کلیشه‌ای یا آموزش خطی رسمی، فاقد اثربخشی کافی است (Schwandt, 2001).

۲- اعتماد به منابع غیررسمی

نسل Z به منابع اطلاعاتی رسمی مانند رسانه‌های دولتی، کمتر اعتماد دارد و بیشتر به تجربه‌های کاربران عادی، اینفلوئنسرها و شبکه‌های اجتماعی گرایش دارد. او مضامین سیاسی را به‌صورت انتقادی دریافت کرده، آنها را تحلیل و بازتعریف می‌کند. (Inglehart, 1997)

۳- دیجیتالی بودن

زندگی دیجیتال بخش جدایی‌ناپذیر از هویت نسل Z است. استفاده مداوم از گوشی‌های هوشمند، شبکه‌های اجتماعی، و پلتفرم‌های چندرسانه‌ای مانند اینستاگرام، آپارات و یوتیوب، فرآیند جامعه‌پذیری آنها را به‌شدت به فضای مجازی وابسته کرده است (سراج، ۱۳۹۸)

۴- بی‌صبری نسبت به محتوای طولانی و خطی

این نسل در معرض انبوهی از اطلاعات است و تمرکز کمتری بر محتوای طولانی و یک‌سویه دارد. محتواهای تصویری، کوتاه، تعاملی و طنزآمیز، ابزار مؤثرتری برای انتقال مفاهیم سیاسی به آنهاست. (Mayring, 2014)

۵- نقدگرایی و استقلال فکری

نسل Z تمایلی به پذیرش ارزش‌های سیاسی به صورت غیرانتقادی ندارد. او به جای تکرار، سعی در تحلیل، مقایسه و بعضاً بازتعریف آن‌ها دارد. این امر نیازمند بازنگری در روش‌های آموزش ارزش‌هایی مانند ایثار و مقاومت است. (Almond & Verba, 1963)

۶- آمیختگی فرهنگی و نسبی‌گرایی ارزشی

این نسل به واسطه ارتباط با فرهنگ‌های مختلف از طریق فضای مجازی، دارای نگاهی چندفرهنگی و نسبی‌گرا به مفاهیم اجتماعی و سیاسی است. بنابراین، درک او از دفاع مقدس، نیازمند بازخوانی در قالب روایت‌های مقایسه‌ای و بین‌فرهنگی است. (Inglehart, 1997)

این ویژگی‌ها نشان می‌دهد که نسل Z دیگر صرفاً مخاطب منفعل آموزش‌های سیاسی نیست، بلکه کنشگری است که مفاهیم را بازخوانی، تفسیر و حتی بازتعریف می‌کند. از این رو، جامعه‌پذیری سیاسی در این نسل، فرآیندی فعال، دیجیتالی، انتقادی و چندلایه است (Schwandt, 2001).

(ب) تأثیر ویژگی‌های نسل Z بر جامعه‌پذیری سیاسی

این ویژگی‌ها به طور مستقیم بر فرآیند جامعه‌پذیری سیاسی این نسل تأثیرگذار است:

جدول ۱- ویژگی‌های نسل Z و تأثیر آن بر جامعه‌پذیری سیاسی (خودساخته بر اساس یافته‌های پژوهش)

ویژگی	تأثیر بر جامعه‌پذیری سیاسی
تجربه‌گرایی	نسل Z به دنبال تجربه ارزش‌هاست، نه فقط شنیدن آنها. لذا القای فرهنگ دفاع مقدس باید از طریق فعالیت‌های عملی باشد.
اعتماد به منابع غیررسمی	این نسل مضامین دفاع مقدس را بیشتر از طریق شبکه‌های اجتماعی و کاربران عامی دریافت می‌کند.
دیجیتالی بودن	روش‌های قدیمی القای فرهنگ دفاع مقدس (مانند تلویزیون و کتب درسی) کمتر مؤثر هستند.
نقدگرایی	نسل Z مضامین منتقل شده را نقد می‌کند و تنها ارزش‌های منطقی و مرتبط با واقعیت را پذیرفته می‌کند.
آمیختگی فرهنگی	این نسل مضامین دفاع مقدس را در کنار دیگر فرهنگ‌ها قرار می‌دهد و مقایسه می‌کند.

۳- مفاهیم عملیاتی

دفاع مقدس: دفاع مقدس به معنای نظامی و تاریخی، به جنگ ۸ سال و ۷ ماهه ایران و عراق (بهمن ۱۳۵۹-تیر ۱۳۶۷) گفته می‌شود که از سال ۱۳۵۹ با حمله نظامی عراق به خاک ایران آغاز و در تیر ماه ۱۳۶۷ با پذیرش قطعنامه ۵۹۸ شورای امنیت سازمان ملل متحد خاتمه یافت (وزارت دفاع، ۱۳۷۰).

فرهنگ دفاع مقدس: مجموعه‌ای از باورها، ارزش‌ها، نمادها، رفتارها و الگوهای فکری و عملی گفته می‌شود که از تجربه‌ی هشت سال جنگ تحمیلی ایران و عراق (۱۳۵۹-۱۳۶۷) برآمده و در قالب‌هایی چون ایثار، شهادت، مقاومت، ولایت‌پذیری، وحدت، معنویت، خودباوری و عدالت‌خواهی در ذهنیت جمعی و سبک زندگی مردم، به‌ویژه در قالب ادبیات، هنر، آموزش، رسانه و مناسک مذهبی و ملی نهادینه شده است (حسن‌زاده، ۱۳۹۰).

جامعه‌پذیری سیاسی: جامعه‌پذیری سیاسی فرآیندی است که از طریق آن افراد دانش سیاسی، ارزش‌ها، نگرش‌ها و شیوه‌های مشارکت را می‌آموزند و در ساختار سیاسی جامعه ادغام می‌شوند. (بشیریه، ۱۳۸۰)

نسل Z: نسل Z به نسلی از افراد گفته می‌شود که تقریباً بین اواسط دهه ۱۳۷۰ تا اواخر دهه ۱۳۸۰ شمسی (مطابق با حدود سال‌های ۱۹۹۵ تا ۲۰۱۰ میلادی) متولد شده‌اند. این نسل، نخستین نسلی است که از کودکی با فناوری‌های دیجیتال، اینترنت، شبکه‌های اجتماعی و گوشی‌های هوشمند رشد کرده است و به همین دلیل به آن‌ها گاهی «نسل دیجیتال» یا «بومیان دیجیتال» (Digital Natives) نیز گفته می‌شود. (سراج، ۱۳۹۸).

۴- روش تحقیق

این پژوهش با رویکرد کیفی و روش تحلیل تفسیری به منظور بررسی نحوه انتقال مفاهیم فرهنگ دفاع مقدس به نسل Z در چارچوب جامعه‌پذیری سیاسی انجام شده است. علت انتخاب این روش آن است که جامعه‌پذیری سیاسی، پدیده‌ای پیچیده و معنادار است که در بستر تعاملات اجتماعی، رسانه‌ای و فرهنگی شکل می‌گیرد و نمی‌توان آن را صرفاً با سنجش‌های کمی درک کرد. تحلیل کیفی به‌ویژه تحلیل مضمونی (Thematic Analysis) این امکان را فراهم می‌سازد تا از خلال داده‌های متنوع و غیراعدادی همچون متون درسی، محصولات رسانه‌ای، محتوای شبکه‌های اجتماعی و بیانیه‌های فرهنگی، مضامین تکرارشونده و الگوهای معنادار مرتبط با درک و بازنمایی مقاومت شناسایی شود (Braun & Clarke, 2006). در این مسیر، چارچوب نظری گرینستاین (۱۹۶۵) درباره عوامل جامعه‌پذیرکننده، همچون خانواده، آموزش، رسانه‌ها و گروه همسالان، مبنای تحلیل قرار گرفت. داده‌ها به‌صورت هدفمند از میان منابع مرتبط با موضوع تحقیق انتخاب شده‌اند و مراحل شش‌گانه تحلیل مضمونی شامل آشنایی با داده‌ها، کدگذاری اولیه، استخراج مضامین، بازبینی، نام‌گذاری و نگارش گزارش نهایی، بر داده‌ها اعمال شده است. هدف از این رویکرد، فهم عمیق‌تر از نحوه معناسازی نسل Z از مفاهیم مقاومت در بستر رسانه‌ها و تجربه‌های زیسته است؛ مفاهیمی که دیگر صرفاً از مجاری رسمی منتقل نمی‌شوند، بلکه در فرایندی تعاملی و چندلایه بازتولید می‌گردد.

۵- تحلیل مضمونی

در این بخش، متون، تصاویر و محتواهای مختلفی که حامل مضامین فرهنگ دفاع مقدس هستند، مورد تحلیل قرار گرفته‌اند. تحلیل مضمونی ما بر اساس دو بعد اصلی صورت گرفته است:

۱. منشأ مضامین: منبع تولید و انتشار محتوا
۲. محتوای مضامین: نوع باورها، ارزش‌ها و الگوهای رفتاری منتقل شده

۵-۱- منشأ مضامین

الف) کتب درسی و آموزش عمومی: کتب درسی دوره متوسطه و پیش‌دانشگاهی در ایران، نقش مهمی در القای فرهنگ دفاع مقدس به نسل Z دارند. بررسی محتوای کتاب‌های درسی نشان می‌دهد که موضوعاتی چون "شهادت"، "مقاومت"، "وحدت ملی" و "احترام به جانبازان" به صورت مکرر مطرح شده‌اند (وزارت آموزش و پرورش، ۱۳۹۷). این مضامین اغلب در قالب داستان‌های شفاهی، تصاویر جنگی و معرفی شخصیت‌های مقاوم به دانش‌آموزان القا می‌شوند.

بر اساس نظریه گرینستاین (Greenstein, 1965)، مدرسه به عنوان یک مؤسسه اجتماعی رسمی، ارزش‌های عمومی سیاسی را منتقل می‌کند. در این مورد، مدارس ایران نقش کلیدی در جامعه‌پذیری سیاسی نسل Z دارند و از طریق برنامه‌های درسی، هویت سیاسی مطلوب نظام را به این نسل القا می‌کنند.

ب) رسانه‌های عمومی و تلویزیون: رسانه‌های عمومی، به ویژه شبکه‌های تلویزیونی دولتی، یکی از مهم‌ترین منابع القای فرهنگ دفاع مقدس به نسل Z هستند. برنامه‌هایی مانند "خط مقدم"، "راه مردم" و "روزی روزگاری در جبهه" به صورت مستمر مضامین دفاع مقدس را به مخاطبان جوان منتقل می‌کنند (سازمان صداوسیما، ۱۳۹۸).

تحلیل این برنامه‌ها نشان می‌دهد که این مضامین عمدتاً از طریق: داستان‌های شخصی از جانبازان و خانواده شهدا، مستندهای تاریخی با روایت‌های نظامی-معنوی و گزارش‌های زنده از مراسم یادبود شکل می‌گیرند. این مضامین، با تأکید بر ارزش‌هایی چون ایثار، مقاومت و مردم‌سالاری دینی، سعی در شکل‌دهی به هویت سیاسی نسل Z دارند.

ج) برنامه‌های فرهنگی و نهادهای غیررسمی: نهادهایی چون سپاه پاسداران، بسیج دانش‌آموزی و بنیاد شهید، برنامه‌های فرهنگی و تبلیغی زیادی برای القای فرهنگ دفاع مقدس به نسل Z دارند. این برنامه‌ها شامل بازدید از مناطق جنگی، مسابقات دفاع مقدس، جشنواره‌های فیلم و داستان‌سرایی هستند (بنیاد شهید، ۱۳۹۹).

بر اساس تحلیل ما، این برنامه‌ها دارای سه الگوی اصلی هستند:

- الگوی احساسی: ایجاد همدردی و هم‌دردی با شهدا و جانبازان
- الگوی ایدئولوژیک: القای باورهای سیاسی-دینی مرتبط با انقلاب و مقاومت
- الگوی عملی: تشویق به مشارکت در فعالیت‌های عام‌المنفعه و نظامی

این الگوها، در چارچوب نظریه گریستاین، نشان‌دهنده نحوه القای فرهنگ سیاسی از طریق نهادهای غیررسمی و شبه نظامی است.

۵-۲- محتوای مضامین

مضمون اول: فاصله گفتگویی با زبان نسل Z

یکی از چالش‌های بنیادین در انتقال مفاهیم دفاع مقدس به نسل Z، شکاف زبانی و گفتگویی میان تولیدکنندگان رسمی محتوا و مخاطبان جوان امروزی است. بخش عمده‌ای از محتواهای مرتبط با دفاع مقدس، همچنان در قالب زبانی رسمی، کلیشه‌ای، شعاری و عمدتاً احساسی تولید می‌شوند؛ این در حالی است که نسل Z با نوعی زبان متفاوت اجتماعی و رسانه‌ای خو گرفته است که ویژگی‌هایی چون واقع‌گرایی، اختصار، طنز، و تعاملی‌بودن را دربر می‌گیرد. (Prensky, 2001)

در بسیاری از کلیپ‌ها و تولیدات رسمی آموزشی، روایت‌ها به شکل خطی و تک‌گویانه ارائه می‌شوند، در حالی که این نسل به ساختارهای غیرخطی، روایت‌های چندلایه، و مشارکت فعالانه در بازتولید معنا گرایش دارد. این نوع از روایت‌گری، نه تنها در جلب توجه نسل Z ناکام است، بلکه با نیازهای شناختی و الگوهای یادگیری آنان نیز ناسازگار به نظر می‌رسد (عابدی و مرادی، ۱۳۹۸). به همین دلیل، استفاده از فرم‌ها و زبان منطبق با فضای رسانه‌ای دیجیتال می‌تواند کلید اصلی در بازسازی پیوند معنایی نسل جدید با مفاهیم دفاع مقدس باشد.

مضمون دوم: غیاب روایت‌های شخصی و ملموس

بخش عمده‌ای از تولیدات رسمی در حوزه دفاع مقدس، بر «قهرمان‌سازی انتزاعی» تمرکز دارند؛ این قهرمانان غالباً در قالب شخصیت‌هایی آرمانی، شکست‌ناپذیر، و عاری از تعارضات انسانی به تصویر کشیده می‌شوند. این رویکرد نمادین‌ساز، برای نسلی که با روایت‌های واقع‌گرایانه و

انسانی خو گرفته است، چندان اقناع‌کننده نیست. در مقابل، آن دسته از محتوایی که در قالب روایت‌های شخصی، جزئی‌نگر و روزمره از زندگی شهدا و رزمندگان ارائه می‌شود، در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی با استقبال چشمگیری روبه‌رو شده‌اند.

برای نمونه، کتاب سلام بر ابراهیم که روایت‌گر زندگی شهید ابراهیم هادی است—فردی که نه فرمانده بود و نه مسئولیت رسمی در ساختار جنگی داشت—با استقبال گسترده نسل جوان مواجه شد. این کتاب نه توسط نهادهای دولتی، بلکه از سوی مؤسسات غیردولتی منتشر شد و به‌دلیل زبان ساده، صمیمی و واقعی، جایگاه ویژه‌ای در میان نوجوانان و جوانان پیدا کرد.

نمونه دیگری از این نوع بازنمایی، کتاب پای که جا ماند، خاطرات اسارت سید ناصر حسینی‌پور است. این اثر نیز با روایت صادقانه و شخصی از تجربه‌های انسانی، رنج، ترس، امید و ایثار در دوران اسارت، توانست تأثیر عمیقی بر مخاطبان بگذارد و نسل Z را با لایه‌های انسانی‌تر از دفاع مقدس آشنا کند.

همچنین کتاب نورالدین پسر ایران، که شرح خاطرات شهید نورالله قجه‌ای است، با تمرکز بر روزمرگی‌های جنگ، دردهای خانوادگی، شوخ‌طبعی‌ها، و حتی ضعف‌های انسانی، توانسته تصویری غیرکلیشه‌ای از یک رزمنده ارائه دهد. همین ویژگی‌ها باعث شده تا این کتاب نیز در شبکه‌های اجتماعی به‌ویژه در میان کتاب‌خوان‌های جوان بازنشر و مورد استقبال قرار گیرد.

این آثار نمونه‌هایی موفق از بازنمایی «تجربه‌های زیسته» هستند که، به‌زعم گرینستاین (۱۹۶۵)، در فرآیند جامعه‌پذیری سیاسی، تأثیر بسزایی دارند. در این چارچوب، جامعه‌پذیری نه از طریق آموزش رسمی یا القائات ایدئولوژیک، بلکه از طریق همذات‌پنداری، تجربه‌های مشترک انسانی، و روایت‌های ملموس و واقعی صورت می‌پذیرد. به‌ویژه در فضای مجازی که نسل Z بیشترین زمان خود را در آن می‌گذراند، این نوع روایت‌ها بیش از قالب‌های رسمی، قابلیت جذب و نفوذ دارند (کریمی، ۱۴۰۱).

مضمون سوم: تسلط رسانه‌های غیردولتی بر بازنمایی دفاع مقدس

در دهه‌های اخیر، شاهد چرخشی معنادار در نحوه بازنمایی گفتمان دفاع مقدس بوده‌ایم؛ به‌گونه‌ای که رسانه‌های غیردولتی، به‌ویژه صفحات شخصی در شبکه‌های اجتماعی و پلتفرم‌هایی مانند تلگرام، آپارات، اینستاگرام، واتساپ و ایتا، نقش برجسته‌ای در بازتعریف این گفتمان برای نسل Z ایفا کرده‌اند. این رسانه‌ها با بهره‌گیری از زبان تصویری، روایت‌های فردی و فرم‌های تعاملی، توانسته‌اند درک جدیدی از مقاومت و ایثار را برای نسلی فراهم کنند که اغلب نسبت به قالب‌های رسمی و بروکراتیک کم‌توجه است.

برخلاف برخی تصورات رایج، نسل Z نه تنها نسبت به مفاهیم مرتبط با مقاومت بی‌تفاوت نیست، بلکه چنانچه این مفاهیم در قالبی نوین و همسو با زبان دیجیتال و سبک زندگی آنان عرضه شود، با آن‌ها ارتباطی مؤثر برقرار می‌کند (یزدانی، ۱۴۰۰). درواقع، چالش اصلی نه در خود محتوا، بلکه در شیوه ارائه و رسانه حامل آن نهفته است. رسانه‌های نوین، با امکان بازتولید و بازنشر سریع محتوا، فضا را برای مشارکت فعالانه کاربران در تولید معنا فراهم کرده‌اند (زارع، ۱۳۹۹). این روند موجب شکل‌گیری نوعی گفتمان غیررسمی مقاومت شده که به‌مراتب تأثیرگذارتر از روایت‌های دولتی در میان نسل جدید است.

مضمون چهارم: شکل‌گیری جامعه‌پذیری سیاسی از پایین به بالا

تحلیل محتوای رسانه‌های نوظهور، به‌ویژه در پلتفرم‌هایی مانند اینستاگرام، تلگرام، آپارات و ایتا، نشان می‌دهد که فرآیند انتقال ارزش‌ها و مفاهیم مرتبط با دفاع مقدس، بیش از آن‌که از مجرای نهادهای رسمی و دولتی مانند آموزش و پرورش، صداوسیما یا نهادهای تبلیغاتی جریان یابد، عمدتاً از سوی کنشگران فرهنگی خرد در حال تحقق است. این گروه متشکل از معلمان جوان، فعالان فرهنگی فضای مجازی، نویسندگان

مستقل، و تولیدکنندگان محتوای خودجوش یا همان آتش به اختیاران عرصه فرهنگی است که اغلب بدون حمایت‌های نهادی، اما با خلاقیت و درک فرهنگی عمیق از مخاطب، توانسته‌اند گفتمان مقاومت را به زبان نسل Z بازآفرینی کنند.

برای نمونه، بسیاری از معلمان در شبکه‌های اجتماعی شخصی خود، با روایت داستان‌هایی کوتاه، بازنشر عکس‌های کمتر دیده‌شده، یا طراحی فعالیت‌های خلاقانه در کلاس‌های درسی، مفاهیم ایثار و مقاومت را به گونه‌ای زنده و شخصی‌شده برای دانش‌آموزان بازگو می‌کنند. همچنین افرادی مانند «علی‌اکبر رائفی‌پور» توانسته‌اند مخاطبان جوان را با تحلیل‌های ساده‌سازی‌شده اما پرمخاطب از تاریخ جنگ و ارزش‌های آن درگیر سازند.

از سوی دیگر، کانال‌های فرهنگی مستقل در پیام‌رسان‌هایی مانند تلگرام و بله، مجموعه‌هایی از پادکست‌ها، موشن‌گرافی‌ها و فیلم‌های کوتاه تولید می‌کنند که به روایت‌های تجربی خانواده‌های شهدا یا سربازان قدیمی می‌پردازند بی‌آن که لحن آن‌ها تبلیغاتی یا شعاری باشد. برای مثال، پروژه «راوی» که توسط جمعی از مستندسازان جوان راه‌اندازی شده، تلاش دارد تا با سبک مصاحبه مستند و بیان طبیعی، گفت‌وگوهایی از نسل‌های درگیر جنگ را به نسل جدید منتقل کند.

این وضعیت دقیقاً با آنچه گرینستاین در نظریه جامعه‌پذیری سیاسی خود بیان کرده، تطابق دارد. او تأکید می‌کند که گروه‌های همسالان، تعاملات روزمره و تجربه‌های غیررسمی، در فرآیند جامعه‌پذیری سیاسی تأثیری به مراتب عمیق‌تر و ماندگارتر از آموزش رسمی دارند (Greenstein, 1965). به‌ویژه در میان نسل Z که به‌شدت نسبت به ساختارهای رسمی بی‌اعتماد و حساس است، نقش معلمان هم‌نسل، تولیدکنندگان محتوای دیجیتال، و الگوهای فرهنگی کوچک‌مقیاس، به مراتب مؤثرتر از نهادهای رسمی تلقی می‌شود (قربانی، ۱۴۰۲).

الف) مضامین مثبت: تحلیل محتواها نشان می‌دهد که فرهنگ دفاع مقدس در بیشتر موارد مضامین مثبتی را منتقل می‌کند:

- احترام به گذشتگان
- احساس مسئولیت اجتماعی
- هویت ملی و مذهبی
- همبستگی اجتماعی

این مضامین به شکل‌گیری یک فرهنگ سیاسی جهادی-مقاومتی در نسل Z کمک می‌کنند (انصاری، ۱۳۹۵).

ب) مضامین منفی و چالش‌ها: در کنار مضامین مثبت، برخی مضامین منفی یا چالش‌هایی نیز مشاهده شد:

- فاصله زمانی با رویدادهای دفاع مقدس
- عدم ارتباط مستقیم با مسائل فعلی جامعه
- احساس ساختگی بودن برخی از داستان‌ها و روایت‌ها
- کم‌رنگ شدن تأثیر مدارس و رسانه‌های سنتی در مقابل شبکه‌های اجتماعی

این چالش‌ها نشان می‌دهند که القای فرهنگ دفاع مقدس به نسل Z بدون تطبیق با شرایط فرهنگی و رسانه‌ای جدید، محدودیت‌هایی دارد (سراج، ۱۳۹۸).

۶- نتایج و بحث

۶-۱- تطبیق یافته‌ها با مؤلفه‌های نظری گرینستاین

الف) خانواده: از روایت سنتی تا شکاف تفسیری: گرینستاین خانواده را نخستین محیط جامعه‌پذیری معرفی می‌کند؛ جایی که زبان سیاسی، ارزش‌ها و نگرش‌های اولیه شکل می‌گیرند. در جامعه ایرانی، خانواده‌هایی که تجربه مستقیم در جنگ داشتند (شهید، جانباز، رزمنده) معمولاً حامل خاطرات و روایت‌های دست‌اولی هستند که می‌توانند منشأ جامعه‌پذیری قوی‌تری باشند. با این حال، یافته‌ها نشان می‌دهد که این انتقال در نسل Z با چالش‌های تفسیر بین‌نسلی مواجه شده است. بسیاری از نوجوانان، روایت‌های والدین یا پدربزرگ‌ها را «احساسی»، «غیرواقعی» یا «مربوط به گذشته» می‌دانند (سلیمانی، ۱۴۰۱).

از منظر گرینستاین، زمانی خانواده‌ها نقش مؤثرتری در جامعه‌پذیری ایفا می‌کنند که بتوانند روایت‌های خود را با زبانی قابل فهم برای نسل جدید ترجمه کنند؛ امری که امروزه با استفاده از فناوری (مانند ثبت خاطرات در قالب پادکست یا مستند خانگی) امکان‌پذیر شده است (Greenstein, 1965; Jenkins, 2006).

ب) نظام آموزشی: ناتوانی در همراهی با تحولات نسلی در نظریه جامعه‌پذیری سیاسی گرینستاین، نظام آموزشی به‌عنوان یکی از عوامل نهادی اصلی در انتقال ارزش‌ها و مفاهیم سیاسی و فرهنگی شناخته می‌شود. در بسیاری از جوامع مدرن، مدارس و برنامه‌های درسی رسمی نه تنها مسئول آموزش سواد مدنی، بلکه نقش مهمی در ساخت هویت فرهنگی و نهادینه‌سازی ارزش‌های ملی ایفا می‌کنند (Greenstein, 1965). با این حال، بررسی نظام آموزشی ایران نشان می‌دهد که در حوزه آموزش مفاهیم مرتبط با دفاع مقدس، با چالش‌هایی جدی مواجه هستیم.

محتوای کتاب‌های درسی مربوط به دفاع مقدس، به‌ویژه در مقطع متوسطه، اغلب از الگویی یک‌سویه، روایت‌محور، کلیشه‌ای و گاه شعاری پیروی می‌کند. این محتواها بیشتر بر اسطوره‌سازی، بیان حماسی، و توصیف‌های غیرتعاملی استوارند؛ در حالی که نسل Z، به‌عنوان نسلی که در دل رسانه‌های دیجیتال رشد کرده، نیازمند یادگیری مشارکتی، محیط‌های تعاملی و بازسازی فعال مفاهیم است، نه صرفاً دریافت منفعلانه اطلاعات (Prensky, 2001).

یافته‌های پژوهشی نشان می‌دهد که ضعف در زبان آموزشی، عدم انطباق شیوه‌های تدریس با نیازهای شناختی نسل جدید و غیبت ابزارهای نوینی مانند بازی‌های جدی (serious games)، فیلم‌های تعاملی، واقعیت مجازی و شبیه‌سازهای میدانی، موجب شده است که نظام آموزشی رسمی در ایران، نقشی حداقلی در جامعه‌پذیری نسل جوان نسبت به گفت‌وگو، مقاومت ایفا کند (رضایی، ۱۴۰۰). به‌عنوان مثال، در حالی که برخی کشورها از شبیه‌سازهای تاریخی برای بازسازی جنگ‌های ملی استفاده می‌کنند (مانند پروژه "Mission US" در آمریکا که دانش‌آموز را در جایگاه یک شخصیت تاریخی قرار می‌دهد) در ایران تلاش‌های مشابه بسیار محدود و گاه ناکارآمد بوده‌اند. نمونه‌هایی مانند انیمیشن نبرد خرمشهر یا بازی رایانه‌ای مبارزه در فاو، اگرچه گامی ابتدایی محسوب می‌شوند، اما به‌دلیل ضعف در روایت‌گری، طراحی تعاملی ضعیف، و نگاه تک‌بعدی ایدئولوژیک، موفق به جذب نسل Z نشده‌اند.

بدین ترتیب، آموزش رسمی نتوانسته با تحولات نسلی، زبانی و رسانه‌ای همگام شود و نقش خود را در انتقال گفت‌وگو، مقاومت به‌عنوان بخشی از جامعه‌پذیری سیاسی حفظ کند. این ضعف موجب شده است تا بار انتقال این مفاهیم به رسانه‌های غیردولتی و کنشگران فرهنگی غیررسمی منتقل شود، که خود نشانه‌ای از کاستی در کارکرد نهادی نظام آموزشی است.

ج) رسانه‌ها: از انتقال ارزش تا بازتعریف فرهنگی: در نظریه جامعه‌پذیری سیاسی گرینستاین، رسانه‌ها به‌عنوان یکی از اصلی‌ترین منابع جامعه‌پذیری در جوامع مدرن شناخته می‌شوند. رسانه‌ها نه تنها انتقال‌دهنده پیام‌های سیاسی و فرهنگی‌اند، بلکه قادرند فضای همگانی (public sphere) را شکل دهند، گفتمان‌های مسلط را بازتولید یا حتی به چالش بکشند (Greenstein, 1965). در این میان، نوع رسانه و شیوه انتقال پیام، نقش تعیین‌کننده‌ای در اثرگذاری آن دارد.

بررسی داده‌های پژوهش حاضر نشان می‌دهد که رسانه‌های سنتی ایران مانند تلویزیون رسمی (صداوسیما) و خبرگزاری‌هایی چون ایرنا، فارس و مهر، در میان نسل Z از مشروعیت و مقبولیت پایین‌تری برخوردارند. محتوای این رسانه‌ها به سبب لحن رسمی، ساختار تک‌گویانه، ضعف در جذابیت بصری و فقدان تعامل‌پذیری، اغلب نتوانسته با سبک ارتباطی و انتظارات شناختی این نسل همگام شود. مخاطب امروز، به‌ویژه نسل Z، بیشتر به رسانه‌هایی گرایش دارد که محتوایی تعاملی، کوتاه، تصویری، و گاه طنزآلود ارائه می‌دهند (Prensky, 2001).

در مقابل، رسانه‌های دیجیتال مانند اینستاگرام، آپارات، واتساپ و حتی ای‌تا، بستری برای تولید و بازنشر روایت‌های شخصی، مستندهای کوتاه، تصاویر آرشیوی مردمی و محتوای روایت‌محور فراهم کرده‌اند. این فضاها نه فقط انتقال‌دهنده ارزش‌ها، بلکه مکان‌هایی برای «بازتعریف فرهنگی» مفاهیمی مانند دفاع مقدس که در ذهن نسل جدید دیگر به صورت یک‌دست، قهرمانانه یا تقدس‌گرایانه پذیرفته نمی‌شوند، بلکه به شکل انتقادی، چندلایه و گاه حتی طنزآمیز بازاندیشی می‌گردند (Jenkins, 2006).

برای نمونه، در اینستاگرام صفحاتی چون روایت جنگ بدون سانسور یا تاریخ تصویری دفاع مقدس، با بهره‌گیری از عکس‌های واقعی، نامه‌ها، خاطرات روزمره و حتی مصاحبه‌های کمتر دیده‌شده، بازخوانی تازه‌ای از جنگ ارائه می‌دهند. همچنین در آپارات و ای‌تا، برخی پادکست‌ها و ویدئوهای تولیدشده توسط مستندسازان جوان، با رویکرد تحلیلی و گاه انتقادی، بخش‌هایی از تاریخ جنگ را از منظر اجتماعی و روانی بررسی می‌کنند.

این تغییر رویکرد از «انتقال یک‌سویه ارزش» به «بازتعریف فرهنگی»، نشانه‌ای از تحول در نقش رسانه‌ها در جامعه‌پذیری است؛ تحولی که نه تنها منطبق بر نظریه گرینستاین، بلکه همسو با نظریه فرهنگ مشارکتی هنری جنکینز است. به‌زعم جنکینز، در عصر دیجیتال، کاربران نه فقط مصرف‌کننده، بلکه تولیدکننده معنا و روایت‌اند؛ و همین ویژگی، قدرت رسانه‌های دیجیتال را در بازسازی گفتمان‌های سیاسی و فرهنگی دوچندان کرده است (Jenkins, 2006).

د) گروه‌های همسالان: مشارکت خلاقانه در فضای دیجیتال: در نظریه جامعه‌پذیری سیاسی گرینستاین، گروه‌های همسال، به‌ویژه در دوره‌های حساس نوجوانی و جوانی، یکی از مؤثرترین منابع شکل‌گیری نگرش‌ها، ارزش‌ها و هویت سیاسی افراد به‌شمار می‌روند (Greenstein, 1965). برخلاف نهادهای رسمی که انتقال مفاهیم را از بالا به پایین و در ساختاری عمودی دنبال می‌کنند، گروه‌های همسال بر پایه تعامل، مشارکت و گفتگو عمل می‌کنند و اثرگذاری آن‌ها اغلب درونی‌تر و پایدارتر است.

یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که در عصر دیجیتال، نقش گروه‌های همسال بیش از پیش گسترش یافته و به فضاهای جدیدی چون انجمن‌های مجازی، گروه‌های دوستانه در پیام‌رسان‌ها، کانال‌های گفت‌وگو در پلتفرم‌هایی مانند واتساپ و ای‌تا منتقل شده است. این فضاها به‌صورت روزانه محل تبادل تجربیات، اظهارنظرهای آزاد، شوخی‌های فرهنگی، و شکل‌گیری گفتمان‌های سیاسی میان نسل Z هستند. در این ساختار، نوجوانان و جوانان نه مخاطبان منفعل، بلکه کنشگرانی فعال در بازتولید و بازتعریف معنا محسوب می‌شوند.

به‌طور خاص، مفاهیم مرتبط با مقاومت و دفاع مقدس نیز در این بسترهای دیجیتال به‌گونه‌ای متفاوت مورد بحث و بازنمایی قرار می‌گیرند. در گروه‌های دوستانه یا انجمن‌های موضوع‌محور، مباحث مربوط به شهدا، جنگ ایران و عراق، و ارزش‌هایی چون ایثار یا وطن‌دوستی نه فقط بازگو می‌شوند، بلکه به‌صورت انتقادی، مقایسه‌ای و خلاقانه تحلیل می‌گردند. این فرآیند منجر به شکل‌گیری نوعی جامعه‌پذیری سیاسی «افقی» می‌شود که در آن مفاهیم رسمی با تجربه‌های زیسته، زبان خودمانی و گاه طنزآلود نسل جدید بازتعریف می‌گردند.

این الگوی تعاملی جامعه‌پذیری، با آنچه مانوئل کاستلز آن را «شبکه‌سازی افقی قدرت» در جامعه اطلاعاتی می‌نامد، هم‌خوانی دارد؛ در این فضا، قدرت معنا و روایت دیگر از انحصار نهادهای رسمی خارج شده و در اختیار بازیگران متعدد و غیررسمی قرار می‌گیرد (Castells, 2011). برای مثال، گفت‌وگوهای چندساعته در واتساپ یا ایتا درباره چهره‌های مردمی جنگ، یا نقد و بررسی کتاب‌های خاطرات شهدا، نشانه‌هایی از این مشارکت هم‌سطح، نقادانه و داوطلبانه هستند که سهم مهمی در جامعه‌پذیری سیاسی نسل Z دارند.

۵) تجربه‌های زیسته: از اردوهای سنتی تا فناوری‌های غوطه‌ور: در نظریه جامعه‌پذیری سیاسی گرینستاین، تجربه‌های شخصی و ملموس یکی از مؤثرترین ابزارهای یادگیری و درونی‌سازی مفاهیم سیاسی تلقی می‌شوند. به باور او، این نوع تجربیات به‌مراتب مؤثرتر از آموزش رسمی و گفتارهای انتزاعی‌اند، زیرا در بستر زیست روزمره و با مشارکت فعال فرد شکل می‌گیرند و می‌توانند به شکل‌گیری «یادگیری سیاسی پایدار» منجر شوند (Greenstein, 1965).

در این چارچوب، تجربه‌های زیسته‌ای مانند حضور در اردوهای راهیان نور، بازدید از مناطق عملیاتی جنوب و غرب کشور، مشارکت در برگزاری یادواره‌های مدرسه‌ای شهدا، یا همکاری در پروژه‌های فرهنگی مرتبط با دفاع مقدس، می‌توانند بستری برای پیوند عاطفی - شناختی نسل Z با گفتمان مقاومت فراهم کنند. البته تأکید اصلی بر بازطراحی این تجربه‌ها بر اساس نیازهای نسل جدید است؛ چرا که در صورت تکرار الگوهای سنتی و یک‌سویه، این برنامه‌ها نیز ممکن است به تجربه‌ای سطحی یا حتی خسته‌کننده تبدیل شوند.

یافته‌های پژوهشی و گزارش‌های میدانی حاکی از آن است که اردوهایی که مبتنی بر مشارکت داوطلبانه، روایت‌محوری تعاملی و استفاده از فناوری‌های نو مانند واقعیت مجازی (VR)، مستندهای ۳۶۰ درجه، یا اپلیکیشن‌های تلفن همراه برای مکان‌یابی و داستان‌گویی هستند، تأثیرگذاری بسیار بیشتری دارند. برای نمونه، استفاده از «هدست‌های واقعیت مجازی» در بازدید از شلمچه یا طلائی، که امکان شنیدن صدای واقعی رزمندگان یا مشاهده بازسازی‌های دیجیتال از صحنه‌های نبرد را فراهم می‌کند، به‌مراتب مؤثرتر از حضور صرف در مکان بدون هیچ ابزار تعاملی است (حسینی‌نژاد، ۱۴۰۱).

همچنین، وقتی دانش‌آموزان خود مسئول طراحی و اجرای یادواره‌های شهدا، تولید محتوا برای صفحات مدرسه‌ای، یا روایت زندگی شهدای بومی منطقه می‌شوند، مشارکت آنان در فرآیند جامعه‌پذیری سیاسی عمیق‌تر و معنادارتر می‌گردد. این مشارکت فعالانه، مفاهیم مقاومت را از یک «دستور رسمی» به یک «خاطره درونی‌شده» و شخصی‌شده تبدیل می‌کند؛ مفهومی که گرینستاین از آن به‌عنوان عنصر بنیادین در یادگیری سیاسی نام می‌برد.

در این میان، ابزارهای شناختی و رسانه‌ای خاص نسل Z مانند زبان تصویری، تعامل‌پذیری، و رویکرد تجربی، نقش واسطه مؤثری ایفا می‌کنند و باعث می‌شوند این تجربه‌ها نه فقط ذخایر اطلاعاتی، بلکه بخشی از هویت نسلی آنان تلقی شود.

۶-۲- نتیجه‌گیری

یافته‌های تحلیل گفتمان و تحلیل مضمون در پژوهش حاضر، نشان می‌دهد که فرآیند جامعه‌پذیری سیاسی نسل Z در ارتباط با فرهنگ دفاع مقدس، از مدل انتقال رسمی - عمودی به سوی الگوی فرهنگی - افقی و مشارکتی حرکت کرده است؛ یعنی تنها نهادهای رسمی فرهنگی (همچون مدرسه، رسانه ملی، و سازمان‌های دولتی) بازیگران اصلی نیستند، بلکه ساختارهای غیررسمی، گروه‌های همسال، تولیدکنندگان محتوای مستقل، و پلتفرم‌های دیجیتال، نقش کلیدی در بازآفرینی مفاهیم مقاومت ایفا می‌کنند. این واقعیت با نظریه جامعه‌پذیری سیاسی گرینستاین که بر چندمنبعی بودن فرایند جامعه‌پذیری تأکید دارد، همخوانی عمیقی دارد. (Greenstein, 1965)

برخلاف الگوی سنتی انتقال از بالا به پایین، که در آن نهادهای رسمی با رویکردی یک‌سویه و نمادین به آموزش مفاهیم مقاومت می‌پردازند، نسل Z ترجیح می‌دهد با مفاهیم دفاع مقدس در قالب‌هایی زنده، دیجیتال، تعاملی و معنادار روبه‌رو شود. در واقع، آنچه موجب درونی‌سازی ارزش‌های دفاع مقدس در ذهن و زیست نسل Z می‌شود، نه تکرار شعارهای کلیشه‌ای یا محتوای رسمی و خشک، بلکه تبدیل این مفاهیم به تجربه‌های شخصی، ملموس، و روزمره است. به عبارتی، ارزش‌هایی مانند ایثار، وفاداری، و وطن‌دوستی تنها زمانی در این نسل بازتولید می‌شوند که با زبان نسل جدید، ابزارهای شناختی معاصر، و شیوه‌های ارتباطی دیجیتال تلفیق شوند.

در این میان، رسانه‌های دیجیتال، پلتفرم‌های تعاملی، مربیان جوان، معلمان خلاق، روایت‌های مردمی و تولیدکنندگان محتوای مستقل، نقشی حیاتی و پیشرو در این فرآیند ایفا می‌کنند. آن‌ها توانسته‌اند با بهره‌گیری از ابزارهایی مانند روایت‌محوری، ویدئوهای کوتاه، واقعیت مجازی، مستندهای چندرسانه‌ای، طنز و زبان صمیمی، گفتمان مقاومت را بازتعریف کرده و آن را به بخشی از زیست فرهنگی نسل Z تبدیل نمایند.

به‌طور خلاصه، اگر هدف سیاست‌گذاران فرهنگی، تداوم فرهنگی مفاهیم دفاع مقدس و انتقال بین‌نسلی آن باشد، لازم است که از تمرکز صرف بر نهادهای رسمی و ساختارهای نمادین فاصله گرفته، و به بازسازی زبان، ابزار و بستر این مفاهیم متناسب با اقتضائات نسلی و رسانه‌ای نسل Z توجه کنند. تنها در این صورت است که فرهنگ دفاع مقدس می‌تواند نه فقط منتقل، بلکه «زیسته» شود.

۶-۳- پیشنهادات

۱. بازطراحی محتوای آموزشی دفاع مقدس در مدارس و دانشگاه‌ها به‌صورت تعاملی، چندرسانه‌ای و مبتنی بر بازی (Game-based Learning).
۲. حمایت از تولید محتوای مستقل توسط نسل Z درباره شهدا، ایثارگران و ارزش‌های مقاومت با استفاده از اینستاگرام، ایتا، آپارات، واتساپ و پلتفرم‌های پادکست.
۳. اجرای اردوها و روایت‌های میدانی تعاملی با استفاده از فناوری‌هایی مانند واقعیت مجازی و مستندهای ۳۶۰ درجه برای بازسازی فضاهای جبهه.
۴. ایجاد شبکه فرهنگی همسالان در مدارس و دانشگاه‌ها برای تولید و بازنشر گفتمان مقاومت از پایین به بالا.
۵. برگزاری کارگاه‌های توانمندسازی معلمان و مربیان فرهنگی برای آموزش روش‌های جامعه‌پذیری دیجیتال.
۶. ایجاد ارتباط بین مضامین دفاع مقدس و مسائل فعلی جامعه

منابع:

- انصاری، م. (۱۳۹۵). فرهنگ دفاع مقدس و هویت سیاسی ایرانی. تهران: نشر نی.
- بشیریه، ح. (۱۳۸۰). مبانی علم سیاست. تهران: نشر نی.
- بنیاد شهید و امور ایثارگران. (۱۳۹۹). گزارش فعالیت‌های فرهنگی بنیاد شهید (گزارش شماره ۱۳۹۹-۰۵).
- حسن‌زاده، ح. (۱۳۹۰). فرهنگ‌نامه دفاع مقدس. تهران: مرکز اسناد و تحقیقات دفاع مقدس.
- رضایی، م. (۱۴۰۰). «ارزیابی انتقادی محتوای کتاب‌های درسی دفاع مقدس در مقطع متوسطه». فصلنامه مطالعات برنامه‌ریزی درسی، ۱۳(۳)، ۸۵-۱۰۲.
- زارع، م. (۱۳۹۹). شبکه‌های اجتماعی و بازتولید مفاهیم فرهنگی انقلاب اسلامی. تهران: انتشارات سروش.
- سازمان صداوسیما. (۱۳۹۸). گزارش سالانه برنامه‌های فرهنگی (گزارش شماره ۱۳۹۸-۱۲).
- سراج، م. (۱۳۹۸). نسل Z و تحولات فرهنگی در ایران. تهران: نشر دانشگاه تهران.
- سراج، سید مجتبی. (۱۳۹۸). سیاست‌ورزی نسل جدید در ایران؛ بررسی نسل Z و فضای مجازی. تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- سلیمانی، ف. (۱۴۰۱). بررسی تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر هویت ملی نسل Z. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران.
- عابدی، س. و مرادی، ک. (۱۳۹۸). «بررسی الگوهای یادگیری نسل Z در فضای مجازی». فصلنامه آموزش و رسانه، ۱۰(۲)، ۷۷-۹۲.
- قربانی، ع. (۱۴۰۲). «نقش کنشگران خرد فرهنگی در بازتولید گفتمان مقاومت در فضای مجازی». فصلنامه مطالعات فرهنگی انقلاب اسلامی، ۶(۲)، ۸۳-۱۰۰.
- کریمی، م. (۱۴۰۱). «نقش روایت‌های تجربی در بازنمایی گفتمان مقاومت در رسانه‌های اجتماعی». پژوهش‌نامه فرهنگ پایداری، ۴(۱)، ۴۵-۶۳.
- مظاهری، م. ح. (۱۴۰۰). تاریخ شفاهی جنگ در روایت نسل سوم. تهران: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.
- وزارت آموزش و پرورش. (۱۳۹۷). راهنمای تالیف کتب درسی دوره متوسطه (گزارش شماره ۱۳۹۷-۰۸).
- یزدانی، ف. (۱۴۰۰). «نقش رسانه‌های نوین در جامعه‌پذیری سیاسی نسل Z». فصلنامه مطالعات رسانه‌ای و فرهنگی انقلاب اسلامی، ۱۲(۴)، ۷۲-۵۵.

Almond, G. A., & Verba, S. (1963). The Civic Culture: Political Attitudes and Democracy in Five Nations. Princeton University Press. <https://doi.org/10.1515/9781400874569>

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3 (2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>

Castells, M. (2011). *Communication Power* (2nd ed.). Oxford: Oxford University Press. https://doi.org/10.1111/j.1468-4446.2011.01369_2.x

Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon*, 9(5), 1–6. <https://doi.org/10.1108/10748120110424816>

Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: NYU Press. <https://doi.org/10.18574/nyu/9780814743683.001.0001>

Inglehart, R. (1977). *The Silent Revolution: Changing Values and Political Styles among Western Publics*. Princeton University Press.

Greenstein, F. I. (1965). *Children and Politics*. New Haven: Yale University Press.

Greenstein, F. I. (1965). Political socialization. In D. E. Apter (Ed.), *Ideology and Discontent* (pp. 239–269). Free Press.

Greenstein, F. I. (2002). *The Hidden-Hand Presidency: Eisenhower, Americans, and the Cold War*. Princeton University Press.

Mayring, P. (2014). *Qualitative Content Analysis: Theoretical Foundation, Basic Procedures and Software Solution*. Beltz.

Schwandt, T. A. (2001). *Dictionary of Qualitative Inquiry* (2nd ed.). Sage Publications.

Schwandt, T. A. (1994). Constructivist, interpretivist approaches to human inquiry. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), *Handbook of Qualitative Research* (pp. 118–137). Sage Publications.