

«مطالعات جامعه‌شناسی»

سال هشتم، شماره بیست و نهم، زمستان ۱۳۹۴

ص ص ۷۵-۹۱

شناسایی و مقایسه میزان شناخت و علاقه‌مندی دانش‌آموزان به اساطیر باستانی و معاصر

دکتر مهراں صمدی^۱

فاطمه سادات رضوی^۲

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۵/۴/۲۵

تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۳۹۵/۷/۲۳

چکیده

پژوهش حاضر باهدف شناسایی و مقایسه میزان شناخت و علاقه‌مندی نسل جوان به اساطیر باستانی و معاصر و همچنین چهره‌های دفاع مقدس ملی و بومی انجام گرفته است. نمونه این پژوهش از طریق نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای از بین دانش‌آموزان مدارس ناحیه ۲ تبریز انتخاب گردیده است. حجم نمونه آماری مطابق جدول مورگان ۳۶۴ نفر تعیین شد. پژوهشگر برای جلوگیری از افت تعداد پرسشنامه، تعداد ۴۳۵ پرسشنامه در بین افراد نمونه مورد مطالعه توزیع کرده و پس از حذف پرسشنامه‌های ناقص ۳۶۵ پرسشنامه را مورد بررسی قرار داد. روش جمع‌آوری اطلاعات به شکل میدانی و از طریق یک پرسشنامه محقق‌ساخته برای سنجش میزان آشنایی با اساطیر و پرسشنامه استاندارد دین‌داری گلاک و استارک برای سنجش میزان دین‌داری می‌باشد. نتایج نشان داد که بین میزان آشنایی دانش‌آموزان با اساطیر باستانی و معاصر و چهره‌های دفاع مقدس ملی و بومی تفاوت معنی‌داری وجود دارد. همچنین نتایج نشان می‌دهد ارتباط معنی‌داری بین میزان تعلق مذهبی دانش‌آموزان و میزان آشنایی آنان با هریک از اساطیر و چهره‌های دفاع مقدس وجود دارد.

واژگان کلیدی: اسطوره، اسطوره‌سازی، رسانه، دین‌داری، دفاع مقدس.

مقدمه

مسئله نخستین نماد سازی‌های بشر در طول تاریخ با تغییراتی که در آن‌ها پدید آمد نشانگر باورها و اندیشه‌های او و در نتیجه باورهای اساطیری او بوده‌اند و از آن‌جا که اسطوره‌ها نماد و اسوه‌های برجسته اعتقادی و عملی در هرملت به شمار می‌آیند می‌توان آن‌ها را الگوهای جامعه برشمرد. اسطوره واژه معرب

۱. استادیار گروه ارتباطات اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز؛ تبریز- ایران (نویسنده مسئول).

۲. کارشناس ارشد ارتباطات اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تبریز- ایران.

از اصل یونانی هیستوریا (Historia) به معنی جستجو و آگاهی و داستان از مصدر هیستارن (Histaren) به معنی بررسی کردن و شرح دادن است که جمع مکسر آن در عربی اساطیر خوانده می‌شود (پرمول، ۱۳۳۵: ۹). از سویی دیگر اسطوره به دو معنی «داستانی راست» و «کاری الگو و نمونه» که فرهنگ‌ساز است؛ و «افسانه‌سازی و پنداری» در جهان امروز رواج دارد (ستاری، ۱۳۷۶: ۱) مفهوم پارادایم / الگو در نزد کوهن از مشخصه‌های نظری و روش‌شناختی (هم‌چون تعمیم‌های نمادین، مدل‌های اکتشافی و هستی-شناختی) فراتر رفته و عناصر فرآنظری و فراروشی چون ارزش‌ها و سرمشق را نیز در برمی‌گیرد. اسطوره-ها گنجینه‌ای رمزی و قدسی برای بررسی سرچشمه معنویت‌گرایی و حافظه جمعی انسان‌ها هستند و ایران به عنوان یکی از تمدن‌های باستانی، زادگاه اسطوره‌های بزرگ و بی‌مانند است که در دیگر فرهنگ-ها نیز رسوخ نموده و تا به امروز عناصر هویت‌بخشی و فرهنگ‌سازی خود را حفظ کرده است (افراسیاب-پور، ۱۳۸۹: ۱۳). اسطوره‌ها بیش از آن که زائیده طبیعت خارجی باشند بر آمده از باطن و جهان درونی انسان‌ها هستند (همان: ۱۵). علایق انسانی به آرمان‌ها، ارزش‌ها و رفتارها را می‌توان سر منشاء ایجاد فرهنگ جامعه دانست، در نتیجه میزان علاقه‌مندی به اساطیر می‌تواند عاملی برای شناخت فرهنگ جامعه باشد که بخشی از هویت جمعی و ملی، دینی-سیاسی یک ملت را تشکیل می‌دهد. اسطوره‌ها هویت جمعی، ملی و سیاسی یک ملت را صورت می‌بخشند. اسطوره روایت مورد پذیرش مردم از ریشه و بنیان جوامع و ملت‌ها و بیانگر نحوه شکل‌گیری جهان امروز، رفتار و آداب و سنن است و در بسیاری از موارد، با بنیان‌های مذهبی پیوند عمیقی دارد. اسطوره مدل رفتار انسان‌ها و جوامع را شکل می‌بخشد و بر نهادها و ساختار آن‌ها تاثیر می‌گذارد و از طریق ایجاد تقدس، برای رفتار و سنن، مشروعیت ایجاد می‌کند و در نوع مذهبی آن با جداسازی انسان از وضعیت کنونی و پیوند دادنش با گذشته‌ای معنوی، نوعی تجربه دینی به ارمغان می‌آورد (امینیان، ۱۳۹۱: ۲۸).

اسطوره از آن نظر که به انسان و عالم انسانی وابستگی تام و تمام دارد و در تمام ادوار تاریخ و حتی تا امروز با او بوده است، در تمام عرصه‌های فرهنگی، هنری و معرفتی او نیز نفوذ خود را آشکار کرده است (باباخانی، ۱۳۸۹: ۸)، در نتیجه می‌توان گفت: اسطوره‌شناسی بخشی از مردم‌شناسی فرهنگی است که درباره پیدایش و آفرینش جهان و هستی، نقش ایزدان و پهلوانان و ارتباط انسان با طبیعت و هستی سخن می‌گوید (محمودی بختیاری، ۱۳۶۸: ۱۰۰). این تحقیق درصدد بررسی و مقایسه میزان شهرت یا محبوبیت اساطیر باستانی یا معاصر و یا اساطیر دفاع مقدس نیست بلکه از آن جایی که رسانه‌ها مهم‌ترین و بیشترین نقش را در برجسته‌سازی چهره‌ها دارند؛ هدف این پژوهش بررسی این نکته می‌باشد که کدام شخصیت‌ها در بین نوجوانان و جوانان شناخته شده‌تر هستند و از آن طریق به نقش رسانه‌ها پرداخته شود. زیرا فعالیت و یا کم کاری رسانه در حوزه‌های مربوطه باعث شناخت و یا عدم آگاهی نسل جوان از این چهره‌ها می‌باشد. در این پژوهش منظور از اساطیر باستانی؛ اساطیر باستانی ایرانی و یونانی و رومی مد نظر می‌باشد که نمونه‌هایی

چون رستم، افراسیاب، اهورامزدا، بهرام، جمشید و ... زئوس، هرکول، آتنا، نپتون، آپولون و ... و اساطیر کهن قومی چون دده قورقود، دومرول و ... را می‌توان نام برد. اساطیر معاصر: شخصیت‌های برجسته معاصر، بازیگران، شخصیت‌های خیالی فیلم‌های هالیوودی، موسیقی‌دانان، خوانندگان و ... مدنظر می‌باشند و منظور از اساطیر دوران دفاع مقدس در این تحقیق شهدا، جانبازان، آزادگان و همسران‌شان، جهادگران و بسیجیان می‌باشد. به فرموده مقام معظم رهبری: «هرکشور و ملتی با آرمان‌ها، اسطوره‌ها و نمادهای خود زندگی می‌کند. همه آن‌ها که دفاع جانانه‌ای کردند، آماده‌سازی فداکارانه‌ای که نسبت به ابزار و تجهیزات نظامی از آفندی و پدافندی انجام دادند و آماده به کاری عناصر برای حضور در جبهه‌های خطرناک، هرکدام از آن افراد یک اسطوره‌اند. اگر دنبال اسطوره می‌گردید، اسطوره آن‌هایند.»

آیا قهرمانان ۸ سال جنگ تحمیلی اسطوره می‌باشند؟ در پاسخ باید اشاره کرد که: «به مرور زمان که جامعه‌ای توسعه می‌یابد، اساطیرش مورد تجدید نظر قرار می‌گیرند و منقح و مهذب و یا از نو تفسیر می‌شوند تا با نیازمندی‌های تازه سازگار گردند(ستاری، ۱۳۸۷: ۱۰۹)، که در این حالت اسطوره دیگر به هیچ وجه تبیین نیست، بلکه بیان است؛ بیان این‌که چیزی مثل زندگی کردن در این عالم چگونه احساس می‌شود، پس اسطوره از این‌که صرفاً بدوی باشد دست می‌کشد و به امری کلی و جهانشمول بدل می‌شود. اسطوره دیگر نه امر کاذب و موهوم، بلکه امری صادق و حقیقی است. اسطوره وضعیت انسان را به تصویر می‌کشد(سگال، ۱۳۸۹: ۸۸). اسطوره‌ها در تمام ابعاد زندگی انسان پدیدار می‌شوند و به تعبیری «هرگز نمی‌میرند بلکه مدام نو به نو به اشکال گوناگون رخ می‌نمایند»(ستاری، ۱۳۸۳: ۷). لذا این تحقیق در صدد پاسخ به این سوال می‌باشد که نسل جوان ایرانی به کدامیک از اساطیر علاقه بیشتری دارد و از آن‌جا که نابودی اسطوره‌ها، نابودی هویت یک ملت است بنابراین با تعمیق بخشیدن به باورها و شناخت این نسل از سرمایه‌های اجتماعی خود که نمونه‌ای از آن اسوه‌ها و اساطیر ۸ سال دفاع مقدس هستند می‌توان هویت ملی و مذهبی آن‌ها را تثبیت و میزان دل‌بستگی آن‌ها را به اساطیر غربی کاهش داد. چرا که یکی از اساسی‌ترین روش‌های احراز هویت در "جوامع سنتی"، باور و خلق اسطوره‌ها بود(Rauch, 2003, 16)، هویت در تعامل با فرهنگ باستانی و فرهنگ دینی شکل می‌گیرد. نگرش فوق به روشنی جایگاه اسطوره را مشخص می‌کند، بنابراین شناخت علاقه‌مندی نسل جوان به اساطیر که آینده این سرزمین به دست آن‌هاست و علت‌یابی آن امری ضروری به نظر می‌رسد. شناخت میزان علاقه‌مندی به الگوها و اساطیر معاصر ایرانی - اسلامی ما را در پیدا کردن مسیری برای جهت‌دهی به علایق جوانان از طریق رسانه‌های مختلف و ریشه‌دار کردن شناخت نسل جوان از الگوهای برجسته میهن اسلامی‌مان یاری می‌کند.

اهداف تحقیق

هدف اصلی

– تعیین میزان شناخت و علاقه‌مندی نسل جوان به اساطیر باستانی و معاصر و مقایسه آن با اساطیر دفاع مقدس ملی و بومی.

اهداف فرعی

– مقایسه میزان آشنایی دانش‌آموزان دبیرستانی با اساطیر باستانی ایرانی و هنرمندان جهانی معاصر
 – مقایسه میزان آشنایی دانش‌آموزان دبیرستانی با اساطیر قومی و هنرمندان جهانی معاصر
 – مقایسه میزان آشنایی دانش‌آموزان دبیرستانی با اساطیر و هنرمندان جهانی معاصر و اساطیر دفاع مقدس ملی و بومی
 – مقایسه میزان تعلق مذهبی و میزان آشنایی با اساطیر و هنرمندان جهانی معاصر و اساطیر دفاع مقدس ملی و بومی.

تعریف متغیرها

– منظور از آشنایی با اساطیر باستانی ایرانی؛ آشنایی با: اهورا مزدا، کی‌کاووس، کی‌خسرو، جمشید، فریدون، گرشاسب، رستم، افراسیاب، سهراب و کاوه آهنگر می‌باشد.
 – منظور از آشنایی با اساطیر باستانی یونانی – رومی؛ آشنایی با: آپولن، زئوس، هرکول، آشیل، اروس، ژوپیتر، مرکوری، دیانا و ژانوس می‌باشد.
 – منظور از آشنایی با اساطیر قومی؛ آشنایی با: دومرول، دده قورقود، کور اوغلی، ستارخان، باقرخان، علامه امینی، علامه جعفری، علامه طباطبایی و محمدحسین شهریار می‌باشد.
 – منظور از آشنایی با اساطیر معاصر (هنرمندان جهانی معاصر)؛ آشنایی با اساطیر تخیلی: اسپایدر من، بت من، سوپر من، آیرن من، بن تن، کاپتان آمریکا، هری پاتر، هالک، باری، دختر توت‌فرنگی، شرک و باب اسفنجی می‌باشد.
 – بازیگران مشهور معاصر: برد پیت، دی کاپریو، لیام همس ورث، نیکول کید من، کریستن استوارت، جیسون استاتهام و آنجلینا جولی.
 – خوانندگان مشهور معاصر: جاستین درو بیبر، جنیفر لویز، نانسی عجرم، مایکل جک سون، لینکین پارک و انریکه ایگلسیاس.

- منظور از آشنایی با اساطیر دفاع مقدس ملی؛ آشنایی با شهدای برجسته: محمدابراهیم همت، حسین خرازی، احمد متوسلیان، عباس بابایی، مصطفی چمران، محمد جهان آرا، عباس دوران، حسن باقری، احمد کشوری، علی اکبر شیرودی و محمد حسین فهمیده
- ایثارگران: عزیز جعفری، حسین سلامی، قاسم سلیمانی، محسن رضائی، نور علی شوشتری، حسن تهرانی مقدم، علی صیاد شیرازی و احمد کاظمی.
- آزادگان: سید علی اکبر ابو ترابی فرد.
- همسران و مادران رزمندگان: سیده زهرا حسینی، معصومه آباد، شهناز حاجی پور و نسرین افضل.
- منظور از آشنایی با چهره‌های دفاع مقدس بومی؛ آشنایی با شهدای برجسته: مهدی باقری، حمید باقری، حسن شفیع‌زاده، مرتضی یاغچیان، علی تجلایی و احد مقیمی.
- ایثارگران: امین شریعتی.
- جانبازان: نورالدین عافی.
- برای سنجیدن نگرش‌ها و باورهای دینی از پرسشنامه گلاک و استارک استفاده گردید. این پرسشنامه با دین اسلام هم انطباق یافته است (سراج‌زاده، ۱۳۷۴)، پرسشنامه شامل ابعاد پنج‌گانه اعتقادی، عاطفی، پیامدی، مناسکی و فکری به سنجش دین‌داری می‌پردازد.
- بعد اعتقادی یا باورهای دینی عبارتست از: باورهایی که انتظار می‌رود پیروان آن دین به آن‌ها اعتقاد داشته باشند.
- بعد مناسکی یا اعمال دینی: شامل اعمال دینی مشخصی هم‌چون عبادت، نماز، شرکت در آئین‌های دینی خاص، روزه گرفتن و ... است که انتظار می‌رود پیروان هر دین آن‌ها را به جا آورند.
- بعد تجربی یا عواطف دینی: ناظر بر عواطف، تصورات و احساسات مربوط به داشتن روابط با جوهری ربوبی هم‌چون خدا یا واقعیتی غایی یا اقتداری متعالی است.
- بعد فکری: دین یا دانش دینی مشتمل بر اطلاعات و دانسته‌هایی مبنایی در مورد معتقدات هر دین است که پیروان باید آن‌ها را بدانند.
- بعد پیامدی: یا آثار دینی ناظر بر اثرات باورها، اعمال، تجارب و دانش دینی بر زندگی روزمره پیروان است (گلاک و دیگری، ۱۹۶۵؛ به نقل از سراج‌زاده، ۱۳۷۴).

پیشینه تحقیق

مهران السادات خاتمی در سال ۱۳۹۰ با تحقیق خود در مورد کهن الگوی قهرمان در درام تلویزیونی که با نگاهی به ۳ فیلم تلویزیونی دفاع مقدس، به مفهوم ناخودآگاه جمعی می‌پردازد که از سوی کارل گوستا و یونگ مطرح شده است، وی یکی از عناصر تشکیل‌دهنده ناخودآگاه جمعی را، کهن الگوها

می‌داند. یکی از این کهن الگوها ساختار اسطوره‌ای فیلمنامه نام دارد. او در این رساله سعی دارد با بررسی ساختار مزبور نشان دهد چگونه یک هنرمند می‌تواند با بهره‌گیری از نیروی نهفته در کهن الگوها، به ویژه کهن الگوی قهرمان اثر خود را قوت ببخشد. صرفی و هدایتی در سال ۱۳۹۲ در مقاله‌ای با عنوان نماد و نقش مایه‌های نمادین در داستان‌های کودک و نوجوان دفاع مقدس، به چگونگی طرح مسئله جنگ و مسائل و مفاهیم مربوط به آن برای کودکان می‌پردازند. آن‌ها به این نتیجه می‌رسند که استفاده از نماد برای عینی کردن وقایع و حقایق دوران دفاع مقدس برای کودکان و نوجوانان، از شگردهای هنری دسته-ای از آثار است که علاوه بر نزدیک کردن ذهن مخاطب خاص به جریان این وقایع، باعث غنای ادبی آثار داستانی کودک و نوجوان خواهد شد. صادق‌زاده و منادی در سال ۱۳۸۷ در پژوهشی با عنوان جایگاه نماد-های هویت ملی در کتاب‌های درسی ادبیات فارسی و تاریخ دوره متوسطه رشته علوم انسانی به این نتیجه می‌رسند که آموزش هویت ملی در کتاب‌های درسی موردنظر ناقص و گذرا بوده و در میان دروس، صفحات و تصاویر این کتاب‌ها به نمادهای هویت ملی توجه متعالی نشده است.

خیرآبادی، حکیم‌زاده، محمدی و خالقی‌نژاد (۱۳۹۰) در مقاله‌ای با عنوان جایگاه نمادهای هویت ملی در زبان و ادبیات فارسی؛ مطالعه موردی آثار داستانی جمال‌زاده نتیجه گرفته‌اند که از بین مولفه‌های هویت ملی در داستان‌های جمال‌زاده، بیشترین فراوانی متعلق به نمادهای زبان فارسی است و در مراحل بعدی این واکاوی نمادهای جغرافیایی، تاریخی، ادبیات و مشاهیر و فرهنگ از بیشترین فراوانی‌ها برخوردارند. نیک‌پناه، مظلوم‌زاده و پورجعفر در سال ۱۳۹۱، با تحقیقی با عنوان بازکاوی ضرورت‌های فرهنگی و ادبی انتظار و ارزیابی میزان آشنایی جوانان با مبانی مهدوی و معیارهای مربوطه به این نتیجه رسیدند که در مورد «علاقه به مطالعه موضوعات در زمینه مهدی و ظهور آن» بیش از ۶۶ درصد مردان و ۶۸ درصد زنان علاقه نشان دادند که این علاقه بین دو گروه تقریباً یکسان است و در مورد این که کتاب‌های درسی چه اندازه بر آشنایی با اندیشه‌های مهدوی تاثیرگذار بوده است؛ بیش از ۶۶ درصد مردان و ۸۱ درصد زنان نقش کتاب درسی را اندک دانسته‌اند.

روش تحقیق

روش تحقیق با در نظر گرفتن نوع گردآوری داده‌ها توصیفی-پیمایشی خواهد بود. علت استفاده از روش پیمایشی این است که پژوهشگر قصد دارد دیدگاه‌ها و نظرات نمونه‌ای از یک جامعه را بررسی نماید و با توجه به این که توصیف جامعه در یک مقطع از زمان بر مبنای نگرش‌سنجی انجام می‌گیرد تحقیق مقطعی است. بر مبنای هدف تحقیق، پژوهش حاضر کاربردی می‌باشد.

جامعه آماری

جامعه آماری دانش‌آموزان دوره دوم مقطع متوسطه دبیرستان‌های ناحیه ۲ تبریز در نظر گرفته شده که جمعاً ۶۱۲۰ نفر می‌باشد. از نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای در میان دانش‌آموزان دبیرستان ناحیه ۲ تبریز استفاده شده است، از آنجایی که همه خوشه‌ها همگن هستند یک دبیرستان از بین دبیرستان‌های پسرانه و یک دبیرستان از بین دبیرستان‌های دخترانه به صورت تصادفی انتخاب شد و جهت به دست آوردن داده‌ها پرسشنامه در بین آن‌ها توزیع شد. حجم نمونه مطابق فرمول کوکران در سطح خطای ۵ درصد $361/5$ محاسبه شد و با توجه به جدول مورگان ۳۶۴ نفر تعیین گردید. تعداد دانش‌آموزان تشکیل‌دهنده نمونه آماری هر دبیرستان مشخص و به تفکیک جنسیت محاسبه شده است، که نمونه‌گیری از هر نوع دبیرستان با استفاده از نمونه‌گیری طبقه‌بندی شده انجام پذیرفته است.

جدول شماره (۱): مشخصات جامعه آماری و تعداد حجم نمونه

| ردیف | نوع دبیرستان | نمونه | تعداد کل دانش‌آموزان | درصد دانش‌آموزان نسبت به کل جامعه |
|------|--------------|---------|----------------------|-----------------------------------|
| ۱ | دخترانه | $S=170$ | ۲۸۵۰ | ۴۶/۱۵۷ |
| ۲ | پسرانه | $S=194$ | ۳۲۷۰ | ۵۳/۱۴۳ |

ابزارهای اندازه‌گیری

ابزار مورد استفاده پرسشنامه محقق ساخته می‌باشد، در این تحقیق که شامل ۲ پرسشنامه می‌باشد. پرسشنامه دین‌داری (پرسشنامه استاندارد گلاک و استارک) برای سنجیدن نگرش‌ها و باورهای دینی و دین‌داری ساخته شده است. برای استاندارد کردن در کشورهای مختلف اروپا، آمریکا، آفریقا و آسیا و بر روی پیروان ادیان مسیحیت، یهودیت و اسلام اجرا گردیده (نقل از طالبان، ۱۳۷۷) و با دین اسلام هم انطباق یافته است (سراج‌زاده، ۱۳۷۴)، مقیاس اندازه‌گیری در این سنجش طیف لیکرت می‌باشد که هر گویه پنج درجه ارزشی «کاملاً موافق، موافق، بینابین، مخالف، کاملاً مخالف» را در بر می‌گیرد و ارزش‌های هر گویه بین ۴-۰ متغیر می‌باشد.

میزان اعتبار این پرسشنامه در مطالعات مختلف بر روی نمونه‌های متفاوت تعیین گردیده که حاکی از اعتبار بالای آن در ابعاد مختلف می‌باشد. در آخرین اجرای این آزمون بر روی دانشجویان آلفای کلی پرسشنامه $0/83$ بوده است. مقدار آلفا برای متغیرهای بعد اعتقادی $0/81$ ، بعد عاطفی $0/75$ ، بعد پیامدی $0/72$ و بعد مناسکی $0/83$ می‌باشد. پرسشنامه دوم که پرسشنامه محقق ساخته شناخت اساطیر می‌باشد بر روی نمونه اجرا گردیده و مقدار آلفای کرونباخ کلی آن $0/861$ تعیین گردید. چون این پرسشنامه از دو بخش شناخت چهره و شناخت دیگر ابعاد اساطیر تشکیل یافته است، مقدار آلفای بخش شناخت چهره برابر $0/753$ و مقدار آلفای بخش شناخت دیگر ابعاد برابر $0/7$ می‌باشد. اعتبار پرسشنامه توسط اساتید مورد تایید قرار گرفته است.

یافته‌ها

هدف از این پژوهش مقایسه میزان شناخت و علاقه‌مندی دانش‌آموزان دبیرستانی به اساطیر باستانی و اساطیر معاصر و چهره‌های ملی و بومی دفاع مقدس بود و همچنین بررسی رابطه میزان دین‌داری دانش‌آموزان با میزان آشنایی آنان با هر یک از اساطیر نیز مورد بررسی قرار گرفت.

– فرضیه اول: بین میزان آشنایی دانش‌آموزان دبیرستانی با اساطیر باستانی ایرانی و هنرمندان جهانی معاصر تفاوت معناداری وجود دارد.

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که با اطمینان ۰/۹۵ بین میزان آشنایی دانش‌آموزان با اساطیر باستانی ایرانی و هنرمندان جهانی معاصر تفاوت معناداری وجود دارد زیرا مقدار برابر $p=0/000$ می‌باشد که این مقدار کوچک‌تر از ۰/۰۵ می‌باشد، بنابراین فرضیه تحقیق تایید می‌شود. امروزه دانش‌آموزان بیشترین اطلاعات خود را از رسانه‌های جمعی و رسانه‌های دیداری و شنیداری کسب می‌کنند و منبع اصلی اطلاعات آنان در مورد اساطیر باستانی ایرانی فقط کتب درسی آنان می‌باشد.

– فرضیه دوم: بین میزان آشنایی دانش‌آموزان دبیرستانی با اساطیر ترک و هنرمندان جهانی معاصر تفاوت معناداری وجود دارد.

در این فرضیه نیز همانند فرضیه اول یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که با اطمینان ۰/۹۵ بین میزان آشنایی دانش‌آموزان با اساطیر ترک و هنرمندان جهانی معاصر تفاوت معناداری وجود دارد زیرا مقدار برابر $p=0/000$ می‌باشد که این مقدار کوچک‌تر از ۰/۰۵ می‌باشد، بنابراین فرضیه تحقیق تایید می‌شود.

امروزه دانش‌آموزان بیشترین اطلاعات خود را از رسانه‌های جمعی و رسانه‌های دیداری و شنیداری کسب نند و منبع اصلی اطلاعات آنان در مورد اساطیر ترک فقط کتب درسی آنان می‌باشد که آن‌هم به صورت بسیار محدود به آن پرداخته شده است.

– فرضیه سوم: بین میزان آشنایی دانش‌آموزان دبیرستانی با اساطیر و هنرمندان جهانی معاصر و چهره‌های دفاع مقدس ملی و بومی تفاوت معناداری وجود دارد.

برای بررسی این فرضیه آزمون فریدمن انجام گردید و نتایج نشان داد که بیشترین میزان آشنایی به ترتیب اولویت مربوط به هنرمندان معاصر و در مرحله بعد مربوط به اساطیر باستانی و بعد چهره‌های دفاع مقدس ملی و در نهایت دفاع مقدس بومی می‌باشد. یعنی میزان آشنایی با چهره‌های دفاع مقدس بسیار کمتر از هنرمندان معاصر می‌باشد.

همچنین طبق یافته‌ها مقدار برابر $p=0/000$ می‌باشد که چون این مقدار از ۰/۰۵ کوچک‌تر می‌باشد بنابراین فرض صفر رد می‌شود، یعنی حداقل بین دو گروه از اساطیر باستانی و هنرمندان معاصر و چهره‌های دفاع مقدس اختلاف معنی‌داری وجود دارد و فرضیه تحقیق تایید می‌شود.

امروزه منبع اصلی اطلاعات دانش‌آموزان ماهواره، اینترنت، شبکه‌های اجتماعی و ... می‌باشد و منبع اصلی اطلاعات آنان در مورد اساطیر کتب درسی آنان می‌باشد و در مورد چهره‌های دفاع مقدس کم کاری رسانه داخلی و پرداخت کم و ضعیف کتب درسی به این چهره‌ها عامل اصلی آشنایی کم دانش‌آموزان با این چهره‌ها می‌باشد. با انجام آزمون ویلکاکسون بر روی ۴ گروه اساطیر باستانی و هنرمندان جهانی معاصر و چهره‌های دفاع مقدس ملی و چهره‌های دفاع مقدس بومی به این نتیجه رسیدیم که:

در بین دو گروه اساطیر باستانی و هنرمندان جهانی معاصر با توجه به این که مقدار p بین دو گروه اساطیر و هنرمندان معاصر برابر $0/217$ می‌باشد، می‌توان نتیجه گرفت چون این مقدار بزرگ‌تر از $0/05$ می‌باشد، در نتیجه فرض رد نمی‌شود و این دو متغیر تفاوت معنی‌داری باهم ندارند که منطقی به نظر می‌رسد. پس از آن اساطیر باستانی متشکل از اساطیر یونانی، رومی، ایرانی و ترک می‌باشند که احتمالاً می‌تواند به دلیل ساختن فیلم‌هایی برای این اسطوره‌ها باعث آشنایی دانش‌آموزان شده باشد و در بین دو گروه چهره‌های دفاع مقدس ملی و چهره‌های دفاع مقدس بومی با توجه به این که مقدار p بین دو گروه چهره‌های دفاع مقدس بومی و چهره‌های دفاع مقدس ملی برابر $0/335$ می‌باشد، می‌توان نتیجه گرفت چون این مقدار بزرگ‌تر از $0/05$ می‌باشد، در نتیجه فرض صفر رد نمی‌شود و این دو متغیر تفاوت معنی‌داری با هم ندارند که منطقی به نظر می‌رسد.

- فرضیه چهارم: بین میزان تعلق مذهبی و میزان آشنایی دانش‌آموزان با اساطیر و هنرمندان جهانی معاصر و چهره‌های دفاع مقدس ملی و بومی تفاوت معناداری وجود دارد.

برای بررسی این فرضیه آزمون کندال انجام می‌شود و نشان می‌دهد که رابطه معناداری بین میزان دین‌داری دانش‌آموزان و میزان آشنایی آنان از اساطیر (هنرمندان) معاصر وجود دارد، زیرا مقدار $\text{sig}=0/002$ است، با توجه به دو دامنه بودن آزمون با $0/025$ مقایسه می‌شود و چون از $0/025$ کوچک‌تر می‌باشد، در نتیجه می‌توان گفت که در سطح $\alpha=0/05$ یک نوع رابطه بین دین‌داری و میزان آشنایی دانش‌آموزان با هنرمندان معاصر وجود دارد و فرضیه تحقیق تایید می‌شود و چون ضریب همبستگی این دو متغیر $-0/139$ می‌باشد، نشان می‌دهد که همبستگی معکوس معنی‌دار و ناقصی بین میزان تعلق مذهبی و آشنایی با اساطیر معاصر وجود دارد.

در مورد میزان دین‌داری و میزان آشنایی با چهره‌های ملی دفاع مقدس نیز انجام آزمون کندال نشان می‌دهد که رابطه معناداری بین دین‌داری دانش‌آموزان و میزان آشنایی آنان با چهره‌های دفاع مقدس ملی وجود دارد، زیرا که مقدار $\text{sig}=0/001$ است که با توجه به دو دامنه بودن آزمون با $0/025$ مقایسه می‌شود و چون از $0/025$ کوچک‌تر می‌باشد، در نتیجه می‌توان گفت که در سطح $\alpha=0/05$ یک نوع رابطه بین دین‌داری و میزان آشنایی دانش‌آموزان با چهره‌های دفاع مقدس ملی وجود دارد و فرضیه تحقیق تایید می‌شود و چون ضریب همبستگی این دو متغیر $0/158$ می‌باشد، نشان می‌دهد که همبستگی مستقیم معنی‌دار و نسبتاً ناقصی بین میزان تعلق مذهبی و آشنایی با چهره‌های ملی دفاع مقدس وجود دارد.

درمورد میزان دین‌داری و میزان آشنایی با چهره‌های بومی دفاع مقدس نیز انجام آزمون کندال نشان می‌دهد که رابطه معناداری بین دین‌داری دانش‌آموزان و میزان آشنایی آنان با چهره دفاع مقدس بومی وجود دارد، زیرا که مقدار $\text{sig}=0/000$ است که با توجه به دو دامنه بودن آزمون با $0/025$ مقایسه می‌شود و چون از $0/025$ کوچک‌تر می‌باشد، در نتیجه می‌توان گفت که در سطح $\alpha=0/05$ یک نوع رابطه بین دین‌داری و میزان آشنایی دانش‌آموزان با چهره‌های دفاع مقدس بومی وجود دارد و فرضیه تحقیق تایید می‌شود و از آن‌جا که ضریب همبستگی این دو متغیر $0/207$ می‌باشد نشان می‌دهد که همبستگی مستقیم معنی‌دار ولی تقریباً متوسطی بین میزان تعلق مذهبی و آشنایی با چهره‌های بومی دفاع مقدس وجود دارد. درمورد میزان دین‌داری و میزان آشنایی با اساطیر باستانی نیز انجام آزمون کندال نشان می‌دهد رابطه معناداری بین دین‌داری دانش‌آموزان و میزان آشنایی آنان با اساطیر باستانی وجود ندارد، زیرا که مقدار $\text{sig}=0/179$ است که با توجه به دو دامنه بودن آزمون با $0/025$ مقایسه می‌شود و چون از $0/025$ بزرگ‌تر می‌باشد، پس در سطح $\alpha=0/05$ بین دین‌داری دانش‌آموزان و میزان آشنایی آنان با اساطیر باستانی رابطه‌ای وجود ندارد، در نتیجه فرضیه تحقیق رد می‌شود.

رابطه جنسیت

بین دو متغیر جنسیت و میزان آشنایی با هنرمندان معاصر مقدار χ^2 دو برابر $37/617$ می‌باشد و مقدار $p=0/000$ می‌باشد که از $0/05$ کمتر می‌باشد و دلیل بر رد فرضیه صفر است. به عبارتی در سطح $\alpha=0/05$ بین دو متغیر جنسیت و میزان آشنایی با هنرمندان معاصر رابطه وجود دارد. یا واضح‌تر این که متغیر مستقل (جنسیت) بر متغیر وابسته (میزان آشنایی با هنرمندان معاصر) تاثیر می‌گذارد که باعث اختلاف در بین دو گروه دختران و پسران می‌شود، به این نتیجه رسیدیم که میزان آشنایی پسران بیش از دختران می‌باشد. بین دو متغیر جنسیت و میزان آشنایی با چهره‌های دفاع مقدس ملی و بومی مقدار χ^2 دو برابر $37/069$ می‌باشد و مقدار $p=0/000$ می‌باشد که از $0/05$ کمتر می‌باشد و دلیل بر رد فرضیه صفر است. به عبارتی در سطح $\alpha=0/05$ بین دو متغیر جنسیت و میزان آشنایی با چهره‌های دفاع مقدس ملی و بومی رابطه وجود دارد. یا واضح‌تر این که متغیر مستقل (جنسیت) بر متغیر وابسته (میزان آشنایی با چهره‌های دفاع مقدس ملی و بومی) تاثیر می‌گذارد که باعث اختلاف در بین دو گروه دختران و پسران می‌شود، به این نتیجه رسیدیم که میزان آشنایی پسران بیش از دختران می‌باشد.

رابطه سن

برای متغیر سن و آشنایی با هنرمندان معاصر مقدار $p=0/012$ می‌باشد که با توجه به دو دامنه بودن آزمون با $0/025$ مقایسه می‌شود و چون از $0/025$ کوچک‌تر می‌باشد نتیجه می‌گیریم که در سطح $\alpha=0/05$

بین سن و میزان آشنایی دانش‌آموزان با اساطیر معاصر (هنرمندان معاصر جهانی) یک نوع رابطه وجود دارد و چون ضریب همبستگی به دست آمده $r = -0/132$ می‌باشد، همبستگی از نوع معکوس و ناقص می‌باشد یعنی با افزایش سن دانش‌آموزان میزان آشنایی دانش‌آموزان از هنرمندان معاصر کمتر می‌شود. به طور واضح‌تر این‌که دانش‌آموزان کم سن و سال‌تر آشنایی بیشتری با هنرمندان معاصر دارند و احتمالاً این به دلیل استفاده بیشتر آن‌ها از رسانه‌هایی چون اینترنت و ماهواره و یا شبکه‌های اجتماعی می‌باشد. در مورد رابطه سن و میزان آشنایی با چهره‌های دفاع مقدس نیز معیار تصمیم به دست آمده برای متغیر سن و آشنایی با چهره‌های دفاع مقدس برابر $0/257$ می‌باشد که با توجه به دو دامنه بودن آزمون با $0/025$ مقایسه می‌شود و چون از $0/025$ بزرگ‌تر می‌باشد نتیجه می‌گیریم که در سطح $\alpha = 0/05$ بین سن و میزان آشنایی دانش‌آموزان با چهره‌های دفاع مقدس رابطه وجود ندارد.

رابطه وضعیت اقتصادی خانواده

بین دو متغیر وضعیت اقتصادی والدین و میزان آشنایی با هنرمندان معاصر χ^2 برابر $17/952$ می‌باشد و معیار تصمیم برابر $\text{sig} = 0/001$ می‌باشد که از $0/05$ کمتر می‌باشد و دلیل بر رد فرضیه صفر است. به عبارتی در سطح $\alpha = 0/05$ بین دو متغیر پایگاه اجتماعی و میزان آشنایی با هنرمندان معاصر رابطه وجود دارد. یا واضح‌تر این‌که متغیر مستقل (پایگاه اجتماعی والدین) بر متغیر وابسته (میزان آشنایی با اساطیر معاصر) تاثیر می‌گذارد، این بدین معنی است که با بالا رفتن وضع اقتصادی میزان آشنایی نیز بالا می‌رود، که احتمال زیاد به دلیل استفاده و دسترسی بیشتر به رسانه‌های جمعی هم‌چون اینترنت، ماهواره و ... می‌باشد

بین دو متغیر وضعیت اقتصادی و میزان آشنایی با چهره‌های دفاع مقدس ملی و بومی مقدار χ^2 دو برابر $10/642$ می‌باشد و معیار تصمیم برابر $\text{sig} = 0/031$ می‌باشد که از $0/05$ کمتر می‌باشد و دلیل بر رد فرضیه صفر می‌باشد. به عبارتی در سطح $\alpha = 0/05$ بین دو متغیر پایگاه اجتماعی و میزان آشنایی با چهره‌های دفاع مقدس ملی و بومی رابطه وجود دارد. یا واضح‌تر این‌که متغیر مستقل (پایگاه اجتماعی والدین) بر متغیر وابسته (میزان آشنایی با چهره‌های دفاع مقدس ملی و بومی) تاثیر می‌گذارد. افراد با وضع اقتصادی متوسط شناخت بهتری از شهدا دارند.

رابطه استفاده از برنامه‌های ماهواره

بین دو متغیر تماشای ماهواره و میزان آشنایی با اساطیر معاصر مقدار χ^2 دو برابر $14/655$ می‌باشد و مقدار $p = 0/005$ می‌باشد که از $0/05$ کمتر می‌باشد و دلیل بر رد فرضیه صفر می‌باشد. به عبارتی در سطح $\alpha = 0/05$ بین دو متغیر تماشای ماهواره و میزان آشنایی با اساطیر معاصر رابطه وجود دارد. یا واضح‌تر این

که متغیر مستقل (تماشای ماهواره) بر متغیر وابسته (میزان آشنایی با اساطیر معاصر) تاثیر می‌گذارد و افرادی که موافق تماشای ماهواره هستند آشنایی بیشتری با هنرمندان معاصر نیز دارند.

- بین دو متغیر تماشای ماهواره و میزان آشنایی با چهره‌های دفاع مقدس مقدار χ^2 دو برابر $23/711$ می‌باشد و مقدار $p=0/000$ می‌باشد که از $0/05$ کمتر می‌باشد و دلیل بر رد فرضیه صفر می‌باشد. به عبارتی در سطح $\alpha=0/05$ بین دو متغیر تماشای ماهواره و میزان آشنایی با چهره‌های دفاع مقدس رابطه وجود دارد. یا واضح‌تر این که متغیر مستقل (تماشای ماهواره) بر متغیر وابسته (میزان آشنایی با چهره‌های دفاع مقدس) تاثیر می‌گذارد و افرادی که مخالف تماشای ماهواره می‌باشند اطلاعات بیشتری از چهره‌های دفاع مقدس دارند.

رابطه نوع موسیقی مورد علاقه

- بین دو متغیر نوع موسیقی و میزان آشنایی با اساطیر معاصر مقدار χ^2 دو برابر $54/170$ می‌باشد و معیار تصمیم برابر $sig=0/000$ می‌باشد که از $0/05$ کمتر می‌باشد و دلیل بر رد فرضیه صفر می‌باشد. به عبارتی در سطح $\alpha=0/05$ بین دو متغیر نوع موسیقی و میزان آشنایی با اساطیر معاصر رابطه وجود دارد. یا واضح‌تر این که متغیر مستقل (نوع موسیقی) بر متغیر وابسته (میزان آشنایی با اساطیر معاصر) تاثیر می‌گذارد و افرادی که به موسیقی پاپ، راک و یا جاز علاقه‌مند هستند اطلاعات بالاتری از هنرمندان معاصر دارند.

- بین دو متغیر نوع موسیقی و میزان آشنایی با چهره‌های دفاع مقدس مقدار χ^2 دو برابر $32/084$ می‌باشد و معیار تصمیم $sig=0/001$ می‌باشد که از $0/05$ کمتر می‌باشد و دلیل بر رد فرضیه صفر می‌باشد. به عبارتی در سطح $\alpha=0/05$ بین دو متغیر نوع موسیقی و میزان آشنایی با چهره‌های دفاع مقدس رابطه وجود دارد. یا واضح‌تر این که متغیر مستقل (نوع موسیقی) بر متغیر وابسته (میزان آشنایی با چهره‌های دفاع مقدس) تاثیر می‌گذارد و افرادی که به موسیقی سنتی، حماسی و یا مداحی علاقه‌مند هستند اطلاعات بیشتری از شهدا و چهره‌های دفاع مقدس دارند.

رابطه هنرپیشه مورد علاقه

- بین دو متغیر هنرپیشه و میزان آشنایی با هنرمندان معاصر مقدار χ^2 دو برابر $100/723$ می‌باشد و معیار تصمیم $sig=0/000$ می‌باشد که از $0/05$ کمتر می‌باشد و دلیل بر رد فرضیه صفر می‌باشد. به عبارتی در سطح $\alpha=0/05$ بین دو متغیر هنرپیشه و میزان آشنایی با هنرمندان معاصر رابطه وجود دارد. یا واضح‌تر این که متغیر مستقل (هنرپیشه) بر متغیر وابسته (میزان آشنایی با اساطیر معاصر) تاثیر می‌گذارد و افرادی که به هنرپیشه‌های آمریکایی علاقه‌مند هستند شناخت بیشتری از هنرمندان معاصر دارند و نتایج نشان می‌دهد ۱۰۰ درصد این افراد از هنرمندان معاصر شناخت متوسط به بالایی دارند.

- بین دو متغیر هنرپیشه و میزان آشنایی با چهره‌های دفاع مقدس مقدار χ^2 دو برابر $18/979$ می‌باشد و معیار تصمیم $\text{sig}=0/015$ می‌باشد که از $0/05$ بیشتر می‌باشد و دلیل بر رد فرضیه صفر نمی‌شود. به عبارتی در سطح $\alpha=0/05$ بین دو متغیر هنرپیشه و میزان آشنایی با چهره‌های دفاع مقدس رابطه وجود ندارد. یا واضح‌تر این که متغیر مستقل (هنرپیشه) بر متغیر وابسته (میزان آشنایی با چهره‌های دفاع مقدس) تاثیر نمی‌گذارد.

رابطه علاقه به انتخاب دوست مذهبی

- بین دو متغیر علاقه به داشتن دوست مذهبی و میزان آشنایی با هنرمندان معاصر مقدار χ^2 دو برابر $19/830$ می‌باشد و مقدار $p=0/011$ می‌باشد که از $0/05$ کمتر می‌باشد و دلیل بر رد فرضیه صفر در سطح $\alpha=0/05$ می‌باشد. به عبارتی بین دو متغیر علاقه به داشتن دوست مذهبی و میزان آشنایی با هنرمندان معاصر رابطه وجود دارد. یا واضح‌تر این که متغیر مستقل (علاقه به داشتن دوست مذهبی) بر متغیر وابسته (میزان آشنایی با هنرمندان معاصر) تاثیر می‌گذارد و افراد مخالف انتخاب دوست مذهبی شناخت بیشتری از هنرمندان معاصر دارند. علت این امر احتمالاً ترغیب دوستان به استفاده از رسانه‌های حامل پیام‌های غربی می‌باشد.

- بین دو متغیر علاقه به داشتن دوست مذهبی و میزان آشنایی با چهره‌های دفاع مقدس مقدار χ^2 دو برابر $27/878$ می‌باشد و مقدار $p=0/000$ می‌باشد که از $0/05$ کمتر می‌باشد و دلیل بر رد فرضیه صفر در سطح $\alpha=0/05$ می‌باشد. به عبارتی بین دو متغیر علاقه به داشتن دوست مذهبی و میزان آشنایی با چهره‌های دفاع مقدس رابطه وجود دارد. یا واضح‌تر این که متغیر مستقل (علاقه به داشتن دوست مذهبی) بر متغیر وابسته (میزان آشنایی با چهره‌های دفاع مقدس) تاثیر می‌گذارد و افرادی که موافق انتخاب دوست مذهبی هستند از دفاع مقدس و چهره‌های دفاع مقدس آشنایی بیشتری دارند.

یافته‌ها نشان می‌دهد که میزان آشنایی دانش‌آموزان از اساطیر باستانی و اساطیر (هنرمندان) معاصر و چهره‌های دفاع مقدس ملی و بومی تفاوت معنی‌داری دارد. دانش‌آموزان با اساطیر معاصر بیشترین آشنایی را دارند و پس از آن با اساطیر باستانی آشنا هستند و در نهایت با چهره‌های دفاع مقدس ملی و در آخر با چهره‌های دفاع مقدس بومی آشنایی دارند. در حالی که به نظر می‌رسید علی‌القاعده دانش‌آموزان می‌بایست حداقل با چهره‌های شاخص دفاع مقدس بومی خود آشنایی نسبتاً خوبی داشته باشند در حالی که این طور نیست. این تفاوت از علل و عوامل متعددی سرچشمه می‌گیرد که نمونه‌ای از آن رسانه‌های جمعی و پدیده جهانی‌شدن می‌باشد که باعث بالا رفتن اطلاعات، شناخت و علاقه دانش‌آموزان با اساطیر معاصر می‌باشد و هم‌چنین کم کاری رسانه داخلی در تولید و پخش تولیدات ضعیف در خصوص چهره‌های ایرانی و بالاخص در مورد چهره‌های دفاع مقدس منجر به این تفاوت شده است.

- بیشتر فیلم‌های مربوط به دفاع مقدس قهرمان محور نمی‌باشند و همین یکی از عوامل مهم در عدم برقراری ارتباط با این گونه اثرها و در نتیجه عدم تاثیرگذاری مطلوب و بلندمدت آنهاست.
- عدم استفاده از عناصر اساطیری در تولید این‌گونه فیلم‌ها از دیگر عوامل مهم می‌باشد، در حالی‌که ما مدام در فیلم‌های هالیوودی و خارجی شاهد اسطوره‌سازی و خلق اساطیر فرهنگی جدیدی می‌باشیم.
- شناخت بسیار بالای دانش‌آموزان از اساطیر خیالی نشان می‌دهد که انیمیشن و فیلم‌های کودک و نوجوان و در امتداد آن کار فرهنگی مکمل مانند: تولید نوشت‌افزار و پوشاک و ... تاثیر فوق‌العاده‌ای بر میزان آشنایی و علاقه‌مندی به این اسطوره‌ها دارد، که متأسفانه باز در این زمینه نیز کار خوب و موثری در کشور ما انجام نشده است. با توجه به نتایج این تحقیق می‌توان اذعان کرد که تولید انیمیشن‌های قهرمان محور بیشترین تاثیر را در کودکان و نوجوانان داشته است.
- از سویی دیگر گرچه مدارس تا دو سه دهه گذشته نقش موثری را در انتقال میراث فرهنگی ایفا می‌کردند اما به نظر می‌رسد پدیده جهانی‌شدن بر میزان توانایی مدارس برای تداوم انجام این کارکرد تاثیر قابل ملاحظه‌ای نداشته باشد. گسترش کانال‌های کسب اطلاعات، انحصار دانش را از دست مدارس و دیگر مجاری رسمی اطلاعات خارج ساخته است و هم‌چنین عدم به روزآوری آموزش و پرورش در کشور یکی از عوامل مهم در این زمینه است.
- عدم تولید موسیقی و ترانه‌های کافی برای نوجوانان و جوانان با صدای خوانندگان مورد علاقه در خصوص اسطوره‌های فرهنگی بومی و میهنی
- میزان درصد پاسخ درست به چهره‌های خیالی نشان می‌دهد که در این سنین استفاده از عناصر اساطیری و تولید انیمیشن و بازی‌های رایانه‌ای جذاب، بیشترین تاثیر را در این گروه سنی دارد. افراد نمونه با شخصیت‌های باب اسفنجی (۹۹ درصد شناخت)، شرک (۹۹ درصد شناخت)، بن تن (۹۶ درصد شناخت)، اسپایدر من (۹۵ درصد شناخت)، هری پاتر (۹۱ درصد شناخت) و دختر توت فرنگی (۹۰ درصد شناخت) آشنایی دارند و بقیه شخصیت‌ها را با درصد بالای ۷۰ درصد می‌شناسند. به جز شخصیت کاپیتان آمریکا (۴۵ درصد) و آیرن من (۵۵ درصد).
- میزان درصد بالای پاسخ درست به شناخت شهدای ملی مانند: شهید فهمیده، شهید بابایی و شهید چمران نشان می‌دهد که رسانه ملی و کتب درسی فراگیرترین نقش را در انتقال فرهنگ کشورمان عهده دار است. این سه شهید که به ترتیب به طور میانگین ۸۴ درصد و ۷۹ درصد و ۶۶ درصد افراد آنها را می‌شناسند، علت عمده این شناخت استفاده از آموزه‌ها و تصویر شهید فهمیده برگرفته از کتاب درسی دانش‌آموزان و ساخت سریال شوق پرواز درباره زندگی شهید بابایی و هم‌چنین فیلم سینمایی "چ" درباره زندگی شهید چمران دانست زیرا که در پرسشنامه نیز به همین موارد اشاره شده بود. میزان درصد پاسخگویی درست به شخصیت شهریار (۹۷ درصد پاسخ درست) نشان از اهمیت آموزه‌های کتب درسی

می‌باشد زیرا عکس استفاده شده در پرسشنامه دقیقاً همان عکسی است که در کتب درسی چاپ شده است.

میزان درصد پاسخگویی درست به شخصیت جاستین درو بیبر (۸۳ درصد پاسخ درست) که خواننده‌ای تقریباً هم سن و سال دانش‌آموزان نمونه است نشان می‌دهد که خوانندگان نقش زیادی در گرایش و علاقه‌مندی به اسطوره‌های معاصر و در نتیجه تفکر ترویجی آن‌ها دارند. این مطلب به وضوح بیان می‌کند، سیستم اسطوره‌سازی غرب توانسته است با معرفی گسترده و هدفمند شخصیتی که بتواند در گروه نوجوانان و جوانان احساس همزادپنداری و الگوی نزدیک به خودشان را داشته باشد، ایجاد نماید و از این طریق اهداف فرهنگی خود را در قالب این شخصیت‌ها در اقصی نقاط دنیا و از جمله جمهوری اسلامی ایران نهادینه سازد.

یافته‌های پژوهش

- میزان آشنایی دانش‌آموزان با اساطیر معاصر و باستانی و چهره‌های دفاع مقدس ملی و بومی متفاوت است.
- دانش‌آموزان بیشتر هنرمندان معاصر و سپس اساطیر باستانی و در مرحله بعد چهره‌های دفاع مقدس ملی و در نهایت چهره‌های دفاع مقدس بومی را می‌شناسند.
- بین میزان آشنایی دانش‌آموزان با هنرمندان معاصر و تعلق مذهبی آنان رابطه معکوس معنی‌دار و ناقصی وجود دارد.
- بین میزان آشنایی دانش‌آموزان با چهره‌های دفاع مقدس ملی و تعلق مذهبی آنان رابطه مستقیم معنی‌دار و ناقصی وجود دارد.
- بین میزان آشنایی دانش‌آموزان با چهره‌های دفاع مقدس بومی و تعلق مذهبی آنان رابطه مستقیم معنی‌دار و متوسطی وجود دارد.
- بین میزان آشنایی دانش‌آموزان با اساطیر باستانی و تعلق مذهبی آنان رابطه معنی‌داری وجود ندارد. به طور کلی هر سازمانی اگر هدفش ارتقاء و رشد و شکوفایی خود باشد باید از روحیات و ویژگی‌های افرادی که پیشرفت آن سازمان را منجر می‌شوند آگاه باشد. سازمان آموزش و پرورش که یکی از مهم‌ترین و بنیادی‌ترین سازمان آگاهی‌دهی می‌باشد و نقش بسیار اساسی در شکل‌گیری شخصیت فرزندان این مرز و بوم و آینده‌سازان کشور را بر عهده دارد وظیفه‌ای به مراتب خطیرتر در این عرصه دارد. اگر بخواهیم در آینده شاهد رشد و شکوفایی میهن عزیزمان باشیم باید به صورت بنیادی و با سرمایه‌گذاری در نیروی انسانی کشور از همان دوران کودکی و نوجوانی آغاز کنیم. شناخت علایق و روحیات دانش‌آموزان در این برهه بسیار اهمیت دارد زیرا که شناخت این علایق ما را به شناخت ویژگی‌های دانش‌آموزان رهنمون می‌شود و بر اساس آن می‌توان به منشاء و علل و عوامل این علایق پی برد و کمی‌ها و

کاستی‌ها را جبران کرد. «ما همواره برای مقصود خاصی دانش را تکامل می‌بخشیم و این مقاصد علاقه ما به آن دانش را تدارک می‌بیند» (کرایب، ۱۳۸۱: ۲۹۷). بین دانش و علاقه پیوند نزدیکی وجود دارد و دانش تنها در پرتو این علایق می‌تواند سنجیده یا آزمون شود.

این علایق منجر به الگوپذیری به خصوص در سنین نوجوانی می‌شود. الگوسازی و الگوبرداری در طول حیات ما پیش می‌رود و هرگز توقفی در آن وجود ندارد، با توجه به این نکته باید در نظر داشت که ما الگوی رفتاری خود را از کسانی دریافت می‌کنیم که احساس می‌کنیم بیشترین اقتدار را دارند و در زندگی ما نقش برجسته‌ای ایفا می‌کنند. لزومی ندارد اقتباس الگوی مورد نظر مستقیماً مشاهده شود؛ رسانه‌های گروهی به میزان قابل توجهی الگو، جهت پیروی و اقتباس ارائه می‌دهند علاوه بر رسانه‌های گروهی، گروه‌های مرجع مثل هنرمندان، ورزشکاران، سیاستمداران، شخصیت‌های تلویزیونی و سینمایی و غیره نیز در ارائه الگو نقش عمده‌ای را به عهده دارند (فرهنگی، ۱۳۷۴: ۸۱-۸۰). رسانه در الگوسازی و نهادینه کردن ارزش‌ها و باورها و انتقال فرهنگ‌ها جایگاه ویژه‌ای دارد. رسانه ابزار مهمی است در جهت تولید و نشر ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگی و ارائه الگوهای عمل. رسانه این قدرت را دارد که فرهنگ توقعات و خواسته‌ها را در میان مردم بالا یا پایین ببرد. نسل امروز نیازمند الگوهای شایسته و راستین است. امروز باید به کار دگرگونی الگوها و آفرینش و نمایش قهرمانان صالح باشیم. اگر بخواهیم عامل فساد را از چهره اجتماع خویش بزدایم و روح پاکی، صداقت و خیرخواهی را در قشرهای مختلف زنده نماییم، باید مد جامعه را عوض کنیم و سمبل‌های پاکی و نیکی را به نمایش بگذاریم (نگارش، ۱۳۸۰: ۹۸). رسانه‌ها مهم‌ترین عامل ترویج الگوها و اسطوره‌سازی و اسطوره‌پردازی در بین جوانان و نوجوانان می‌باشد. این‌که رسانه‌ها چه قدر در ترویج و شناساندن الگوها در کشوری نظیر ایران میان قشر جوان موثر و موفق می‌باشند به دست‌اندرکاران و مسئولان فرهنگی کمک می‌کند تا دریابند که جوانان به چه معیارهایی علاقه‌مندند و از چه الگوی تاثیر می‌پذیرند. از سوی دیگر این نوشتار در صدد است که نقش عامل سن، جنس، پایگاه اجتماعی والدین را در زمینه میزان آشنایی جوانان با اساطیر را شناسایی کند.

منابع

- افراسیاب‌پور، ع. ا. (۱۳۸۹). ریشه‌های عرفانی در اساطیر ایران. **فصلنامه تخصصی عرفان**. سال ششم، شماره بیست و چهار، صص ۱۳-۳۲.
- امینیان، ب؛ و دیگری. (۱۳۹۱). نقش اسطوره‌ها در هویت ملی و ملت‌سازی: مورد ایران. **نشریه ادبیات پایداری دانشگاه شهید باهنر کرمان**. سال سوم، شماره ششم، صص ۲-۴۶.
- امینیان، ب؛ و دیگری. (۱۳۹۱). نقش اسطوره‌ها در هویت ملی و ملت‌سازی. **نشریه ادبیات پایداری دانشگاه شهید باهنر کرمان**. سال سوم، شماره ششم، صص ۲۷-۴۶.
- باباخانی، م. (۱۳۸۹). اسطوره در شناخت ادبیات. **فصلنامه علمی پژوهشی نقد ادبی**. سال سوم، شماره ۱۱ و ۱۲، صص ۷-۳۲.

- پرمول، م. (۱۳۳۵). *درآمدی بر سیر فلسفه در ایران باستان*. تهران: جهان کتاب.
- ستاری، ج. (۱۳۷۶). *اسطوره در جهان امروز*. تهران: نشر مرکز.
- ستاری، ج. (۱۳۸۷). *اسطوره و رمز*. مجموعه مقالات. تهران: انتشارات سروش.
- ستاری، ج. (۱۳۸۳). *سایه ایزوت و شکرخند شیرین*. تهران: نشر مرکز.
- سگال، ر. (۱۳۸۹). *اسطوره*. ترجمه: ف، فرودفر. تهران: انتشارات بصیرت.
- سورین ورنر، ت. (۱۳۸۱). *نظریه‌های ارتباطات*. ترجمه: ع، دهقان. تهران: دانشگاه تهران.
- فرهنگی، ع. ا. (۱۳۷۴). *ارتباطات انسانی*. تهران: خدمات فرهنگی رسا. جلد ۱.
- کاستلز، ا. (۱۳۸۰). *عصر اطلاعات، اقتصاد، جامعه و فرهنگ*. ترجمه: ا، علیقلیان و دیگری. تهران: طرح نو.
- کاستلز، ا. (۱۳۸۰). *عصر اطلاعات، قدرت هویت*. ترجمه: ح، چاوشیان. تهران: طرح نو.
- کرایب، یان، (۱۳۸۱). *نظریه اجتماعی مدرن*. ترجمه: ع، فجر. تهران: نشر آگه.
- کازنو، ژ. (۱۳۶۴). *قدرت تلویزیون*. ترجمه: اسدی. تهران: امیرکبیر.
- کلن، ج. (۱۳۷۷). *بنیادهای نظریه اجتماعی*. ترجمه: م، صبوری. تهران: نشر نی.
- لافورگ، ر. (۱۳۷۴). *نماد پردازی در جلال ستاری، اسطوره و رمز*. تهران: انتشارات سروش.
- محمودی بختیاری، ع. (۱۳۶۸). *زمینه فرهنگ و تمدن ایران، (نگاهی به عصر اساطیر)*. تهران: انتشارات پاژنگ.
- مختاری، ع. (۱۳۸۰). *بررسی جایگاه دین در ساختار فکری دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز*. پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد پژوهشگری علوم اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی رودهن.
- هینلز، ج. (۱۳۷۳). *شناخت اساطیر ایران*. ترجمه: ژ، آموزگار و دیگری. تهران: نشر چشمه.
- Rauch, S. (2003). *NeilGaiman's The Sandman and Joseph Campbell*. In *Search of the Modern Myth*, Holicong: Wildside press.