

الگوی مصون سازی نگرش در مقابله با جنگ نرم *A model for immunization of attitudes in confrontation with soft war*

تاریخ پذیرش: ۹۲/۱۱/۷

Hatami HR. PhD[✉], Hobbi MB . PhD, Said Zadh. MSc,
Hatami H. MSc

تاریخ دریافت: ۹۲/۵/۷

حمیدرضا حاتمی[✉]، محمد باقر حبیبی^۱، جهانگیر سعیدزاده^۱،
هانیه حاتمی^۲

Abstract

Introduction: Immunization of attitudes requires a model by which the soft war activities of the enemy can be prevented, and the attitudes of the audience be protected against soft threats. This research is intended to design a model for protecting audiences against soft war.

Method: This research follows a correlation descriptive method. Having identified the dimensions, components and indicators of the concept, the research was followed by theoretical studies and scientific interviews with experts. Then a model was designed for immunization of attitudes, the validity and reliability of which were confirmed by structured questionnaire. The degree of its effectiveness and priority was measured by a sample population of 267. Structural equations were used to measure the validity of the model.

Results: The results ($p < 0/001$) indicated that cognition aspect had the first rank, the behavioral aspect was the second, and emotional aspect was the third. With regard to components, in cognition aspect, orientation to Velayat was the first, faith to God was the second and increase in insight was the third. In the emotional aspect, spiritual orientation was the first, self confidence and hope to future was the second and acceptability remained third. In the behavioral aspect, obedience to Velayat was first, comprehensive defence was second, and participation in the battle between righteousness and evilness remained third.

Discussion: In the process of protecting attitudes against soft war, cognitive aspect was more important. Orientation to Velayat was prior in the cognitive aspect. In the emotional aspect, priority related to spirituality, and in the behavioral aspect it was given to obedience to Velayat.

It can be concluded that the prior aspects and components need to be considered more in educational programming against soft war.

Keywords: attitude, attitude change, soft war, immunization

چکیده:

مقدمه: مصون سازی نگرش نیازمند الگویی است تا به وسیله آن، اقدامات جنگ نرم ناکام و نگرش مخاطبان در برابر تهدیدات جنگ نرم مصون بماند. این مطالعه به دنبال طراحی الگویی برای مصون سازی نگرش مخاطبان در مقابله با جنگ نرم است.

روش: توصیفی از نوع همبستگی است. با شناسایی ابعاد، مؤلفه ها و شاخص ها و انجام مطالعات نظری و مصاحبه علمی با خبرگان متخصص در این حوزه، الگویی برای چگونگی مصون سازی نگرش ارائه و به کمک ابزار پرسشنامه ساختمند که روایی و پایایی آن دریافت شد، میزان تاثیر و اولویت ها، بر جامعه نمونه ای با ۲۶۷ نفر بررسی و اندازه گیری شد. اعتبار الگو نیز با استفاده از معادلات ساختاری مورد سنجش قرار گرفت.

نتایج: با توجه به مقادیر سطوح معناداری ($p < 0/001$) میان ابعاد سه گانه، بعد شناختی در رتبه اول، بعد رفتاری دوم و بعد احساسی در رتبه سوم قرار دارند. در میان مؤلفه ها، در بعد شناختی مؤلفه ولایت مداری اول، خداباوری دوم و بصیرت افزایی سوم و در بعد احساسی مؤلفه معنویت گرایی اول، خودباوری و امید به آینده دوم و مؤلفه مقبولیت سوم و در بعد رفتاری، مؤلفه ولایت پذیری اول، مؤلفه دفاع همه جانبه دوم و مؤلفه حضور در صحنه حق و باطل سوم قرار دارند.

بحث: برای مصون سازی نگرش در مقابله با جنگ نرم، بعد شناختی از اهمیت بیشتری برخوردار است. همچنین در بعد شناختی محوریت با مؤلفه ولایت مداری و در بعد احساسی محوریت به معنویت گرایی و در بعد رفتاری محوریت به ولایت پذیری داده شده است. از این رو باید اهتمام ویژه ای در برنامه ریزی های آموزشی مقابله با جنگ نرم، به این بعد و مؤلفه ها داده شود.

کلید واژه ها: نگرش، تغییر نگرش، جنگ نرم، مصون سازی

✉ **Corresponding author:** Faculty of Social and Cultural Sciences, Imam Hossein comprehensive university
E-mail: hhatami83@yahoo.com

✉ دانشکده علوم اجتماعی و فرهنگی، دانشگاه جامع امام حسین (ع)
۱- دانشکده علوم اجتماعی و فرهنگی، دانشگاه جامع امام حسین (ع)
۲- دانشکده علامه طباطبائی، تهران، ایران

مقدمه

مصون سازی نگرش نیازمند الگویی است تا برای مسئولین و برنامه ریزان این امکان را فراهم کند که به وسیله آن ابزار، به بررسی نگرش افراد بپردازند و اقدامات را در جنگ نرم ناکام و نگرش مخاطبان را در برابر تهدیدات جنگ نرم مصون سازی نمایند. ایجاد این الگو، زمانی میسر می گردد که ابعاد، مؤلفه ها و شاخص های مصون سازی تدوین و ارتباط، سهم و نقش هر کدام از آنها مشخص و تاثیرات آنها را بر یکدیگر تعیین نماییم. از اصطلاح نگرش Attitude تعبیر مختلفی شده است. از آن جمله به گرایش، طرز فکر، گرایش ذهنی، رویه، طرز تلقی، تمایل فکری، رفتار و کردار اشاره شده است (صفوی، ۱۳۷۵). هربرت اسپنسر (۱۸۶۲) نگرش را، مفهومی می داند که نقش مهم و کلیدی در فهم رفتار انسانی ایفا می کند. جی. دبلیو. وی. آلپورت^۱ (۱۹۳۵) نگرش را آمادگی روانی فرد برای نشان دادن واکنشی خاص در برابر محرکی معین می داند. اسمیت^۲ و همکاران (۱۹۵۶)، آن را یک پیش آمادگی برای تجربه کردن و برانگیخته شدن برای عمل در جهت یک طبقه از اشیاء، به شیوه ای قابل پیش بینی می دانند. کرچ^۳، ترکیب شناخت ها، احساس ها و آمادگی برای عمل نسبت به یک چیز معین را نگرش مطرح می کند و همچنین (کراچفیلد^۴ و بالاک^۵، ۱۹۶۲)، نگرش را نظام با دوامی از ارزشیابی های مثبت یا منفی، احساسات عاطفی و تمایل به عمل مخالف یا موافق نسبت به یک موضوع اجتماعی می داند. رکیچ (۱۹۶۷) نگرش را سازمان با دوام، از باورهای حول یک شیء یا موقعیت، که فرد را آماده می کند تا به صورتی ترجیحی نسبت به آن واکنش نشان دهد، می داند. کریمی (۱۳۹۰) نگرش را یک "مکانیسم پنهان"، که رفتار را هدایت می کند تعریف می کند. فریدمن و همکارانش (۱۹۷۰) نگرش را ترکیب شناخت ها شامل: اعتقادات و باورهای شخص درباره یک اندیشه یا شیء، احساس ها (که معمولاً نوع احساس عاطفی با باورهای ما پیوند دارد) و آمادگی برای عمل نسبت به یک چیز معین یا پاسخگویی به شیوه ای خاص، بیان می دارند (سورین و

تانکار، ۱۳۹۰). در واقع انسان در طول حیات خود به تدریج یاد می گیرد که نسبت به پدیده ها تلقی شناختی خاصی (اعم از هستی شناسانه و ارزیابانه) پیدا کند؛ عواطف معین را احساس نماید و آمادگی داشته باشد که رفتار یا رفتارهایی را در برخورد با آنها بروز دهد. نگرش ها مستقیماً مشاهده پذیر نیستند، ولی در تعیین رفتارها، ایده ها و همچنین در باز سازی فرد و ادراک او نسبت به موضوع های اجتماعی نقش دارند (عباسی، ۱۳۸۹).

بدین ترتیب، مؤلفه های نگرش عبارتند از: شناخت^۶، احساس^۷، آمادگی برای عمل^۸، که این سه جز هر یک دارای کیفیات و روابطی هستند و مجموع آنها کیفیت نگرش را شکل می دهند و نگرشی را از نگرش دیگر متفاوت می سازند (کریمی، ۱۳۹۰) و (عباسی، ۱۳۸۹). عوامل اساسی تاثیرگذار در چگونگی شکل گیری نگرش ها را به دو طبقه کلی که عبارتند از: عوامل تربیتی، یعنی عوامل بیرونی یا اجتماعی، یادگیری و مواجهه با محرک ها و عوامل وراثتی، یعنی تاثیر مستقیم یا غیر مستقیم ژن ها بر نگرش ها، تقسیم می کنند (بونر و وانک، ۱۳۹۰).

در تعریف مصون سازی نیز به تعبیری مختلفی اشاره شده است. در لغت نامه دهخدا (۱۳۳۷) مصون به معنای "محفوظ نگاهداشته"، "نگاهداشته شده" و "محفوظ" آمده است. از این رو "مصون سازی"^۹ به معنای "محفوظ ساختن" است. در لغت نامه لاتین، مصون سازی به سه کلمه maintain و preserve و protect، ترجمه شده است. maintain به معنی حفظ کردن، نگهداری کردن و در حالت فعلی نگه داشتن و در قسمت دیگر به معنی معتقد بودن، روی عقیده ایستادگی کردن به کار رفته است. کلمه preserve نیز به معنای از خطر یا صدمه یا آلودگی و غیره حفظ کردن، محافظت کردن، پاسداری کردن، حراست کردن و ایمنی داشتن، به کار گرفته شده است. همچنین کلمه protect هم به معنی حفظ کردن، حفاظت کردن، پاییدن، پاسبانی کردن و ایمن داشتن استفاده شده است (آریان پور کاشانی، ۱۳۸۰). بدین ترتیب مصون سازی، یعنی ایمن سازی، مقاوم سازی و خوداتکایی افراد، به گونه ای که در مقابله با هر

مصون سازی را با دو رویکرد الف) افزایش و تقویت، توانایی ها و قوت های موجود در مخاطبان، ب) کاهش آسیب ها و ضعف های موجود در مخاطبان، می توان طراحی کرد (سعیدزاده، ۱۳۹۲).

مقام معظم رهبری اهمیت مصون سازی را این گونه بیان می دارند: "... وسائل مصون سازی را فراهم کنید. جوانان را مصون کنید، ذهن رامصون کنید، دل رامصون کنید که اگر علی رغم شما روزی دشمن توانست نفوذ کند، شما قبلاً مصونیت ایجاد کرده باشید. ایشان در ادامه شیوه مصون سازی را این گونه بیان می کنند که [این] آراهش ... استقامت، استقامت ایمانی است (1378/02/28). "همه ما باید تقوا به معنای مراقبت دائمی از خود رابه عنوان یک اصل ثابت، در تمامی لحظات زندگی به کار بندیم ... تقوا، یعنی همان مراقبت دائمی شما از خودتان" (1378/03/10). ایشان شرط اصلی، مصونیت سازی را تاثیر نپذیرفتن می دانند و تنها راه مصون سازی را نیز ارتباط مستمر با خدا، بجا آوردن نوافل و تضرع به درگاه الهی برمی شمارند. "همان گونه که عمار این گونه خود را مصون و تزلزل ناپذیر کرده بود" (1391/12/1).

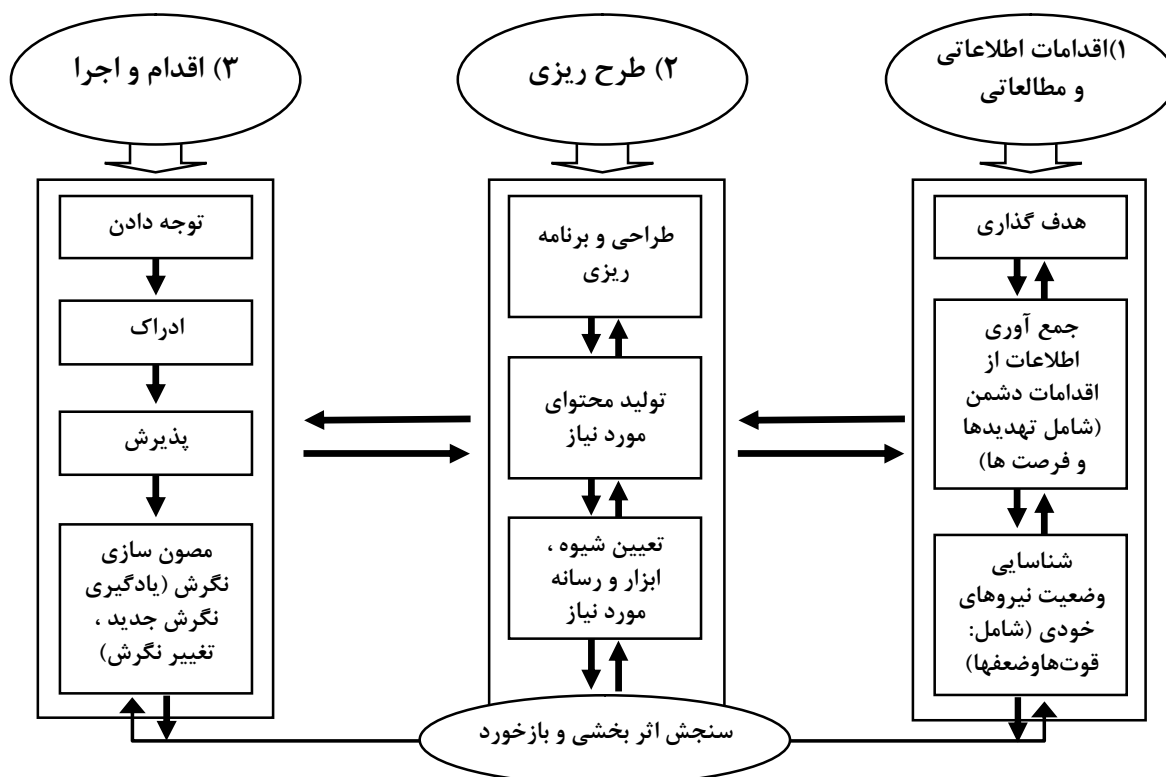
با تاکید بر پیشگیری از وقوع هر نوع تاثیرپذیری اقدامات نرم دشمن، در میان مخاطبان، به ویژه در بین جوانان و خانواده ها و فرمایشات حضرت آیت الله خامنه ای (مدظله) مبتنی بر مصون سازی، برنامه های آموزشی مهارت شناختی، نتایج سود مندی خواهد داشت. از این رو لازم است تا فرایند دست یابی به مصون سازی، طراحی شود. با استفاده از مدل عملیات افتناعی حسینی (۱۳۹۰) و الگوی تغییر نگرش هاولند و همکارانش (۱۹۵۳)، چرخه فرایند مصون سازی نگرش مقابله با جنگ نرم دشمن به گونه ای ترکیبی طراحی گردید. (حسینی، ۱۳۹۰)، (کریمی، ۱۳۹۰) و (مجله درمانگر، شماره ۸۶).

تهاجم نرمی، عکس العمل نشان دهند (سعیدزاده، ۱۳۹۲).

نکته قابل توجه اینکه غالباً این تصور پیش می آید که مردم همه وقت، نگرش های خود را تغییر می دهند و یا اینکه در صورت تاثیرگذاری تحت تاثیر قرار می گیرند، در حالی که چنین نیست. غالباً تغییر نگرش، موقتی است و بعضی اوقات مقاومتی قوی در برابر تغییر نشان داده می شود. در روان شناسی اجتماعی، نظریه های مصون سازی نگرش به شرح زیر آمده اند:

الف- تغییر انتظاری نگرش ب- مقاومت در برابر متقاعد سازی (واکسینه سازی یا تلقیح) ج- هشدار قبلی، پیش آگهی و پیش آمادگی د- راه های مرکزی پیرامونی به متقاعد سازی و- منجمد سازی فکری، ی- پیام های یک سویه و دو سویه ای (سورین و تانکارد، ۱۳۹۰)، (حسینی، ۱۳۹۰) و (کریمی، ۱۳۹۰).

پس از جنگ جهانی دوم، آسیب های روان شناختی به صورت یک مشکل اساسی برای کشورهای درگیر در جنگ مطرح شد. انبوهی از مراجعه کنندگان به درمانگاه ها، رسیدگی به مشکلات روانی نیروهای نظامی آسیب دیده از جنگ و خانواده های آنها را غیر ممکن کرده بود. از این رو برخی از محققان بهترین گزینه را، پیشگیری مطرح ساختند و نخستین گام های نظری و پس از آن اقدامات عملی را با پیروی از یگ الگوی سنتی که، پیشگیری اولیه^{۱۰} و پیشگیری ثانویه، را مبتنی بر نظام روان درمانی^{۱۱} مطرح می ساخت، سازمان دادند. به تدریج الگوی جدیدتری مطرح شد و توسعه یافت (حتی، ۱۳۸۷). بر اساس این الگو، پیشگیری اولیه با دو هدف کاهش وقوع اختلالات روانی در افراد و افزایش سلامت روانی با تقویت توانایی ها به منظور حفاظت از افراد در برابر کنش های ناسالم تعریف و سازمان یافت. با استفاده از تجربه فوق و به منظور مصون سازی نگرش^{۱۲} مخاطبان در مقابله با جنگ نرم، مدل



شکل ۱- فرایند مصون سازی نگرش مخاطبان در مقابله با جنگ نرم

با توجه به عناصر و ابعاد مرتبط با امر مصون سازی و ضرورت استفاده از یک الگوی چند بعدی در برنامه‌های آن، برنامه ریزی به منظور افزایش توانایی‌ها، از یک سو و کاهش آسیب‌ها و ضعف‌ها از سوی دیگر باید ارائه شود. در این الگوی چند وجهی لازم است برای افزایش توانایی‌ها و کاهش آسیب‌ها، تمام جنبه‌ها شامل: جنبه‌های شناختی، عاطفی و رفتاری، مد نظر قرار گیرد و تحقق توانایی‌ها و کاهش آسیب‌ها در یک زمینه به تنهایی پیگیری نشود، بلکه به صورت همه جانبه تمام جنبه‌های مخاطبان مورد توجه قرار گیرد. بدین ترتیب این اعتقاد وجود دارد که موفقیت انسان، مستلزم هماهنگی همه جانبه است و با ارتقاء توانایی‌ها و کاهش آسیب‌ها و ضعف‌ها، در تمام زمینه‌ها، امکان مصون سازی نگرش مخاطبان در مقابله با جنگ نرم میسر می‌شود و به صورت چشمگیری افزایش می‌یابد. البته بدیهی است که الگوی مذکور باید براساس ویژگی‌های شخص مخاطب طراحی گردد.

مدل فرایندی و چرخه مصون سازی نگرش با سه گام، عملیاتی می‌گردد که عبارتند از:

گام اول: اقدامات اطلاعاتی و مطالعاتی که شامل اقداماتی مانند: ۱- هدف گذاری ۲- جمع آوری اطلاعات از اقدامات نرم دشمن (شامل: تعیین تهدیدها و فرصت‌ها) ۳- شناسایی وضعیت نیروهای خودی (شامل: تعیین قوت‌ها و ضعف‌ها) می‌باشد.

گام دوم: طرح ریزی که شامل اقداماتی مانند:

- ۱- طراحی و برنامه ریزی
- ۲- تولید محتوای مورد نیاز
- ۳- تعیین شیوه، ابزار و رسانه مورد نیاز است.

گام سوم: اقدام و اجراء: شامل مواردی از جمله: محافظت از نگرش موجود، یادگیری نگرش جدید یا تغییر نگرش‌های احتمالی می‌باشد.

سنجش اثر بخشی و بازخورد^{۱۳}: اندازه گیری و ارزیابی اثر بخشی اقدامات است که ما با استفاده از روش بازخورد، به نارسایی‌های خود پی می‌بریم.

روش

لاشه^{۱۴} محاسبه و عدد ۰/۹۲ به دست آمد. پایایی پرسشنامه بر اساس آلفای کرونباخ در دامنه کمینه ۰/۹۶۶ قرار گرفت.

یافته ها

یافته های توزیع میزان تحصیلات پاسخگویان حاکی از آن است که ۲۱ نفر ۷/۸ درصد دیپلم و فوق دیپلم، ۶۸ نفر، ۲۵/۵ درصد لیسانس، ۱۲۸ نفر، ۴۶/۸ درصد فوق لیسانس و ۵۳ نفر یعنی ۱۹/۹ درصد دارای تحصیلات دکتری بودند. از این رو ۲۴۶ نفر پاسخگویان یعنی ۹۱/۴ درصد دارای تحصیلات عالی بودند.

یافته های توزیع میزان رتبه خدمتی پاسخگویان حاکی از آن است که ۳۱ نفر از پاسخگویان، ۱۱/۶ درصد دارای عضویت هیئت علمی، ۱۲۲ نفر، ۴۵/۷ درصد مدیر ارشد، ۹۸ نفر، ۳۶/۷ درصد کارشناس عالی و پژوهشگر و ۱۶ نفر، ۰/۶ درصد وضعیت خدمتی و جایگاه خود را مشخص نکرده اند.

یافته های توزیع وضعیت تاهل پاسخگویان حاکی از آن است که ۲۵۲ نفر از پاسخگویان، ۹۴/۴ درصد متاهل و ۱۵ نفر، ۵/۶ درصد مجرد بودند.

روش این مطالعه توصیفی، از نوع همبستگی و مدل سازی است و واحد در نظر گرفته شده فرد می باشد. گردآوری داده ها به روش پیمایشی است. با توصیف مولفه های نرم، شیوه تاثیر آنها بر نگرش، سهم و اولویت هر کدام از ابعاد، مولفه ها و شاخص های تهدید نرم بر تغییر نگرش تعیین و با شناسایی مولفه های مصون سازی نگرش، از خبرگان و متخصصین، نظر سنجی به عمل آمد. از نتایج آن الگویی برای چگونگی مصون سازی نگرش ارائه گردید و پرسشنامه محقق ساخته تنظیم شد. با استفاده از فرمول کوکران، تعداد ۲۶۷ نفر از جامعه آماری به صورت طبقه ای و با روش انتخاب تصادفی، که واجد شاخص های روان سنجی بودند به عنوان نمونه آماری انتخاب و پرسشنامه ها در اختیار آنان قرار گرفت. پرسشنامه شامل دو قسمت کلی ویژگی های جمعیت شناختی و مجموعه ای از گویه ها در سه بعد شناختی، احساسی و رفتاری و با استفاده از طیف لیکرت شامل خیلی زیاد، زیاد، متوسط، کم و خیلی کم است. برای تعیین شاخص های روابختی ابزار سنجش، در ابتدا روایی درونی مقیاس های پرسشنامه محقق ساخته با استفاده از فرمول ضریب

جدول ۱- ضرایب پایایی ابزار پژوهش، بر اساس آلفای کرونباخ

تعداد پاسخگویان	تعداد سئوالات	میانگین کل	واریانس	انحراف معیار	آلفای کرونباخ
20 نفر	35	4/39	0/415	0/64174	0/966

جدول ۲- میانگین، انحراف معیار و واریانس مربوط به شاخص های مصون سازی نگرش

* شاخص ها	میانگین	انحراف معیار	واریانس
۱ تقویت ایمان و اعتقادات دینی	4/67	0/538	0/289
۲ گسترش شناخت آیات، روایات و دستورهای اسلامی	4/45	0/644	0/414
۳ حفظ و توسعه معنویت کسب شده از دوران دفاع مقدس	4/28	0/719	0/517
۴ اعتقاد به کامل بودن اسلام، به عنوان دین هدایت گر دنیا و آخرت انسانها	4/62	0/357	0/598
۵ آشنایی و الگو قرار دادن زندگی ائمه معصومین (ع) و بزرگان دین	4/61	0/586	0/344
۶ اعتقاد به ولایت مطلقه ی فقیه در اسلام شیعی	4/68	0/548	0/301
۷ فصل الخطاب دانستن اوامر ولایت فقیه	4/70	0/279	0/528
۸ اعتقاد به جایگاه رهبری در نظام جمهوری اسلامی ایران	4/68	0/561	0/315

شماره	میانگین	انحراف معیار	واریانس	شاخص‌ها	*
0/534	0/731	4/12		شناخت جریان‌ات فکری و سیاسی در کشور	۹
0/481	0/694	4/30		شناخت آسیب‌ها و چالش‌های داخلی نظام	۱۰
0/508	0/713	4/27		شناخت تهدیدات خارجی علیه نظام	۱۱
0/534	0/731	4/30		دشمن‌شناسی و رصد اقدامات آنها در منطقه و جهان	۱۲
0/489	0/699	4/32		احساس مقبولیت نیروهای انقلاب در میان مردم و کشور	۱۳
0/460	0/678	4/26		احساس جزئیت و تفکیک ناپذیری نیروهای انقلاب از انقلاب اسلامی	۱۴
0/540	0/735	4/29		برآمدن نیروهای انقلاب از میان مردم و دل‌بستگی به آنها	۱۵
0/457	0/676	4/42		ایجاد اعتماد و همدلی مابین مسئولین نظام و آحاد مردم	۱۶
0/412	0/642	4/39		امید آفرینی و اعتماد به آینده نظام	۱۷
0/519	0/720	4/34		خودباوری و اعتماد به نفس، رشد و بالندگی، برای گذر از موانع پیش روی انقلاب	۱۸
0/470	0/686	4/33		روحیه استقامت و پایداری، برای رسیدن به هدف	۱۹
0/495	0/703	4/23		خودی و صمیمی بودن با ارکان انقلاب اسلامی	۲۰
0/515	0/718	4/42		افزایش روحیه جهادی	۲۱
0/589	0/768	4/37		معنویت‌گرایی و افزایش روحیه معنوی و شور و حال عارفانه	۲۲
0/460	0/678	4/57		احساس پیوند عاطفی و معنوی با رهبری انقلاب	۲۳
0/725	0/852	4/05		اولویت‌فائل‌نشدن برای امور معیشتی و اقتصادی نسبت به امور معنوی	۲۴
0/454	0/674	4/50		اعتماد به امدادهای الهی و یاری خداوند	۲۵
0/249	0/499	4/75		التزام عملی به رهبری و تبعیت از فرمایش‌های ایشان	۲۶
0/411	0/641	4/67		فصل الخطاب قرار دادن تدابیر و مواضع رهبری	۲۷
0/517	0/719	4/30		رشادت‌طلبی، شجاعت و کارآیی نظامی گرایانه	۲۸
0/464	0/681	4/39		دفاع آگاهانه از کیان و موجودیت نظام و دستاوردهای انقلاب اسلامی	۲۹
0/561	0/749	4/24		عمل به تکلیف و وظایف انقلابی	۳۰
0/583	0/764	4/31		مسئولیت‌پذیری و انجام امور محوله تا سرحد شهادت	۳۱
0/727	0/853	4/07		مشارکت فعال در پیشرفت و سازندگی	۳۲
0/706	0/841	4/06		کمک به صدور انقلاب اسلامی	۳۳
0/649	0/805	4/07		پشتیبانی از نهضت‌های ملی و اسلامی در منطقه و جهان	۳۴
0/607	0/779	4/31		همیاری و کمک، در سختی‌ها، ناملازمات و بلاایای داخلی و خارجی	۳۵

واریانس ۰/۵۲۸ برخوردار است و شاخص اولویت‌فائل‌نشدن برای امور معیشتی و اقتصادی نسبت به امور معنوی، کمترین میانگین را با ۴/۷۰ و انحراف معیار ۰/۸۵۲ و واریانس ۰/۷۲۵ دارا می‌باشد.

یافته‌های جدول شماره ۲ حاکی از آن است که از بین شاخص‌های مربوط به "مصون‌سازی نگرش"، شاخص فصل الخطاب دانستن اوامر ولایت فقیه، از بالاترین میانگین با ۴/۷۰ و انحراف معیار ۰/۲۷۹ و

جدول ۳- میانگین، انحراف معیار و واریانس مؤلفه های مصون سازی نگرش

واریانس	انحراف معیار	میانگین	تعداد گویه	مؤلفه	بعد
۰/۳۳۰	۰/۵۷۴	4/56	۵ گویه	خداباوری	شناختی
0/297	0/545	4/69	۳ گویه	ولایت مداری	
0/456	0/675	4/17	۴ گویه	بصیرت افزایی	
۰/۴۴۷	۰/۶۶۸	۴/۲۶	۳ گویه	مقبولیت	احساسی
۰/۳۷۸	۰/۶۱۴	4/36	۵ گویه	خود باوری و امید به آینده	
0/447	0/668	4/43	۵ گویه	معنویت گرایی	
0/357	0/597	4/618	۲ گویه	ولایت پذیری	رفتاری
0/470	0/685	4/255	۷ گویه	دفاع همه جانبه	
0/556	0/745	4/138	۳ گویه	حضور در صحنه حق و باطل	

واریانس 0/447، مربوط به بعد احساسی و مؤلفه ولایت پذیری، بالاترین میانگین را با ۴/۶۱۸ و انحراف معیار ۰/۵۹۷ و واریانس ۰/۳۷۸ در بعد رفتاری، برخوردار می‌باشند.

یافته های جدول شماره ۳ حاکی از آن است که از بین مؤلفه ها، مؤلفه ولایت مداری، بالاترین میانگین را با 4/69 و انحراف معیار 0/545 و واریانس 0/297، مربوط به بعد شناختی و مؤلفه معنویت گرایی، بالاترین میانگین را با 4/43 و انحراف معیار 0/668 و

جدول ۴ - نتایج رتبه بندی ابعاد و مولفه های مصون سازی نگرش

رتبه	میانگین رتبه	مولفه ها	مقدار	آماره ها	بُعد
اول	2/41	ولایت مداری	139/31	مقدار مربع کای	شناختی
دوم	2/07	خدا باوری	2	درجه آزادی	
سوم	1/52	بصیرت افزایی	۰/۰۰۰	سطح معناداری	
اول	2/10	معنویت گرایی	45/12	مقدار مربع کای	احساسی
دوم	2/05	خدا باوری و امید به آینده	2	درجه آزادی	
سوم	1/84	مقبولیت	0/002	سطح معناداری	
اول	2/59	ولایت پذیری	177/80	مقدار مربع کای	رفتاری
دوم	1/76	دفاع همه جانبه	2	درجه آزادی	
سوم	1/66	حضور در صحنه	۰/۰۰۰	سطح معناداری	

در میان مولفه‌های بُعد احساسی، مولفه معنویت‌گرایی در رتبه اول، مولفه خداپاوری و امید به آینده در رتبه دوم و مولفه مقبولیت در رتبه سوم قرار دارد. به عبارت دیگر از دیدگاه پاسخ‌دهندگان، مصون‌سازی نگرش در بُعد احساسی مقابله با جنگ نرم باید بر محوریت معنویت‌گرایی قرار داشته باشد.

در میان مولفه‌های بُعد رفتاری، مولفه ولایت‌پذیری در رتبه اول، مولفه دفاع همه‌جانبه در رتبه دوم و مولفه حضور در صحنه در رتبه سوم قرار دارد. به عبارت دیگر از دیدگاه پاسخ‌دهندگان، مصون‌سازی نگرش در بُعد رفتاری مقابله با جنگ نرم باید بر محوریت ولایت‌پذیری قرار داشته باشد.

نتایج جدول شماره ۴ نشان می‌دهد که در رتبه‌بندی ابعاد و مولفه‌های مصون‌سازی نگرش، در هر سه بُعد شناختی، احساسی و رفتاری؛ با توجه به مقادیر سطوح معناداری (که همگی $p < 0/001$ می‌باشد)، تفاوت بین رتبه مولفه‌های ابعاد ذکر شده معنادار است. لذا می‌توان رتبه‌بندی بین مولفه‌ها را انجام داد.

در میان مولفه‌های بُعد شناختی، مولفه ولایت‌مداری در رتبه اول، مولفه خداپاوری در رتبه دوم و مولفه بصیرت‌افزایی در رتبه سوم قرار دارد. به عبارت دیگر مصون‌سازی نگرش در بُعد شناختی مقابله با جنگ نرم باید بر محوریت ولایت‌مداری و تبعیت محض از ولایت فقیه قرار داشته باشد.

جدول ۵- نتایج رتبه‌بندی ابعاد مصون‌سازی نگرش

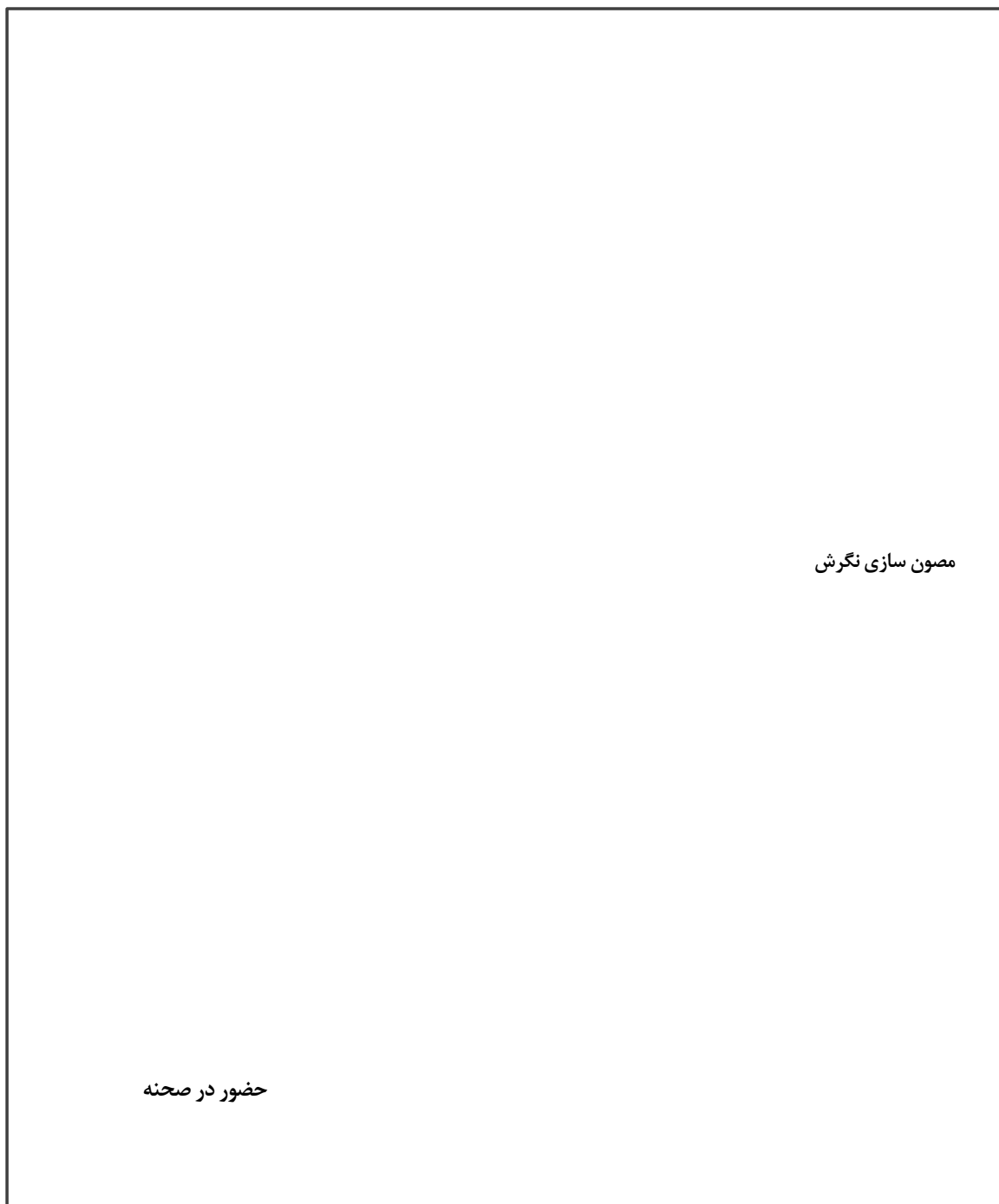
رتبه	میانگین رتبه	ابعاد	مقدار	آماره‌ها	اقدام
اول	2/30	شناختی	39/35	مقدار مربع کای	مصون‌سازی نگرش
دوم	1/87	رفتاری	2	درجه آزادی	در مقابله با جنگ نرم دشمن
سوم	1/84	احساسی	۰/۰۰۰	سطح معناداری	

قرار دارد. به عبارت دیگر از دیدگاه پاسخ‌دهندگان، در برنامه‌ریزی جهت مصون‌سازی نگرش در مقابله با جنگ نرم، تکیه اصلی بایست بر بُعد شناختی قرار داشته باشد. ابعاد رفتاری و احساسی در مراتب بعدی اهمیت قرار دارند.

برای آزمون مدل مفهومی مصون‌سازی نگرش در مقابله با جنگ نرم، از نرم افزار لیزرل یا مدل‌یابی معادلات ساختاری استفاده گردید. پس از آزمون، الگوی مصون‌سازی نگرش در مقابله با جنگ نرم به شرح زیر تایید گردید:

نتایج جدول شماره ۵ نشان می‌دهد که در رتبه‌بندی ابعاد سه‌گانه شناختی، احساسی و رفتاری در مصون‌سازی نگرش در مقابله با جنگ نرم دشمن در هر دو مقوله ذکر شده، با توجه به مقادیر سطوح معناداری ($p < 0/001$)، تفاوت بین رتبه ابعاد ذکر شده معنادار است. لذا می‌توان رتبه‌بندی بین ابعاد را انجام داد.

در میان ابعاد سه‌گانه شناختی، احساسی و رفتاری در مصون‌سازی نگرش، بُعد شناختی در رتبه اول، بُعد رفتاری در رتبه دوم و بُعد احساسی در رتبه سوم



شکل ۲- مدل اندازه گیری مصون سازی نگرش در مقابله با جنگ نرم دشمن

می باشد که مقدار مناسبی است.

نتایج شکل ۲ نشان می دهد که نسبت
مجدورکا بر درجه آزادی در مدل برابر $0/567$

جدول ۷- نتایج حاصل از نیکویی برازش مدل اندازه‌گیری ابعاد الگوی مصون‌سازی نگرش

وضعیت	مقدار قابل قبول	مقدار موجود	شاخص‌های برازش	*
مناسب	کمتر از ۳	۰/۵۶۷	نسبت مجذورکا بر درجه آزادی	۱
مناسب	۰/۹ تا ۰/۹۵	۰/۹۹۵	شاخص برازش هنجار شده	۲
مناسب	۰/۹ تا ۰/۹۵	۰/۹۹۴	شاخص نیکویی برازش	۳
مناسب	کمتر از ۰/۰۸	۰/۰۰۰	ریشه دوم میانگین مربعات خطای برآورد	۴

مربعات خطای برآورد (۰/۰۰۰)، مدل از برازش بسیار خوبی برخوردار می‌باشد. نتایج فوق در جدول ۷ نشان داده شده است.

با توجه به مقادیر مجذورکا (۶/۸۰۳)، درجه آزادی (۱۲)، شاخص برازش هنجار شده (۰/۹۹۵) شاخص نیکویی برازش (۰/۹۹۴) و شاخص ریشه دوم میانگین

جدول ۸ - نتایج حاصل از یافته‌های مدل اندازه‌گیری مصون‌سازی نگرش در مقابله با جنگ نرم

روابط	شاخص‌ها	وزن رگرسیونی (بتا)	انحراف استاندارد	مقدار t	سطح معناداری	نتیجه
مصون‌سازی	شناختی	1/000	0/765			
مصون‌سازی	احساسی	1/273	0/978	10/003	***	تایید رابطه
مصون‌سازی	رفتاری	1/158	0/892	9/328	***	تایید رابطه
شناختی	ولایت‌مداری	0/816	0/719	10/865	***	تایید رابطه
شناختی	خداپاوری	1/000	0/891			
احساسی	امید به آینده	1/161	0/921	13/940	***	تایید رابطه
احساسی	معنویت	1/000	0/716			
رفتاری	حضور در	1/233	0/768	8/885	***	تایید رابطه
رفتاری	دفاع همه	1/328	0/938	10/866	***	تایید رابطه
رفتاری	ولایت‌پذیری	1/000	0/838			
احساسی	معنویت‌گرایی	0/991	0/772	12/049	***	تایید رابطه
شناختی	بصیرت‌افزایی	1/103	0/785	9/708	***	تایید رابطه

*** سطح معناداری $p < 0/001$

تغییرات مصون‌سازی را تبیین می‌کند. در الگوی مصون‌سازی، بُعد شناختی از ۳ مولفه خداپاوری، ولایت‌مداری، و بصیرت‌افزایی تشکیل شده است که مولفه خداپاوری با ضریب استاندارد ۰/۸۹ بیشترین تبیین را نسبت به این بُعد دارد و ۷۹ درصد از تغییرات آن را تبیین می‌کند. بُعد احساسی نیز از ۳ مولفه مقبولیت، امید به آینده و معنویت‌گرایی

نتایج جدول ۸ نشان می‌دهد که همه ضرایب مدل با سطح اطمینان بیش از ۹۹ درصد به معناداری آماری رسیده‌اند. معناداری ضرایب آماری نشان می‌دهد که: مصون‌سازی از ۳ بُعد شناختی، احساسی و رفتاری تشکیل شده است. بُعد احساسی با ضریب استاندارد ۰/۹۸ بیشترین تبیین را نسبت به مصون‌سازی دارد. همچنین این بُعد ۹۶ درصد از

نظرات توماس (۱۹۷۱)، فریدمن و همکاران (۱۳۷۰) که نگرش را به سه مؤلفه شناختی، احساسی، رفتاری دسته بندی می نمایند، گروه بندی شدند. این گروه بندی در بعد شناختی شامل مؤلفه های: تدین و دین باوری، ولایت مداری، بصیرت افزایی و در بعد احساسی شامل مؤلفه های: مقبولیت، خود باوری و امید به آینده، معنویت گرایی (دنیاگریزی) و در بعد رفتاری شامل مؤلفه های: ولایت پذیری، دفاع همه جانبه و حضور در صحنه حق و باطل، تنظیم گردید. نتایج نشان می دهد که: بُعد احساسی بیشترین تبیین را نسبت به مصون سازی دارد. - در بعد شناختی، مولفه خدا باوری بیشترین تبیین را دارد. - در بُعد احساسی، مولفه امید به آینده بیشترین تبیین را دارد. - در بُعد رفتاری، مولفه دفاع همه جانبه بیشترین تبیین را دارد. - هر چه میزان خدا باوری در نیروهای انقلابی بیشتر باشد، میزان ولایت مداری آنان نیز افزایش خواهد یافت. - هر چه میزان خدا باوری در نیروهای انقلابی بیشتر باشد، شاهد میزان بالایی از بصیرت در آنان خواهیم بود. - ولایت مدار بودن نیروهای انقلابی به معنی وجود بصیرت و بینش انقلابی در آنان خواهد بود. - با افزایش خدا باوری و امید به آینده در بین نیروهای انقلابی، میزان مقبولیت نیز در بین آنان افزایش خواهد یافت. - با افزایش معنویت در بین نیروهای انقلابی، میزان مقبولیت نیز در بین آنان افزایش خواهد یافت. - هر چه میزان خدا باوری و امید به آینده در بین نیروهای انقلابی بیشتر باشد، میزان معنویت آنان نیز افزایش خواهد یافت. - هر چه میزان ولایت پذیری در نیروهای انقلابی افزایش یابد، عزم آنها برای دفاع همه جانبه از انقلاب و دستاوردهای آن افزایش خواهد یافت. - هر چه میزان ولایت پذیری در نیروهای انقلابی افزایش یابد، میزان حضور آنها در صحنه افزایش خواهد یافت. - دفاع همه جانبه از انقلاب و دستاوردهای آن مستلزم حضور در صحنه و هوشیاری نیروهای انقلابی است. - با افزایش بُعد شناختی در نیروهای انقلابی، میزان بُعد احساسی نیز در آنان افزایش خواهد یافت. این یافته، می تواند ارتباط در هم تنیده بین عواطف و احساسات با

تشکیل شده است که مولفه امید به آینده با ضریب استاندارد ۰/۹۲ بیشترین تبیین را نسبت به این بُعد دارد و ۸۵ درصد از تغییرات آن را تبیین می کند. در نهایت، بُعد رفتاری از ۳ مولفه ولایت پذیری، دفاع همه جانبه، و حضور در صحنه تشکیل شده است که مولفه دفاع همه جانبه با ضریب استاندارد ۰/۹۴ بیشترین تبیین را نسبت به این بُعد دارد و ۸۸ درصد از تغییرات آن را تبیین می کند.

بحث و نتیجه گیری

برای طراحی و تبیین الگوی مصون سازی نگرش مخاطبان در مقابله با جنگ نرم، با استفاده از فرمایشات حضرت آیت الله خامنه ای (مدظله) ابعاد، مولفه ها و شاخص ها استخراج شد. از نظریه دسی (۲۰۰۷) و لوین (۲۰۰۸) که جنگ نرم را به سه بعد جنگ فرهنگی، اجتماعی و سیاسی تقسیم نموده اند، نیز استفاده گردید. زیرا عاملان جنگ نرم در پی آن هستند تا با استفاده از ساز و کارها و روش های فرهنگی، بر ارزش های بنیادی جامعه، نگرش های پایه ای و آداب رسوم، منش و رفتار اجتماعی، تاثیر بگذارند و آنرا دستخوش تغییر قرار دهند.

برای مصون سازی نگرش و مقابله با جنگ نرم دشمن، ابتدا باید اقدامات نرم دشمن را شناسایی کرد. بدین منظور همان گونه که حضرت آیت الله خامنه ای (مدظله) اشاره دارند، باید به اردوگاه دشمن سرک کشید. بدیهی است این کار مقدمه ای خواهد بود تا بهتر بتوان اقدامات مصون سازی را برنامه ریزی، ساماندهی و به نتیجه مطلوب رساند. سپس برای "مصون سازی نگرش در مقابله با جنگ نرم"، مجموعه توانایی های مخاطبان شناسایی، تا به عنوان سرپلی برای حرکت رو به جلو، تقویت و ارتقا یابند. زیرا قوت ها هر کدام در برخورد با اقدامات جنگ نرم، به عنوان عاملی مصون ساز عمل خواهند نمود. از این رو ابعاد، مؤلفه ها و شاخص های مصون سازی نگرش، با بهره گیری از تحقیقات به عمل آمده و بهره برداری از بیانات حضرت آیت الله خامنه ای (مدظله)، احصاء و استخراج گردید. از سوی دیگر با استفاده از

شناخت را نشان دهد. - با افزایش بُعد شناختی، میزان بُعد رفتاری نیز افزایش خواهد یافت. این یافته، نشان می‌دهد که ارتباط مستقیمی بین شناخت‌ها و رفتارها وجود دارد. - با افزایش بُعد احساسی، میزان بُعد رفتاری نیز افزایش خواهد یافت. نکته قابل توجه این است که در میان سه ضریب همبستگی فوق، میزان ضریب همبستگی بین بُعد احساسی و بُعد رفتاری از همه بیشتر است که قابل توجه می‌باشد.

در مجموع نتایج نشان می‌دهد که میان ابعاد سه‌گانه، بعد شناختی در رتبه اول، بعد رفتاری دوم و بعد احساسی در رتبه سوم قرار دارند. در میان مولفه‌ها، در بعد شناختی مولفه ولایت مداری اول، خداباوری دوم و بصیرت افزایی سوم و در بعد احساسی مولفه معنویت گرایی اول، خودباوری و امید به آینده دوم و مولفه مقبولیت سوم و در بعد رفتاری، مولفه ولایت پذیری اول، مولفه دفاع همه جانبه دوم و مولفه حضور در صحنه حق و باطل سوم قرار دارند. بنابراین برای مصون سازی نگرش در مقابله با جنگ نرم، بعد شناختی از اهمیت بیشتری برخوردار است. همچنین در بعد شناختی محوریت با مولفه ولایت مداری و در بعد احساسی محوریت به معنویت گرایی و در بعد رفتاری محوریت به ولایت پذیری داده شده است. از این رو باید اهتمام ویژه‌ای در برنامه‌ریزی‌های آموزشی مقابله با جنگ نرم، به این بعد و مولفه‌ها داده شود.

پی‌نوشت‌ها

- 1- Alport
- 2-Smith
- 3-Kretch
- 4-Crutchfield
- 5-Ballachey
- 6 - cognition
- 7 - Affective
- 8 - Behavioral
- 9- hedge
- 10-Primary prevention
- 11-Psychotherapy System
- 12 -Attitude
- 13-feedback
- 14-Lawshe

منابع

- ۱- آریان پور کاشانی، منوچهر، (۱۳۸۰)، فرهنگ جامع پیشرو آریان پور، ج ۲ و ۴، تهران: نشر جهان رایانه
- ۲- بوزان، باری (۱۳۸۷) مردم، دولت هاوهراس، ترجمه پژوهشکده مطالعات راهبردی، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی
- ۳- بونز، جرد. وانک، مایکل (۱۳۹۰)، نگرش و تغییر نگرش، ترجمه جواد طهوریان، تهران: رشد
- ۴- پرایس، ونیسنت، (۱۳۹۰)، افکار عمومی، مترجمان علی رستمی، الهام میرتهاهی، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی
- ۵- حبی، محمدباقر (۱۳۸۷)، نقش پایگاه های مقاومت بسیج در فرهنگ سازی و پیشگیری از تولید، توزیع و سوء مصرف مواد مخدر، تهران: بروج
- ۶- حسینی، حسین، (۱۳۹۰)، ارتباط اقناعی، از آموزه های عملی تا یافته های علمی، تهران: دانشگاه امام حسین (ع)
- ۷- سانتراک، جان (۱۳۸۵) روان شناسی تربیتی، ترجمه مرتضی امیدیان، یزد، دانشگاه یزد، چاپ اول، : ۵۸۰.
- ۸- سوربن، ورنر و جیمز تانکارد، (۱۳۹۰)، نظریه های ارتباطات، ترجمه علیرضا دهقان، ج ۵، تهران: دانشگاه تهران
- ۹- عباسی مقانکی، اکرم (۱۳۸۹)، روانشناسی اجتماعی، تهران: انتشارات مبنای خرد
- ۱۰- کرج، دیوید. کراچ فیلسد، ریچارد. اس. وبلاکی، اجرتون، ال (۱۹۶۲)، فرد در اجتماع، ترجمه محمود صناعی، ۱۳۷۴، تهران، انتشارات زوار
- ۱۱- کریمی، یوسف (۱۳۹۰)، نگرش و تغییر نگرش، تهران مؤسسه نشر ویرایش
- ۱۲- کوهن، استانفورد، (۱۹۷۳)، تئوری های انقلاب، ترجمه علیرضا طیب، تهران: انتشارات قوس
- ۱۳- گیدنز، آنتونی، (۱۳۷۳)، جامعه شناسی، ترجمه منوچهر صبوری، نشر نی، تهران
- ۱۴- ماکسول، جان (۲۰۰۳)، مدیریت نگرش، ترجمه فضل ... امینی
- ۱۵- محمدی، مسعود، (۱۳۸۹)، ارزیابی و تحلیل عملیات رسانه ای غرب علیه جمهوری اسلامی، ج ۱ و ۲، تهران: دفتر مطالعات و برنامه ریزی رسانه ها و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
- ۱۶- میلتن برگر، ریموند، (۱۳۸۱)، شیوه های تغییر رفتار، ترجمه علی فتحی آشتیانی و هادی عظیمی آشتیانی، تهران: سازمان چاپ انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
- ۱۷- نای، جوزف، (۱۳۸۷)، قدرت نرم، ترجمه سید محسن روحانی ومهدی ذوالفقاری، ج ۲، تهران: دانشگاه امام صادق (ع)
- ۱۸- نجاتی، محمد عثمان، (۱۳۹۱) حدیث و روانشناسی، ترجمه حمیدرضا شیخی، موسسه چاپ و انتشارات آستان قدس رضوی، چاپ سوم، مشهد مقدس
- ۱۹- نیت، گیج و دیوید، برلاینر (۱۳۷۴) روان شناسی تربیتی، ترجمه غلامرضا خوی نژاد و همکاران، مشهد، پازه، چاپ اول
- ۲۰- هانتینگتون، ساموئل، (۱۳۷۸)، برخورد تمدن ها و بازسازی نظم جهانی، ترجمه محمدعلی رفیعی، دفتر پژوهش های فرهنگی، تهران
- 21-Albarracin D, Vargas P(2010)Attitudes and persuasion: From biology to social responses to persuasive intent, NJ: pp. 394-427.
- 22-Aronson,E.,Wilson T.D.,and Akert R.M.(1999). Social Psychology (3rded.)Longman.

- 31-Joseph P. Forgas, Joel Cooper, William D. Crano. (2010). *The Psychology of Attitudes and Attitude Change*. Publisher Routledge.
- 32-Levin,I.P.(2008);Sociology and social psychology. Boston: Mcgraw-Hiil.
- 33-Michel,S.(2008);Persuasion and social in fluence.NEW York:Wadsworth.
- 34-Miltenberger,Raymond G.(1970). *Behavior Modification: Principles and*
- 35-Nye,J.S.(2006);Soft power.a new approach. WWW. social.irProcedures,USA:Brooks/Cole Publishing Company. psychology, 33.401-413
- 36-Schurts,M.(2008);Social influence;Boston;Megraw-till.
- 37-Thomas K. (ed.) (1971).*Attitudes and Behaviour*. Penguin.
- 38-Vanderl,R.(2005);Cultura and culture change. Boston: Mcgraw-Hiil
- 39-Walther E, Weil R, Düsing J.(2011) The role of evaluative conditioning in attitude formation. *Current Directions in Psychological Science*;20:192–196.
- 23-Baron R.A., Byrne D., and Johnson B.T. (1998). *Exploring Social Psychology* . (4thed.).Allyn and Bacon.
- 24-Beiker,S.(2004);Social capital and soft power.
- 25-Brandt, M. J., & Wetherell, G. A. (2012). What attitudes are moral attitudes? the case of attitude heritability. *Social Psychological and Personality Science*, 3(2), 172-179 . Retrieved from
- 26-Deci,L.F.(2007);Soft power,soft threats and attitude change.WWW.M.S.M.R.
- 27-Eagly A.H., and Chaihen S.(1993). *The Pshchology of Attitudes*. Harcourt Brace Jovanovich.
- 28-Fazio,R.(2007);Social changes and population.The journal of social science,19,141-150
- 29-Greg Maio, Geoffrey Haddock. 2010. *The Psychology of Attitudes and Attitude Change: Sage Social Psychology Program*. Publisher SAGE.
- 30-Hepler J, Albarracin D, McCulloch KC, Noguchi K.(2012). Being active and impulsive: The role of goals for action and inaction in self-control. *Motivation and Emotion*;36:416–424.