



فصلنامه علمی ((مدیریت دفاع هوایی))
سال اول ، شماره ۳ ، پائیز ۱۴۰۱



مقاله پژوهشی

تأثیر شیوه‌های جنگ نرم بر تعهد سازمانی کارکنان در یک سازمان نظامی

علیرضا مرادی صالح^۱ برات ابراهیمی^۲

۱- دکترای مدیریت منابع انسانی، عضو هیئت علمی دانشگاه پدافند هوایی خاتم‌الانبیاء (ص)، تهران، ایران، (نویسنده مسئول)

۲- عضو هیئت علمی دانشگاه پدافند هوایی خاتم‌الانبیاء (ص)، تهران، ایران

چکیده

اطلاعات مقاله

مقاله حاضر به بررسی شیوه‌های جنگ نرم و تأثیر آن بر تعهد سازمانی کارکنان در یک سازمان نظامی پرداخته است. اهداف پژوهش شامل اهداف توصیفی (بررسی میزان شناخت از جنگ نرم) و اهداف تبیینی (استنباط و تعمیم نتایج) بود. جامعه آماری شامل کارکنان یک سازمان نظامی بود که با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده تعداد ۱۷۱ نفر انتخاب گردید. روش تحقیق، پیمایشی - تبیینی و ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه محقق ساخته بود که پایایی آن در مطالعه مقدماتی ۸۹۷٪ به دست آمد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار SPSS استفاده شد. نتایج حاصله با استفاده از آزمون ضریب همبستگی پیرسون و رگرسیون چندگانه نشان‌دهنده تأثیر شیوه‌های جنگ نرم از جمله ایجاد تفرقه و تضاد، شایعه، انسانیت‌زدایی و ایجاد ترس و رعب بر کاهش تعهد سازمانی کارکنان بود. تأکید بر برنامه‌ریزی آینده‌نگر برای مقابله با تهدیدات نرم، در نظر گرفتن کارایی‌های چندگانه ابزارها و روش‌های مقابله، ترمیم آسیب‌های جنگ نرم با کمترین هزینه و تقویت بنیه‌های اعتقادی به‌ویژه در بین کارکنان از راه‌های مقابله با جنگ نرم بود.

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۸/۱۰

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۵/۰۹

کلمات کلیدی:

انسانیت‌زدایی، پدافند غیرعامل، تعهد سازمانی، جنگ نرم.



نویسنده مسئول:

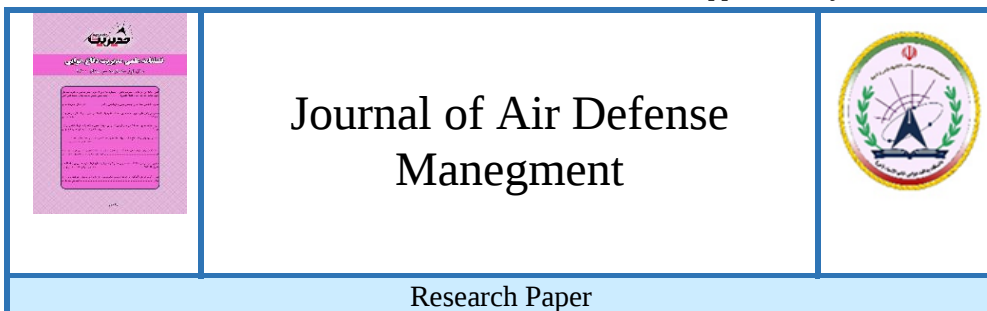
علیرضا مرادی صالح

ایمیل:

amoradisaleh@yahoo.co.uk

استناد به مقاله: علیرضا مرادی صالح، برات ابراهیمی (۱۴۰۱). تأثیر شیوه‌های جنگ نرم بر تعهد سازمانی کارکنان

در یک سازمان نظامی. فصلنامه علمی ((مدیریت دفاع هوایی)) سال اول ، شماره ۳ ، پائیز ۱۴۰۱.



The effect of soft warfare practices on the organizational commitment of the employees of a military organization

Alireza Moradi Saleh¹ , Barat Ebrahimi²

1- Faculty Member of Khatam Al-Anbia University of Air Defense, Tehran, Iran.

2- PhD in Human Resource Management, Faculty Member of Khatam Al-Anbia University of Air Defense, Tehran, Iran

Article Information

Accepted: 1401/08/10

Receieved:1401/05/09

Keywords:

dihumanization, Passive Defense, Organizational commitment, soft warfare.

Abstract

This article examines the methods of soft warfare and its impact on the organizational commitment of personnel in a military organization. The objectives of the study included descriptive objectives (assessing the extent of knowledge of soft warfare) and explanatory objectives (inferring and generalizing the results). The statistical population included the employees of a military organization that 171 people were selected using simple random sampling method. The research method was survey-explanatory and the data collection tool was a researcher-made questionnaire whose reliability in the pilot study was 0/897. SPSS software was used to analyze the data. The results using Pearson correlation coefficient test and multiple regression showed the effect of soft warfare methods such as creating divisions and conflicts, rumors, dehumanization and creating fear and terror on reducing the organizational commitment of employees. Among the ways to deal with soft warfare were "Emphasis on Future Planning for Countering Soft Threats", "Considering the Multiple Efficiency of Countermeasures Tools and Methods", "Repairing the Costs of Soft Warfare at the Lowest Cost" and "Strengthening Beliefs Among Employees".



Corresponding anuthor:

Alireza Moradi Saleh

Email:

amoradisaleh@yahoo.co.uk

HOW TO CITE: Alireza Moradi Saleh , Barat Ebrahimi(1401). The effect of soft warfare practices on the organizational commitment of the employees of a military organization. Journal of Air Defense Manegment.

۱. مقدمه

اکنون که دشمن در جنگ سخت به اهداف خود نرسیده، سعی دارد با اشکال مختلف جنگ نرم (روانی، رایانه‌ای، اینترنتی، راه‌اندازی شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی و ...)، کشور را بدون استفاده از حمله نظامی از پای درآورده و به تدریج به اهداف خود (براندازی، بهره‌برداری سیاسی، اقتصادی، نظامی و...) دست یابد.

جمهوری اسلامی به لحاظ داشتن فرهنگ اصیل اسلامی یکی از قدرتمندترین کشورها در حوزه قدرت نرم می‌باشد (رنجبران، ۱۳۸۸: ۶۳). قدرت نرم بر سرمایه اجتماعی، استوار است (افتخاری، ۱۳۸۷، ج ۱: ۲۹-۱۸ به نقل از ایزدی، ۱۳۸۷: ۱۲). انقلاب اسلامی ایران گفتمان نوینی در جهت ایجاد نظام ارزشی مبتنی بر خصایص فرهنگی (مذهبی - ملی) درون جامعه شکل داده که متمایز از هویت سایر ملل مسلمان است. از دیدگاه بایر (۲۰۰۸) برای رسوخ در هویت فرهنگی مردم ایران و ایجاد فاصله بین ملت و نظام باید ابعاد را آماج (مورد تهدید و فشار) قرارداد که جمهوری اسلامی از آن به عنوان رمز ماندگاری و افزایش قدرت نفوذ خویش بهره می‌گیرد تا انسجام ملی و وحدت سیاسی و مذهبی از طریق این آماج به فروپاشی از درون بیانجامد (تقی زاده، ۱۳۹۰: ۸۲-۸۱). در مقابل خطر تهدیدهای ناشناخته، لازم است هر یک از ما دانش خود را در شناخت تهدیدهای جدید افزایش دهیم تا با توسعه ادبیات پدافند غیرعامل بتوانیم برای حفظ خود، خانواده و جامعه تلاش کنیم. در دفاع غیرعامل مردم با آمادگی و آموزش قبلی در مقابل تهدیدها و عملیات روانی دشمن هوشیارانه حضور دارند. با انجام پدافند غیرعامل، آستانه تحمل ملی افزایش می‌یابد و به دشمن امکان استفاده از فرصت جنگ نرم داده نمی‌شود. در دفاع غیرعامل مهم‌ترین راهبرد، آگاهی‌رسانی و آگاهی‌بخشی به مردم در مقابل روش‌ها و شیوه‌های دشمن است.

۱-۱ بیان مسئله و اهمیت موضوع

جوانان به دلیل هیجانات شدید دوره جوانی و داشتن روحیه کنجکاوی، بیشتر تحت تأثیر تبلیغات و شایعات قرار گرفته و در مواقع حساس و در شرایط بحران و فریبکاری‌های سیاسی، به راحتی ابزار و طعمه شرارت‌ها قرار گرفته و بسیج اجتماعی (حسینی، ۱۳۸۹: ۳۶) در شورش‌های سیاسی را تشکیل می‌دهند (نائینی، ۱۳۸۸: ۵۹). رهبر معظم انقلاب اصطلاح افسران جنگ نرم را برای دانشجویان به کار بردند و اساتید را فرماندهان این افسران قلمداد نمودند. افسران جنگ، قشر جوانی هستند که دارای شور و هیجان دوران شباب هستند و زمان بیشتری را با رسانه‌های جمعی ماهواره‌ای و اینترنتی و بازی‌ها و سرگرمی‌های رایانه‌ای سپری می‌کنند. (محمدی نجم، ۱۳۸۸: ۱۰۶-۱۰۳)

وظایف افسران جنگ نرم به دو دلیل بسیار خطیر می‌باشد:

الف- شرایط فعلی جامعه ایران به عنوان یک قدرت سیاسی و فرهنگی تأثیرگذار در منطقه (رنجبران، ۱۳۸۸: ۶۳).

ب- شرایط جهانی در عصر هجمه اطلاعات و ارتباطات، تشکیل دهکده جهانی و شکل‌گیری جامعه جهانی و نابرابری‌های اقتصادی (والرشتاین، ۱۹۷۴ و ۱۹۷۹ و وارن، ۱۹۸۱) و نابرابری‌های سیاسی (کاردوزو، ۱۹۷۲ و فرتادو، ۱۹۸۴ و مانک، ۱۹۸۶).

دانشجویان سازندگان فردایی هستند که با داشتن علاقه و رضایت می‌توانند جامعه خود را بسازند و اگر با ابزارها و تکنیک‌های جنگ نرم هم آشنایی نداشته باشند، در ورود به عرصه‌های مختلف زندگی مانند کار و مشاغل، دچار فرسودگی و بی‌اعتمادی شده و دل به کار نمی‌دهند و احساس مسئولیت نخواهند داشت. بعلاوه به دلیل دوران خاص جوانی تحت تأثیر تبلیغات (گاردنر، ۱۳۸۳ به نقل از مرادی، ۱۳۸۸: ۸۳-۸۲)، ترفند همراهی و ذهنیت جمعی (شهیدی نیا، ۱۳۷۲ به نقل از مرادی، ۱۳۸۸: ۸۲) فریبکاری‌ها و دست‌کاری تخیل (جاکوئز، ۱۹۶۵ به نقل از مرادی، ۱۳۸۸: ۸۴) و غیره قرار گرفته و گرایش‌ها و نگرش‌های آن‌ها به راحتی و بدون احساس فشار و اجبار و از درون در جهت اهداف سوء دشمن سوق داده خواهد شد.

محققین در این پژوهش به دنبال احصاء شیوه‌های دشمنان در جنگ نرم و تأثیر آن‌ها بر تعهد سازمانی کارکنان در یک سازمان نظامی هستند تا ضمن شناسایی و تبیین روش‌ها و موقعیت‌ها، راهکارهای جلوگیری یا کاهش تأثیرات ناشی از نفوذ دشمن و جنگ نرم را ارائه نمایند.

۲. ادبیات نظری و پیشینه پژوهش

۲-۱ ادبیات نظری

جنگ نرم هم‌زاد شکل‌گیری زندگی اجتماعی انسان و حکومت‌هاست (قربان‌زاده سوار و ناطقی، ۱۳۹۰: ۱۳۱). برای تعریف جنگ نرم، اصطلاحات مختلفی وضع شده است. جنگ نرم از لحاظ بررسی‌های علمی، مفهومی نوین و از جنبه تاریخی، مفهومی بسیار کهن دارد (جمعی از مؤلفان، ۱۳۹۰: ۸). جنگ روانی که در منابع به‌عنوان شگفت‌انگیزترین پدیده اجتماعی از آن یاد می‌شود، ریشه در اعماق حیات انسانی و اعصار گذشته دارد (متفکر، ۱۳۸۵: ۱۱). آنچه با عنوان جنگ نرم مطرح می‌شود در ادبیات غرب بیشتر به قدرت نرم شناخته شده که زیربنای فکری آن اولین بار توسط جوزف نای نظریه‌پرداز برجسته آمریکایی در مقاله‌ای در نشریه آتلانتیک (مارس ۱۹۹۰)، به شکلی علمی مطرح شد (مرادی، ۱۳۸۸). وی در این مقاله می‌گوید: «اگر آمریکا تنها ۲ درصد از مبلغ ناخالص داخلی را به برنامه‌ای اختصاص دهد که هم آموزش داخلی را ارتقاء داده و هم کمک‌های مؤثر و اطلاعات موردنظر را به خارج برساند، به قدرتی متفاوت و عمیق‌تر از قدرت سخت دست می‌یابد که به آن می‌گوییم، قدرت نرم» (بیگی، ۱۳۸۹: ۴۲).

جنگ نرم شامل هر اقدام روانی و تبلیغات رسانه‌ای است که جامعه هدف یا گروه هدف را بدون درگیری نظامی و گشوده شدن آتش به انفعال وا می‌دارد (ماه‌پیشانیان ۱۳۸۶: ۵۷-۷۴) و در پی از پا درآوردن اندیشه و تفکر جامعه هدف است تا حلقه‌های فکری و فرهنگی آن را سست و در نظام سیاسی- اجتماعی تزلزل و بی‌ثباتی تزریق کند (قدسی ۱۳۹۰: ۸۲). مستند به بیان مقام معظم رهبری «در جنگ نرم، هدف آن چیزی است که در دل شماست، در ذهن شماست، در مغز

شماست؛ یعنی اراده شما. دشمن می‌خواهد اراده شما را عوض کند» (بیانات مقام معظم رهبری در دیدار دانشجویان، ۹۱/۵/۱۶). بر این اساس می‌توان جنگ نرم را «هرگونه اقدام نرم و تبلیغات رسانه‌ای که جامعه هدف را نشانه گرفته و بدون درگیری و استفاده از زور و اجبار به انفعال و شکست وا می‌دارد» دانست (برزگر و لعل‌علیزاده ۱۳۹۰: ۱۰۳).

اگر بخواهیم تعریفی از جنگ نرم، عملیات نرم و قدرت نرم ارائه دهیم می‌توان گفت، حرکتی که به‌عنوان مقدمه جنگ نظامی مطرح می‌شود و روحیه طرف مقابل را هدف گرفته است و تمام برنامه‌ریزی‌هایی که در این چارچوب می‌باشد، جنگ نرم تعریف می‌شود (محبیان، ۱۳۸۷: ۹۵). جان کالینز، تئوریسین دانشگاه ملی جنگ آمریکا، جنگ نرم را برابر با تعریف زیر می‌داند: استفاده طراحی شده از تبلیغات و ابزارهای مربوط به آن برای نفوذ در مختصات فکری دشمن با استفاده از شیوه‌هایی که موجب پیشرفت مقاصد امنیت ملی مجری می‌شود (جان کالینز، ۱۳۷۰: ۴۸۷).

جدول ۱: تفاوت جنگ نرم و جنگ سخت (نائینی، ۱۳۸۶: ۲۲)

ردیف	تهدید سخت	تهدید نرم
۱	حوزه تهدید سخت امنیتی، نظامی است.	حوزه تهدید نرم، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی است.
۲	تهدیدهای سخت عینی، واقعی و محسوس است و می‌شود آن را با برخی معیارها، اندازه‌گیری کرد.	تهدیدهای نرم پیچیده و محصول پردازش ذهنی نخبگان و اندازه‌گیری آن مشکل است.
۳	روش تهدید سخت استفاده از زور و اجبار است.	در تهدید نرم از القا و اقناع‌سازی بهره‌گیری می‌شود.
۴	هدف در تهدیدهای سخت، تهدید و حذف فیزیکی حریف و تصرف و اشغال سرزمین است.	هدف، تأثیرگذاری بر انتخاب‌ها، فرآیند تصمیم‌گیری و الگوهای رفتاری و سلب هویت‌های فرهنگی است.
۵	مفهوم امنیت در رهیافت‌های سخت‌افزارانه به معنای نبود تهدید خارجی تلقی می‌شود.	مفهوم امنیت در رهیافت‌های نرم‌افزارانه شامل امنیت ارزش‌ها و هویت‌های اجتماعی است.
۶	تهدیدهای سخت، به علت محسوس بودن، همراه با واکنش و برانگیختن است.	تهدیدهای نرم به دلیل ماهیت غیر عینی و محسوس نبودن آن، اغلب فاقد واکنش است.
۷	مرجع امنیت در حوزه تهدیدهای سخت اغلب دولت‌ها هستند.	مرجع امنیت در تهدیدهای نرم محیط فراملی و ... فراملی (هویت‌های فراملی و جهانی) است.
۸	کاربرد قدرت سخت در رویکرد امنیتی جدید اغلب مترادف با فروپاشی نظام‌های سیاسی - امنیتی مخالف یا معارض است.	کاربرد قدرت نرم در رویکردهای امنیتی جدید علیه نظام سیاسی مخالف یا معارض، مترادف با فرهنگ‌سازی و نهادسازی در چارچوب اندیشه و الگوهای رفتاری نظام‌های لیبرال و دموکراسی تلقی می‌شود.

۲-۱- فنون جنگ نرم

دروغ (تقی زاده، ۱۳۹۰: ۱۱۰)، شایعه (تقی زاده، ۱۳۹۰: ۱۰۹) و برچسب زدن، تکرار، روش تکرار، تظاهر به بی طرفی، ترور شخصیت و مبالغه از تکنیک‌های مهم جنگ نرم است (مرادی، ۱۳۸۸: ۹۶-۷۵).

۱) **برچسب زدن:** بر اساس این فن، رسانه‌ها، واژه‌های مختلف را به صفات مثبت و منفی تبدیل کرده و آن‌ها را به آحاد یا نهادهای مختلف نسبت می‌دهند. برچسب‌زنی یا اسم‌گذاری (برچسب زدن به یک فکر و یا عقیده) برای تحریک به رد فکر و اندیشه‌ای بدون بررسی شواهد، مورد استفاده قرار می‌گیرد (سورین، تانکارد، ۱۳۸۴: ۱۵۲).

۲) **تلطیف و تنویر:** از تلطیف و تنویر (مرتبط ساختن چیزی با کلمه‌ای پرفضیلت) استفاده می‌شود تا چیزی را بدون بررسی شواهد بپذیریم و تصدیق کنیم (همان منبع: ۱۵۸). رسانه‌های ارتباط جمعی از سویی مفهوم «حقوق بشر و آزادی» را پرفضیلت جلوه داده و از سوی دیگر غرب را مهد آزادی و مدافع حقوق بشر قلمداد می‌کنند، درحالی‌که بیشترین نقض حقوق بشر و آزادی در این کشورها صورت می‌گیرد.

۳) **تصدیق:** تصدیق یعنی شخصی که مورد احترام یا منفور است بگوید فکر، برنامه، محصول یا شخص معینی خوب یا بد است. تصدیق، فنی رایج در تبلیغ، مبارزه‌های سیاسی و انتخاباتی است (سورین و تانکارد، ۱۳۸۴: ۱۶۵). حمایت اشخاص معروف (سیاست‌مداران، هنرمندان، ورزشکاران، دانشمندان و ...) و گروه‌های فرهنگی، سیاسی و اجتماعی از فرد یا جریانی خاص تصدیق نامیده می‌شود.

۴) **کلی‌گویی:** محتوای واقعی بسیاری از مفاهیمی که از سوی رسانه‌های غربی مصادره و در جامعه منتشر می‌شود، مورد کنکاش قرار نمی‌گیرد. تولید رسانه‌های غربی در دو حوزه سیاست داخلی و خارجی، مملو از مفاهیمی مانند جهانی‌شدن، دموکراسی، آزادی، حقوق بشر و ... است. این‌ها مفاهیمی هستند که بدون تعریف و توجیه مشخص، برای اقناع مخاطبان در زمینه‌ای مشخص به کار گرفته می‌شوند (محمدی نجم، ۱۳۸۴: ۱۵۲).

۵) **دروغ بزرگ:** این راهکار قدیمی اغلب برای مرعوب کردن و فریب ذهن حریف مورد استفاده قرار می‌گیرد. معروف‌ترین استفاده از این راهکار در زمان آدولف هیتلر و توسط رئیس دستگاه تبلیغاتی نازی‌ها، گوبلز بود: دروغ هرچه بزرگ‌تر باشد، باور آن برای مردم راحت‌تر است (سلطانی، هاشمی، ۱۳۸۲: ۲۵).

۶) **انسانیت‌زدایی و اهریمن‌سازی:** یکی از مؤثرترین شیوه‌های توجیه حمله به دشمن به هنگام جنگ (نرم یا سخت)، انسانیت‌زدایی است زیرا وقتی حریف از مرتبه انسانی خویش تنزیل یافت و در قامت اهریمنی در ذهن مخاطب ظاهر شد، می‌توان اقدام‌های خشونت‌آمیز علیه این دیو و اهریمن را توجیه کرد. در این راهکار با استفاده از برچسب‌زنی صفت‌های منفی به حریف از جمله دزد، قاتل، دروغ‌گو و ... به توجیه حمله‌ها و تهاجم‌ها علیه رقیب می‌پردازند.

(۷) **شایعه:** شایعه در فضایی تولید می‌شود که امکان دسترسی به اخبار و اطلاعات موثق امکان‌پذیر نباشد. به عبارتی شایعه در جایی ایجاد می‌شود که خبر نباشد یا خبر از منابع موثق منتشر نگردد. شایعه انتقال شفاهی پیامی است که برای برانگیختن باور مخاطبان و همچنین تأثیر در روحیه آنان ایجاد می‌شود. مطالب کلی شایعه باید حول محورهای اساسی و مهمی باشد که مخاطب نسبت به آن حساسیت بالایی دارد.

(۸) **جاذبه‌های جنسی:** استفاده از نمادهای اروتیکال از راهکارهای مهم مورد استفاده رسانه‌های غربی است به‌طوری‌که می‌توان گفت بیشتر قریب به اتفاق برنامه‌های رسانه‌های غربی از این جاذبه برای جذب مخاطبان خویش به‌ویژه جوانان که فعال‌ترین بخش جامعه هستند، بهره می‌گیرند. در شرایط فعلی مانکن‌ها از جمله افراد پردرآمد در غرب محسوب می‌شوند که در تبلیغات و آگهی‌های تجاری از آن‌ها بهره می‌گیرند. استفاده از گویندگان خبری با ظاهری اروتیکال از جمله مصادیق این راهکار تلقی شده که ضمن جذب مخاطب، موجب ارتقای سطح اثرپذیری پیام و غفلت از هسته مرکزی و ادبیات آن می‌شود.

(۹) **ایجاد تفرقه و تضاد:** از جمله اموری که در فرآیند جنگ نرم مورد توجه واقع می‌شود، تضعیف از طریق تزریق تفرقه در جامعه هواداران و حامیان حریف است. ایجاد و القای وجود تضاد و تفرقه در جبهه رقیب باعث نبود انسجام و یکپارچگی شده و رقیب را مشغول مشکل‌های درونی جامعه خود می‌کند و از این طریق از اقتدار و انرژی آن کاسته و قدرتش فرسوده می‌گردد.

(۱۰) **ترور شخصیت:** در زمانی که نمی‌توان یا نباید فردی مورد ترور فیزیکی قرار گیرد با استفاده از نظام رسانه‌ای و انواع راهکارها از جمله بزرگ‌نمایی، انسانیت‌زدایی و اهریمن‌سازی، پاره‌حقیقت‌گویی و ... وی را ترور شخصیت می‌کنند و از این طریق باعث افزایش نفرت عمومی و کاهش محبوبیت وی می‌شوند. دشمنان با استفاده از این تاکتیک و بهره‌گیری از ابزار طنز، کاریکاتور، شعر، کلیپ‌های کوتاه و ... که عموماً از طریق اینترنت پخش می‌شوند، به ترور شخصیت برخی افراد سیاسی و فرهنگی موجه و معتبر در نزد مردم می‌پردازند.

(۱۱) **تکرار:** برای زنده نگه داشتن اثر یک پیام با تکرار زمان‌بندی شده، سعی می‌کنند این موضوع تا زمانی که مورد نیاز هست زنده بماند. با تکرار پیام، سعی در القای مقصودی معین و جا انداختن پیامی در ذهن مخاطب دارند (سلطانی و هاشمی، ۱۳۸۲: ۴۷). تکرار از لحاظ روان‌شناسی در تشکیل «عادت» بسیار مفید است، به‌ویژه اگر با دقت توأم باشد. روش تکرار از قواعد خاصی پیروی می‌کند زیرا فاصله‌های تکرار، نباید چنان دراز باشد که سبب محو شدن آثار قبلی شود و نه‌چندان کوتاه باشد که ملال‌انگیز و خسته‌کننده شود (دادگران، ۱۳۸۲: ۹۵).

(۱۲) **توسل به ترس و ایجاد رعب:** در این راهکار از حربه تهدید و ایجاد رعب و ترس میان نیروهای دشمن، به‌منظور تضعیف روحیه و سست کردن اراده آن‌ها استفاده می‌شود. متخصصان جنگ نرم، ضمن تهدید و ترساندن مخاطبان به‌روش مختلف به آنان چنین القا می‌کنند که خطر و

صدمه‌های احتمالی و حتی فراوانی بر سر راه آنان وجود دارد و از این طریق، آینده‌ای مبهم و توأم با مشکلات و مصائب برای افراد ترسیم می‌کنند (شیرازی، ۱۳۷۶: ۸۹).

۱۳) مبالغه: مبالغه یکی از روش‌هایی است که با اغراق و بزرگ‌نمایی یک موضوع، سعی در اثبات یک واقعیت دارد. غربی‌ها همواره با انعکاس مبالغه‌آمیز دستاوردهای فن‌آوری خود و اغراق در ناکامی‌های کشورهای جهان اسلام سعی در تضعیف روحیه مسلمانان در تقابل با تمدن غربی دارند.

۲-۱-۲ مفهوم تعهد سازمانی

دلایل زیادی وجود دارد از این‌که چرا یک سازمان بایستی سطح تعهد سازمانی اعضایش را افزایش دهد (استیز و پورتر، ۱۹۹۲، ص ۲۹۰). اولاً تعهد سازمانی مفهومی است که به‌طور کلی با وابستگی و رضایت شغلی تفاوت دارد. ثانیاً تحقیقات نشان داده است که تعهد سازمانی با پیامدهایی از قبیل رضایت شغلی، حضور، رفتار سازمانی فرا اجتماعی و عملکرد شغلی رابطه مثبت و با تمایل به ترک شغل رابطه منفی دارد (شیان چنج و همکاران، ۲۰۰۳، ص ۳۱۳).

تعهد کارکنان ازجمله مفاهیم مهم رفتار سازمانی است (مولایی، ۱۳۸۵). تئوری تقابل زیربنای تئوری تعهد است، یعنی وقتی که شخصی با شخص دیگری به‌طور مطلوبی رفتار کند، متقابلاً رفتار مطلوبی به‌طور هم‌زمان دریافت می‌کند و می‌تواند به‌عنوان تعلق یک شخص به چیزی باشد (بیگز و همکاران، ۲۰۰۶).

مفهوم اصلی تعهد سازمانی، برگرفته‌شده از کار مودوی و همکاران (۱۹۷۹)؛ به نقل از اسپکتور، ۲۰۰۶، است که تعهد سازمانی را شامل؛ سه عنصر پذیرش هدف‌های سازمانی، اشتیاق به کار جدی برای سازمان و تمایل به ماندن در سازمان دانسته‌اند.

ماتیو و زاجاک (۱۹۹۰)؛ به نقل از عنایتی، ۱۳۸۴ در بررسی‌های خود تعهد سازمانی را به‌عنوان متغیر مستقل بر متغیرهای وابسته‌ای مثل عملکرد شغلی، درک فرد از شغل خود، تمایل به یافتن شغلی دیگر، تمایل به ترک شغل، حضور با تأخیر و ترک شغل، اثرگذار می‌داند و تعهد سازمانی را به‌عنوان متغیر وابسته از متغیرهای مستقلی مثل ویژگی‌های شغلی (تنوع مهارت، اشتغال وظیفه، قلمرو شغل)، ارتباط‌های رهبر- گروه (رهبری ساخت‌دهنده، به‌هم‌پیوستگی گروه) و ویژگی‌های شخصی (سن، پیشرفت تحصیلات، سابقه استخدام)، اثرپذیر معرفی می‌نماید.

دو دیدگاه در تعهد سازمانی وجود دارد؛ دیدگاه رفتاری و نگرشی (کانزین و ورتون، ۲۰۰۸). از نظر رفتارگرایان، تعهد عبارت است از “مجموعه‌ای از مفاهیم رفتاری” و موضوع تعهد نگرشی، تعیین هویت کارکنان با سازمان است. مکتب روان‌شناسی اجتماعی نیز تعهد را “نیروی تلقی می‌کند که کارکنان را به سازمان پیوند می‌دهد و بر مفهوم سرمایه‌گذاری و عوامل موقعیتی تأکید می‌کند” (رهنورد، ۱۳۸۲). تعهد سازمانی می‌تواند به‌عنوان نگرش کاری چندبعدی بین کارمند و کاری که در سازمان انجام می‌دهد و همچنین فرآیندی مستمر تعریف شود (مجیدی، ۱۳۷۶).

۲-۲ پیشینه تحقیق

اشتیاقی و همکارانش پژوهشی با عنوان «اینترنت و هویت دینی دانشجویان دانشگاه مازندران» را در سال ۱۳۹۱ با روش پیمایشی انجام دادند. نتایج نشان داد که رابطه معناداری بین مدت، نوع استفاده از اینترنت، پایگاه اقتصادی- اجتماعی دانشجویان با هویت دینی آن‌ها وجود داشت.

شریفی‌راد (۱۳۹۰) به بررسی میزان آشنایی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز با جنگ نرم و راه‌های مقابله با آن پرداخت. تحقیق به این نتایج رسید که میزان آشنایی دانشجویان با جنگ نرم در حد متوسط بود. دانشجویان متدین‌تر، دانشجویانی که از هویت ملی بهتری برخوردار بودند و دانشجویان عضو انجمن‌های دانشجویی و بسیجی و کسانی که بیشتر در کنفرانس‌های مرتبط با جنگ نرم و جنگ‌های رنگی شرکت می‌کردند، نسبت به سایر دانشجویان میزان آشنایی بیشتری با جنگ نرم و راهکارهای مقابله با آن داشتند.

محمود مولایی کرمانی و عباس‌زاده (۱۳۹۰) در مقاله «مطالعه جامعه‌شناختی رسانه‌های جمعی به‌مثابه ابزاری در قدرت نرم (با تأکید بر انقلاب اسلامی)» به بررسی تأثیر رسانه‌های جمعی به‌عنوان ابزاری در قدرت نرم بر ارزش‌هایی مانند هویت ملی (پذیرش اقتدار جهانی، دیدگاه جدایی دین از سیاست و هویت ملی) پرداختند. نتایج نشان داد که رسانه‌ها به‌عنوان ابزاری کلیدی در راه‌اندازی قدرت نرم در زمینه پذیرش هویت ملی، سکولاریسم و پذیرش اقتدار جهانی تأثیر گذارند.

کیسان پورنقی (۱۳۹۰) در مقاله «درآمدی بر شناخت ابعاد تهاجم فرهنگی و نحوه مقابله با آن» با استفاده از روش توصیفی و اسنادی به این نتیجه رسید که جلوه‌های تهاجم فرهنگی را می‌توان به دودسته بیرونی، همچون: تلاش برای دین‌زدایی، ایجاد روحیه‌ی خودباختگی فرهنگی، ترویج افکار و اندیشه‌های غربی و ... و درونی، همچون: عقب‌ماندگی علمی و صنعتی، فقر اقتصادی، غفلت کارگزاران فرهنگی و ... تقسیم کرد.

گرانمایه پور (۱۳۹۰) به «بررسی نقش رسانه‌ها در شکل‌گیری انقلاب‌های رنگی» پرداخت و ضمن تشریح کوتاه وقایع چند کشور اروپای شرقی و انقلاب‌های نرم آن‌ها، ویژگی‌های مشترک رخدادهای پیش‌آمده، جهانی‌شدن (که یکی از مؤلفه‌های آن به وجود آمدن رسانه‌های نوین است) و کاربرد فناوری‌های نوین ارتباطی- اطلاعاتی به‌ویژه اینترنت توسط نخبگان، احزاب، جنبش‌های مردمی، نهادهای مدنی و بنیادها به این نتیجه رسید که رسانه‌ها در افزایش آگاهی و مشارکت سیاسی مردم، رهبری افکار عمومی، به صحنه آوردن توده‌ها و تضعیف موقعیت حکومت‌های اقتدارگرا نقش فعالی دارند و می‌توانند جنبش‌های مردمی را رهبری کنند، به‌طوری‌که نظام جامعه‌ای را بدون بکار بردن ابزارهای قهرآمیز و با استفاده از «روش‌های مسالمت‌آمیز» و «نافرمانی مدنی» تغییر دهند.

در جنگ نرم بازیگر عامل به‌جای سرمایه‌گذاری صریح و سنگین فرهنگی، نسبت به فعال‌سازی حوزه‌های جانبی همچون اقتصاد، حقوق، سیاست، تجارت و ... اقدام می‌کند و از این طریق هنجارهای خود را به‌آرامی وارد جامعه هدف می‌نماید. در این وضعیت اگرچه تهاجم فرهنگی موضوعیت ندارد اما نفوذ فرهنگی رخ می‌دهد که پیامدهای منفی خاص خود را دارد (افتخاری، ۱۳۹۰: ۴۲-۴۱).

جنگ نرم نبرد همه‌جانبه، تدریجی، متناوب، متنوع و منعطفی است که اهداف داخلی آن دربرگیرنده فروپاشی، براندازی از درون، استحاله و بی‌ثبات‌سازی است. در بعد داخلی جنگ نرم از تاکتیک‌های متنوع و منعطفی استفاده می‌شود که برخی از آن‌ها شامل نافرمانی مدنی، مشروعیت زدایی، بی اعتبارسازی، اعتمادزدایی از نظام، اختلاف‌افکنی، ناکارآمد جلوه دادن نظام، ایجاد ناراضیتی، القای غم و یأس و وحشت، بحرانی جلوه دادن کشور و ... می‌گردد. در بعد بین‌المللی هدف جنگ نرم، مهار کشور هدف، از طریق اعمال محدودیت و تحریم‌های سیاسی، اقتصادی و اجماع سازی جهانی است. ضمن آنکه تصویرسازی‌های غلط و شیطانی از اسلام و انقلاب اسلامی ایران در افکار عمومی جهان در قالب سناریوهای اسلام هراسی و ایران هراسی را نیز باید به آن‌ها اضافه کرد (احمدی و همکاران، ۱۳۸۹: ۲۲-۲۱).

فرهنگ یکی از منابع قدرت نرم است و به لحاظ تأثیرگذاری در حوزه‌های مختلف اجتماعی می‌تواند رفتار بخش‌های مختلف اجتماع را تحت تأثیر قرار دهد و جامعه را به گروه‌های متعدد در اجتماع تقسیم و سبک زندگی آحاد جامعه بر اساس فرهنگ پذیرفته‌شده و مقبول اجتماعی را تنظیم کند. بنابراین جنگ نرم در پی تضعیف یا غیرفعال سازی منابع اعتقادی، ایمانی و انسانی و قدرت بازیگر مقابل است (افتخاری، ۱۳۹۱: ۱۰).

نتایج تحقیق تانگ و همکاران (۲۰۱۹) نشان داد که سرمایه روان‌شناختی تأثیر مثبتی بر رضایت شغلی و تعهد سازمانی دارد و رابطه بین رفتارهای ابتکاری کارکنان و رضایت شغلی و تعهد سازمانی را تأیید می‌کند. علاوه بر این، تأثیر واسطه‌گری سرمایه روان‌شناختی از نظر رضایت شغلی و تعهد سازمانی بر رفتارهای ابتکاری کارکنان تأیید شد.

مطالعه واندربیرگ و تانگ (۲۰۱۹) به بررسی روابط بین تعهد سازمانی عاطفی، انگیزش خودمختار و رفتار کاری پیشگیرانه پرداخت و از جو ارتباطات سطح تیمی به‌عنوان تعدیل‌کننده استفاده کرد. آن‌ها دریافتند که در سطح فردی، تعهد سازمانی عاطفی با رفتار تحریک‌آمیز رابطه مثبت دارد. همچنین جو ارتباطات سطح گروه، این رابطه را در هر دو مرحله میانجی‌گری تعدیل می‌کند. به‌طور خاص، تعهد سازمانی عاطفی به‌شدت با انگیزه خودمختار مرتبط بود و در شرایطی که فضای ارتباطات تیمی بالا در باز بودن، رضایت و درک متقابل بیشتر بود، با رفتارهای پیشگیرانه مرتبط‌تر بود.

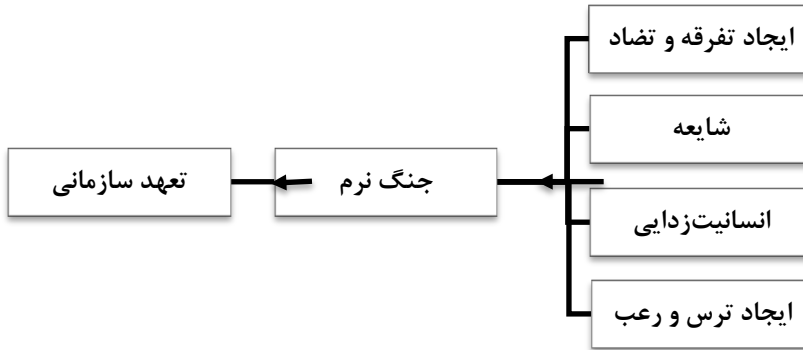
مطالعه فریدی و ساندی (۲۰۱۹) نشان داد که مدیریت استعداد با تعهد کارگران رابطه معنادار و مثبت دارد. نتایج نشان داد که مدیریت استعداد از نظر جذب استعداد، رشد استعداد و حفظ استعداد، تعهد کارگران در شرکت‌های نفت و گاز در نیجریه را ارتقاء می‌بخشد.

تعهد سازمانی می‌تواند در ایجاد یک جوّ سالم سازمانی، افزایش اخلاق سازمانی، ایجاد انگیزه و افزایش بازدهی و بهره‌وری سازمان مفید باشد (غلام‌حسینی و اسماعیلی، ۱۳۹۰).

پورتر و همکاران (۱۹۷۴) آن را ”درجه نسبی تعیین هویت فرد با سازمان و مشارکت و درگیری او در سازمان تعریف کرده‌اند“. همچنین رگو (۲۰۰۸) تعهد را به‌عنوان حالتی روانی که ویژگی‌های ارتباطی یک شخص با سازمان و حداقل شدن ترک او از سازمان است، تعریف می‌کند.

۲-۳ الگوی مفهومی تحقیق

در این تحقیق، پس از مطالعه ادبیات نظری و پیشینه پژوهش و با توجه به گستردگی و تنوع ابعاد و تکنیک‌های جنگ نرم، چهار مورد از بین مؤلفه‌های آن، "ایجاد تفرقه و تضاد"، "ایجاد ترس و رعب"، "شایعه" و "انسانیت‌زدایی" که از شایع‌ترین آن‌ها می‌باشند، انتخاب و الگوی مفهومی پژوهش به صورت زیر ترسیم گردید.



شکل ۱: الگوی مفهومی پژوهش

با نگرش به الگوی مفهومی، چهار فرضیه تدوین شد که هدف آنها تعیین میزان تأثیر هریک از مؤلفه‌های انتخاب شده از جنگ نرم (ایجاد تفرقه و تضاد، شایعه، انسانیت‌زدایی و ایجاد ترس و رعب) بر تعهد سازمانی کارکنان بودند.

۳. روش تحقیق

هدف این تحقیق توصیفی و جهت‌گیری پژوهش، کاربردی بود. از نظر افق زمانی، مقطعی و از لحاظ روش گردآوری و تجزیه و تحلیل داده‌ها، تحقیقی کمی بود. در این پژوهش از دو روش برای گردآوری داده‌ها استفاده شد:

۱. **مطالعات اسنادی:** تحقیق مبتنی بر شواهد برگرفته از مطالعه اسناد مانند آرشیوها یا آمار رسمی است. با این روش مباحث نظری پیرامون مؤلفه‌های تحقیق، مورد بررسی و مطالعه قرار گرفت.

۲. **پرسش‌نامه نظرسنجی:** به منظور سنجش میزان اهمیت هر یک از عناصر و بررسی و تأیید روابط بین آن‌ها و ارزیابی روایی و تعمیم‌پذیری، از پرسش‌نامه استفاده شد که شامل پرسش‌نامه محقق ساخته با ۲۴ سؤال بسته و بر اساس طیف لیکرت (خیلی کم، کم، متوسط، زیاد و خیلی زیاد) بود.

جامعه آماری تحقیق حاضر، شامل کارکنان یک سازمان نظامی بودند که چنانچه سطح اطمینان ۹۵٪ و دقت نظر ۰/۱ در نظر گرفته شود و انحراف معیار به صورت تقریبی بر اساس کمی کردن مقیاس لیکرت ۰/۶۶۷ محاسبه شود، حجم نمونه ۱۷۱ نفر خواهد بود:

$$n = \frac{Z_{\alpha/2}^2 \sigma^2}{e^2} = \left(\frac{1/96 \times 0/667}{0/1} \right)^2 = 171$$

در این تحقیق از روش اعتبار صوری (محتوایی) برای اطمینان از اعتبار پرسش‌نامه استفاده شد. میزان پایایی ابزار سنجش با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ (۰/۸۹۷) نشان دهنده پایایی تمامی متغیرهای پژوهش بود. به‌منظور تجزیه و تحلیل نتایج پرسش‌نامه‌ها نیز از آزمون ضریب همبستگی و مدل معادلات ساختاری استفاده شد.

پایایی ابزار سنجش

تعداد سوالات	آلفای کرونباخ
۲۴	۰/۸۹۷

۴. تجزیه و تحلیل داده‌ها

قبل از شروع به تحلیل کمی و انجام آزمون، باید مطمئن شد که آیا متغیرهای ما پارامتریک هستند یا ناپارامتریک. برای این امر، آزمون کولموگروف-اسمیرنوف انجام شد. اگر در نتیجه آزمون، Sig کوچک‌تر از ۰/۰۵ بود، به این معنی است که توزیع داده‌ها، نرمال نیست و می‌توان از آزمون‌های ناپارامتریک استفاده کرد و اگر بزرگ‌تر بود، داده‌ها نرمال است و باید از آزمون‌های پارامتریک استفاده کرد. نتیجه آزمون به شرح زیر خلاصه شد:

جدول ۲: نتایج حاصل از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف جهت بررسی نرمال بودن داده‌ها

متغیر	سطح معنی‌داری	مقدار خطا	داده‌های نرمال
ایجاد تفرقه و تضاد	۰/۵۷۹	۰/۰۵	تایید
شایعه	۰/۶۱۴	۰/۰۵	تایید
انسانیت‌زدایی	۰/۵۲۳	۰/۰۵	تایید
ایجاد ترس و رعب	۰/۶۸۱	۰/۰۵	تایید
تعهد سازمانی	۰/۷۱۸	۰/۰۵	تایید

از آنجا که سطح معنی‌داری بیشتر از مقدار خطای ۰/۰۵ بود، فرض صفر مبنی بر نرمال بودن داده‌ها رد نشده و نشان می‌دهد که مؤلفه‌ها دارای توزیع نرمال است و می‌توان از ضریب همبستگی پیرسون استفاده کرد. نتایج آزمون به شرح جدول ۳ می‌باشد:

جدول ۳: نتایج ضریب همبستگی پیرسون

مؤلفه‌های جنگ نرم	تعهد سازمانی
ایجاد تفرقه و تضاد	۰/۷۵۶

شایعه	۰/۸۱۲
انسانیت‌زدایی	۰/۷۴۹
ایجاد ترس و رعب	۰/۸۳۴

نتایج حاصل از آزمون ضریب همبستگی نشان می‌دهد که بین مؤلفه‌های جنگ نرم و تعهد سازمانی رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد. در گام نهایی، بعد از حصول اطمینان از وجود رابطه بین متغیرها بر اساس آزمون همبستگی به آزمون فرضیات با استفاده از تحلیل رگرسیون چندگانه پرداخته می‌شود. با استفاده از رگرسیون چندگانه تغییرات متغیر ملاک توسط متغیرهای پیش‌بین، پیش‌بینی می‌شود. جدول زیر ضرایب رگرسیون مربوط به هریک از متغیرها را نشان می‌دهد.

جدول ۴: ضرایب رگرسیون چندگانه

متغیرها	ضریب رگرسیون	خطای استاندارد	وزن بتا	سطح معناداری
ایجاد تفرقه و تضاد	۰/۱۷۲	۰/۰۶۰	۰/۳۱۲	۰/۰۲۴
شایعه	۰/۲۶۵	۰/۰۷۴	۰/۳۴۹	۰/۰۱۳
انسانیت‌زدایی	۰/۱۴۸	۰/۰۵۹	۰/۲۷۸	۰/۰۳۵
ایجاد ترس و رعب	۰/۲۴۹	۰/۰۶۸	۰/۳۵۶	۰/۰۰۹

نتایج جدول ۴ نشان می‌دهد که هر چهار متغیر پیش‌بین روی متغیر ملاک تأثیر دارند. جهت مقایسه اثرات چهار متغیر موجود در مدل رگرسیون از ضرایب استاندارد شده (ستون بتا) استفاده می‌شود. ستون بتا نشان می‌دهد که ایجاد ترس و رعب با ضریب ۰/۳۵۶ بیشترین اثر را روی تعهد سازمانی دارد. میزان تأثیر سایر متغیرهای پیش‌بین به ترتیب شایعه با ضریب تاثیر ۰/۳۴۹، ایجاد تفرقه و تضاد با ضریب تاثیر ۰/۳۱۲ و انسانیت‌زدایی با ضریب تاثیر ۰/۲۷۸ می‌باشد.

۵. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

اهمیت مقابله با جنگ نرم بر کسی پوشیده نیست و به همین دلیل تمام نهادها و سازمان‌های مرتبط، مسئولان و مردم، باید راهکار مناسب را از قبل تهیه و به‌موقع به‌کارگیرند. در این تحقیق، از بین شیوه‌های جنگ نرم، ایجاد تفرقه و تضاد، ایجاد ترس و رعب، شایعه و انسانیت‌زدایی که از شایع‌ترین آن‌ها می‌باشند، انتخاب و میزان تأثیر آن‌ها بر تعهد سازمانی کارکنان یک سازمان نظامی موردبررسی قرار گرفت.

فرضیه اول پژوهش مبنی بر تأثیر ایجاد تفرقه و تضاد بر تعهد سازمانی تأیید شد. بر اساس نتایج به‌دست آمده، این عامل سومین رتبه در میزان تأثیر بر تعهد سازمانی کارکنان را دارد و افزایش میزان آن، باعث کاهش تعهد سازمانی در کارکنان می‌گردد.

فرضیه دوم پژوهش مبنی بر تأثیر شایعه بر تعهد سازمانی مورد تأیید قرار گرفت. این عامل دومین رتبه در میزان کاهش تعهد سازمانی کارکنان را داشت.

فرضیه سوم پژوهش مبنی بر تأثیر انسانیت‌زدایی بر تعهد سازمانی، به استناد نتایج به دست آمده، رتبه چهارم در میزان تأثیر بر تعهد سازمانی کارکنان را داشت و تأیید گردید.

فرضیه چهارم پژوهش مبنی بر تأثیر ایجاد ترس و رعب بر تعهد سازمانی هم تأیید شد. این عامل اولین و بالاترین رتبه در میزان تأثیر بر تعهد سازمانی کارکنان را داشت و افزایش در آن، باعث بیشترین کاهش در تعهد سازمانی کارکنان می‌گردد.

نتایج آزمون‌ها نشان داد که روش‌های گوناگون جنگ نرم علی‌الخصوص موارد انتخابی به‌طور مستقیم و به مقدار زیاد بر تعهد سازمانی کارکنان تأثیر دارند. عدم اقدام به‌موقع در خصوص پیشگیری‌های لازم می‌تواند علاوه بر آب در آسیاب دشمن ریختن، باعث صدمات و خسارات عدیده در تمام حوزه‌های امنیت ملی (اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و نظامی) گردد. مبتنی بر یافته‌های پژوهش، در زیر پیشنهادهایی برای مقابله هرچه بهتر با جنگ نرم دشمن ارائه شده است.

۱. افزایش اطلاعات و آموزش کارکنان با رویکردها، روش‌ها و ابزارهای جنگ نرم.
۲. توجه جدی در آموزش به رده‌های پایین سازمان، زیرا بخش قابل‌توجهی از اقدام‌های دشمن بر روی گردانی آن‌ها از نظام متمرکز شده است.
۳. ایجاد وحدت و همدلی در تمام قسمت‌ها برای پاسداری از ارزش‌های نظام و حفظ انسجام آن.
۴. مدیریت و سازمان‌دهی افکار کارکنان به نحو مطلوب.
۵. استفاده از ابزارهای رسانه‌ای در اختیار و گسترش آن برای جلب افکار کارکنان.
۶. انعکاس اقدام‌های تروریستی گروه‌های معارض.
۷. شناسایی و ارائه حوزه‌های جنگ نرم دشمن.
۸. شرکت کارکنان در همایش‌ها و کنفرانس‌ها در جهت دانش‌افزایی مرتبط با جنگ نرم.
۹. تأکید و التزام عملی به آموزه‌های دینی و قرآنی و سیره پیامبر (ص) و ائمه علیهم‌السلام، قوی‌تر از هر عاملی است. به شرطی که در سیره مسئولین تجلی یابد.
۱۰. تمرکز بیش‌ازپیش بر روحیه خودباوری و مبارزه با عوامل زمینه‌ساز خودباختگی.
۱۱. گسترش و تعمیق توانایی‌های علمی به‌ویژه در زمینه جنگ نرم.
۱۲. آسیب‌شناسی فرهنگی در بین کارکنان به‌عنوان مهم‌ترین گروه اجتماعی موردتهاجم.
۱۳. بررسی الگوهای رفتار فرهنگی و تقویت مبانی اعتقادی متناسب با ادراک آنان.

۶. منابع

- [۱] احمدی، مجتبی؛ زارع درخشان، ابودر؛ همازاده ابیانه، حسین (۱۳۸۹) از تهاجم فرهنگی تا جنگ نرم، چاپ اول، شرکت انتشارات کیهان.
- [۲] اشتیاقی، معصومه؛ عزیززاده، توحید؛ کاظمیان، مهرداد (۱۳۹۱)، اینترنت و هویت دینی دانشجویان، مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه مازندران، *مطالعات ملی*، ویژه‌نامه شماره ۲، سال سیزدهم: ۱۱۹-۱۴۴.
- [۳] افتخاری، اصغر (۱۳۹۱)، الگوی جنگ روانی غرب علیه جمهوری اسلامی ایران، تهران: دانشگاه امام صادق(ع).

- [۴] افتخاری، اصغر (۱۳۹۰)، برآورد تهدید؛ رویکردی نظام‌واره، تهران: دانشگاه عالی دفاع ملی.
- [۵] افتخاری، اصغر (۱۳۸۷)، دو چهره قدرت نرم، معنا و مفهوم، قدرت نرم و سرمایه اجتماعی، جلد اول، تهران: دانشگاه امام صادق (ع)، پژوهشکده مطالعات بسیج.
- [۶] افتخاری، اصغر (۱۳۸۷)، انقلاب رنگی، طراحی چهارچوب تحلیلی در انقلاب رنگی و جمهوری اسلامی ایران، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- [۷] افتخاری، اصغر (۱۳۹۱)، مفهوم و جایگاه جنگ نرم در گفتمان انقلاب اسلامی (بر اساس اصول قرآن کریم)، پژوهش‌نامه انقلاب اسلامی، سال اول، شماره ۲: ۲۷-۱.
- [۸] برزگر، ابراهیم و لعل علیزاده، محسن (۱۳۹۰)، جنگ نرم، بازی‌های رایانه‌های اسلام‌ستیز و پدافند غیرعامل، فصلنامه مطالعات قدرت نرم، دوره ۱، شماره ۱، صص ۹۳-۱۱۷.
- [۹] بیگی، مهدی (۱۳۸۹)، قدرت نرم، با مقدمه دکتر محمدباقر خرمشاد، چاپ دوم؛ اردیبهشت ۱۳۸۹، چاپ سوم: شهریور ۱۳۸۹، انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).
- [۱۰] پورنقی، کیسان (۱۳۹۰) درآمدی بر شناخت ابعاد تهاجم فرهنگی و نحوه مقابله با آن، مطالعات راهبردی، سال چهاردهم، بهار ۱۳۹۰ شماره ۱، پیاپی ۵۱.
- [۱۱] تقی‌زاده، حمید (۱۳۹۰)، جنگ نرم علیه انقلاب اسلامی و راهکارهای مقابله با تأکید بر فرمایشات مقام معظم رهبری، فصلنامه علمی- تخصصی عملیات روانی؛ سال هشتم؛ ش ۲۹: ۱۱۶-۹۳.
- [۱۲] جمعی از مؤلفان (۱۳۹۰) دانستنی‌های سیاسی ویژه جنگ نرم، معاونت سیاسی، ویژه کارکنان ناجا، انتشارات سازمان عقیدتی سیاسی ناجا.
- [۱۳] حسینی، حسین (۱۳۸۹) جنگ نرم: از تهدید تا پاسخ، فصلنامه علمی- تخصصی عملیات روانی، سال هفتم، ش ۲۶، تابستان ۸۹: ۶۲-۳۳.
- [۱۴] دادگران، محمد (۱۳۸۲)، افکار عمومی و معیار سنجی آن، تهران: مروارید.
- [۱۵] رنجبران، داود (۱۳۸۸) جنگ نرم، چاپ ششم، تهران: ساحل اندیشه.
- [۱۶] رهنورد، فرج‌اله؛ رادمنش، ایران، (۱۳۸۲)، تصمیم‌گیری مشارکتی و تعهد سازمانی، دانش مدیریت، شماره ۶۲، صص ۱۴-۱.
- [۱۷] سلطانی، محمد؛ هاشمی، شهناز (۱۳۸۲)، پوشش خبری، تهران، انتشارات سیمای شرق.
- [۱۸] سورین، ورنر؛ تانکارد، جیمز (۱۳۸۴)، نظریه‌های محورهای ارتباطات، (چاپ دوم)، ترجمه دکتر علیرضا دهقان، تهران، انتشارات دانشگاه تهران.
- [۱۹] شیرازی، محمد (۱۳۷۶)، جنگ روانی و تبلیغات، مفاهیم و کارکردها، تهران، انتشارات نمایندگی ولی فقیه در سپاه.
- [۲۰] شریفی‌راد، مریم (۱۳۹۰)، بررسی میزان آشنایی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز با جنگ نرم و راه‌های مقابله با آن، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تبریز.
- [۲۱] شهیدی‌نیا، سید امین (۱۳۷۲)، نقش تبلیغات در زمینه‌های اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، نشریه پیام پتروشیمی، شماره ۵.

- [۲۲] غلامحسینی، اسماعیل و اسماعیلی، احمدرضا (۱۳۹۰)، بررسی تأثیر تعهد سازمانی بر نگهداشت نیروی انسانی، فصلنامه منابع انسانی ناجا، سال ششم، شماره ۲۳، صص ۱-۲۱
- [۲۳] قدسی، امیر (۱۳۹۰)، نقش رسانه ملی در ایجاد قدرت نرم و مقابله با جنگ نرم (با تأکید بر بازتولید سرمایه اجتماعی)، *مطالعات راهبردی*، سال چهاردهم، بهار ۱۳۹۰، شماره ۱، پیاپی ۵۱.
- [۲۴] قربانزاده سوار، قرانعلی و ناطقی، هاشم (۱۳۹۰)؛ جنگ نرم و جمهوری اسلامی؛ *فصلنامه علمی-تخصصی عملیات روانی*؛ سال هشتم؛ ش ۳۱: ۱۴۶-۱۲۹.
- [۲۵] گاردنر، جرج (۱۳۸۳)، جنگ روانی و تبلیغات، تهران: معاونت فرهنگی ستاد مشترک سپاه.
- [۲۶] گرانمایه پور، علی (۱۳۹۰)، بررسی نقش رسانه‌ها در شکل‌گیری انقلاب‌های رنگی، *مطالعات راهبردی*، سال چهاردهم، بهار ۱۳۹۰، شماره ۱، پیاپی ۵۱.
- [۲۷] ماه‌پیشانیان، مهسا (۱۳۸۶)، راهکارهای آمریکا برای جنگ نرم با جمهوری اسلامی ایران، فصلنامه علمی-تخصصی عملیات روانی، سال ۵، ش ۱۸، صص ۴۹-۷۲.
- [۲۸] متفکر، حسین (۱۳۸۵)؛ جنگ روانی؛ چاپ سوم؛ تهران: بهار.
- [۲۹] محبیان، امیر (۱۳۸۷)، دیدگاه‌های نظری پدافند غیرعامل، گردآوری دکتر محسن فردرو، انتشارات امیدوار.
- [۳۰] محمدی نجم، سید حسین (۱۳۸۸)؛ نقش رسانه‌های جدید در شکل‌گیری افکار عمومی- بررسی موردی حوادث پس از انتخابات ریاست جمهوری خرداد ۱۳۸۸؛ *فصلنامه علمی-تخصصی عملیات روانی*؛ سال ششم؛ ش ۲۴: ۱۰۸-۹۶.
- [۳۱] محمود مولایی کرمانی، بتول؛ عباس‌زاده، محمد (۱۳۹۰)، مطالعه جامعه‌شناختی رسانه‌های جمعی به‌مثابه ابزاری در قدرت نرم (با تأکید بر انقلاب اسلامی)، *مطالعات راهبردی*، سال چهاردهم، شماره ۱، بهار، پیاپی ۵۱.
- [۳۲] مرادی، حجت الله (۱۳۸۸)؛ کاربرد فنون تبلیغات در جنگ نرم؛ *فصلنامه علمی-تخصصی عملیات روانی*؛ ش ۲۳: ۹۶-۷۵.
- [۳۳] مجیدی، عبدالله (۱۳۷۶)، بررسی تأثیر جابجایی بر رضایت شغلی و تعهد سازمانی کارکنان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت، دانشگاه تربیت مدرس.
- [34] Biggs, David; Swailes, Stephen, (2006), "Relations, commitment and satisfaction in agency workers and permanent workers", *Employee Relations* Vol. 28 No. 2, Pp. 130-143.
- [35] Friday, E. O., & Sunday, M. (2019). Talent Management and Workers' Commitment. *SEISENSE Journal of Management*, 2(3), 1-15.
- [36] Jacques, Ellul (1965); *propaganda: the formation of means attitudes* (New York), pp. 256-557.
- [37] Kanisin. Overton Githa, (2008), "Requesting a Commitment to Change: Conditions That Produce Behavioral or Attitudinal Commitment", *Journal of Continuing Education In The Health Professions*, 28(2), Pp.: 60-66.
- [38] Mowday, R. T., Steers, R. M., & Porter, L. W. (1979). The Measurement of Organizational Commitment. *Journal of Vocational Behavior*, 14, 224-247. [http://dx.doi.org/10.1016/0001-8791\(79\)90072-1](http://dx.doi.org/10.1016/0001-8791(79)90072-1).

- [39] Porter, L., Steers, R., Nowday, R., & Bulian, P. (1974). Organizational commitment, job satisfaction, and turnover among psychiatric technicians. *Journal of Applied Psychology*, 76, 603-609.
- [40] Rego, A & Cunha, M. (2008). Workplace spirituality and organizational commitment: an empirical study. *Journal of Organizational Change Management*, 21(1), 1-29.
- [41] Tang, Y., Shao, Y. F., & Chen, Y. J. (2019). Assessing the mediation mechanism of job satisfaction and organizational commitment on innovative behavior: The perspective of psychological capital. *Frontiers in Psychology*, 10, 2699.
- [42] Tang, W. G., & Vandenberghe, C. (2019, July). Affective Organizational Commitment and Proactive Behavior. In *Academy of Management Proceedings* (Vol. 2019, No. 1, p. 12293). Briarcliff Manor, NY 10510: Academy of Management.