

تدوین راهبردهای دفاع فرهنگی آجا در مقابله با تهاجم فرهنگی

مهدی بصیری^۱

مهرداد شهسواری^{۲*}

فرامرز نصری^۳

محمد سید اسماعیلی^۴

نوع مقاله: پژوهشی

چکیده

در مسیر مواجه شدن با تهاجم فرهنگی، عدم شناخت کافی از ماهیت و ابعاد تهاجم فرهنگی در بخش‌های مختلف به ویژه نیروی‌های نظامی از چالش‌های اساسی بوده و عدم برخورداری از بصیرت و شناخت عمیق از این مقوله در چنین سازمان‌های حساس و مهمی، موجب می‌گردد تا سازمان در اتخاذ راه‌کارهای مقابله و نیز تدوین برنامه‌های مقابله با تهاجم فرهنگی دشمن از رویکرد مناسبی برخوردار نباشد. هدف مطالعه پیش‌رو تدوین راهبردهای دفاع فرهنگی آجا در مقابله با تهاجم فرهنگی می‌باشد. نوع تحقیق کاربردی است و رویکرد آن به جهت اینکه علاوه بر تحلیل کیفی مبانی نظری، از پرسشنامه محقق ساخته نیز استفاده شده است به صورت آمیخته (کمی-کیفی) می‌باشد. روش اجرای تحقیق زمینه‌ای-موردی می‌باشد. جهت تدوین راهبردها، از روش تدوین راهبرد مقصد-هدف-راهبرد (GOS) استفاده شده است. مشارکت‌کنندگان در بخش کیفی تحقیق شامل تعداد ۱۸ نفر خبرگان حوزه فرهنگی آجا و جامعه آماری در بخش کمی شامل فعالان حوزه فرهنگ در سطح آجا می‌باشد که با استفاده از فرمول نمونه کوکران تعداد ۱۳۵ نفر می‌باشند. به منظور جمع‌آوری اطلاعات از روش کتابخانه‌ای و میدانی شامل مصاحبه نیمه‌ساخت‌یافته و پرسشنامه استفاده شده است. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش دلفی فازی با استفاده از نرم‌افزار متلب بهره‌برداری به عمل آمده است. در نهایت تعداد ۱۶ راهبرد دفاع فرهنگی به همراه الزامات پیاده‌سازی هر یک از راهبردها احصاء گردید.

واژه‌های کلیدی:

راهبرد، دفاع فرهنگی، تهاجم فرهنگی، آجا.

۱. دکتری مدیریت فناوری اطلاعات، گروه مدیریت، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات تهران، ایران.

۲. دانشجوی دکتری مدیریت راهبردی سایبری، دانشگاه عالی دفاع ملی، تهران، ایران.

۳. استادیار گروه مدیریت، دانشگاه امام خمینی^(ه) نداجا، نوشهر، ایران

۴. دکتری مدیریت راهبردی، دانشگاه عالی دفاع ملی، تهران، ایران

مقدمه

امروزه با توجه به رشد فکری و آگاهی عمومی ملت‌های جهان، نفوذ، سلطه و به‌دست آوردن مستعمرات از راه لشکرکشی‌های نظامی به آسانی امکان‌پذیر نیست و در صورت اجرا هزینه‌های زیادی را بر مهاجمان تحمیل می‌کند به همین سبب بیش از یک قرن است که استعمارگران روش نفوذ در کشورها را تغییر داده‌اند و از طریق سیاست‌های فرهنگی (با عناوین تبلیغ مذهبی، رواج فناوری، انجمن‌های خیریه، ترویج بهداشت و...) تلاش می‌کنند به اهداف شوم خود برسند زیرا فهمیده‌اند که ریشه بسیاری از مسائل و خاستگاه بسیاری از تحولات در سطح کشورها مدیریت فرهنگ حاکم بر آن کشور بوده و بهترین راه نفوذ در سایر کشورها نفوذ در فرهنگ آنان و استحالهٔ درونی آن است (عسگری و همکاران، ۱۳۹۷). آنان می‌خواهند ارزش‌های مورد پسند خود را ارزش‌های مترقی جلوه دهند تا بتوانند آن را جایگزین ارزش‌های بومی و ملی ملت‌ها سازند. در فرهنگ ملت‌ها از این اقدامات به هجوم فرهنگی تعبیر می‌شود. پس عمل جایگزینی فرهنگ بیگانه با فرهنگ خودی به شکلی هوشیارانه که بتواند یک ملت و جامعه را نسبت به فرهنگ خود بیگانه و مطیع‌گرایز بیگانگان کند «تهاجم فرهنگی» محسوب می‌شود. این واقعیت را دانشمندان غربی نیز اذعان دارند. در تعریف پدیدهٔ تهاجم فرهنگی دیدگاه رهبر معظم انقلاب (مد ظله العالی) قابل توجه است. ایشان در جدیدترین بیانات خود در زمینه تهاجم فرهنگی می‌فرمایند: "یک رکن از ارکان اقتدار ملی عبارت است از قدرت دفاعی، یک رکن هم عبارت است از مسائل اقتصادی و ثبات و استحکام اقتصادی، یک رکن هم مسائل فرهنگی. در زمینه‌ی مسائل فرهنگی وقتی که مثلاً فرض کنید بحث تهاجم فرهنگی پیش آمد، دیدیم که دشمن دستپاچه شد و با تبلیغات خودش علیه شعار «مبارزه‌ی با تهاجم فرهنگی» وارد شد؛ یعنی دشمن از اینکه شما بیدار باشید و بفهمید که تهاجم فرهنگی است و باید مقابله کرد، ترسید." (بیانات در ارتباط تصویری با مراسم مشترک دانش‌آموختگی دانشجویان دانشگاه‌های افسری نیروهای مسلح - ۱۳۹۹/۰۷/۲۱)

می‌دانیم ویژگی شرایط کنونی جهان شامل شکل‌گیری گفتمان جهانی‌سازی از طریق فراگیری رسانه‌های جمعی است. در این دوران نظام‌های سلطه‌جو در صدد هستند تا با تهاجم فرهنگی به اهداف استعماری خود دست یابند (نجاتی منفرد و همکاران، ۱۳۹۵).

لذا تهاجم فرهنگی یکی از شیوه‌های رایج دشمن در اعمال استعمار نوین است و در این میان تهدیدات فرهنگی بر علیه نظام مقدس جمهوری اسلامی ایران که در دهه‌های اخیر نیز سرمایه‌گذاری خاصی از سوی دشمنان در این زمینه به‌عمل آمده است، همواره به گونه‌ای نامحسوس

در مرکز برنامه‌ریزی‌های دشمنان قرار داشته و به همین جهت است که مقام معظم رهبری (مد ظله العالی) از آن به شیخون فرهنگی یاد نموده‌اند. (علیزاده، صالح مرادی، ۱۳۹۱)

در مسیر مواجه شدن با تهاجم فرهنگی، عدم شناخت کافی از ماهیت و ابعاد تهاجم فرهنگی در بخش‌های مختلف به ویژه نیروی‌های نظامی از چالش‌های اساسی بوده و عدم برخورداری از بصیرت و شناخت عمیق از این مقوله در چنین سازمان‌های حساس و مهمی، موجب می‌گردد تا در اتخاذ راه کارهای مقابله و نیز تدوین برنامه‌های کلان مقابله با تهاجم فرهنگی دشمن از رویکرد مناسبی برخوردار نباشد.

تضعیف مشارکت و کار گروهی، تاثیرات سوء شبکه‌های اجتماعی، کم‌رنگ کردن اعتماد بین کارکنان و سلسله مراتب فرماندهی، ایجاد احساس وجود شکاف بین کارکنان و فرماندهان، غلبه دغدغه‌های فردی به سازمانی، کاهش انگیزه‌های خدمتی و احساس تعلق و تعهد سازمانی، تضعیف در مولفه‌های اخلاق حرفه‌ای و خودکنترلی‌ها و مواردی از این قبیل، تنها بخشی از اهداف و برنامه‌های دشمنان در زمینه تهاجم فرهنگی می‌باشد که سعی در شکل‌گیری آنها در فضای ماموریتی سازمان‌های نظامی دارند.

آسیب‌های یاد شده در صورت تحقق، بطور مستقیم یا غیرمستقیم در اجرای فرایندهای سازمانی آجا تاثیرگذار بوده و در بلند مدت موجب کاهش اثربخشی و کارایی فعالیت‌ها و در نهایت کاهش آمادگی رزمی آجا خواهد گردید.

مواجهه با چنین شرایطی نگارندگان را برآن داشت تا به منظور مقابله با تهدیدهای موجود در زمینه تهاجم فرهنگی که می‌تواند انجام ماموریت‌های آجا را تحت تاثیر قرار دهد، به دنبال ارائه راهبردهای دفاع فرهنگی آجا در مقابله با تهاجم فرهنگی دشمن باشند. بر این اساس مطالعه پیش‌رو به دنبال آن است که با بررسی مقوله تهاجم فرهنگی از ابعاد گوناگون و متنوع، حرکت‌های سازمان‌یافته دشمن در این زمینه را مطالعه نماید. تا از این ره‌گذر بتواند با ارائه راهبردهای دفاع فرهنگی موثر به مقابله با تهاجم فرهنگی بپردازد. لذا با توجه به موارد اشاره شده تدوین راهبردهای دفاع فرهنگی آجا در مقابله با تهاجم فرهنگی بصورت مدون، مناسب و مقتضی مساله اصلی این تحقیق است.

مبانی نظری و پیشینه‌های پژوهش

تهاجم فرهنگی

نخستین نشانه‌های تهاجم فرهنگی پس از ارتحال حضرت امام خمینی (ره) پدیدار شد. دشمنان انقلاب اسلامی با توجه به ماهیت فرهنگی انقلاب اسلامی، به خوبی دریافته‌اند که برای فروپاشی

این بنیان مرصوص، راهی جز نابودی پایه‌های فکری و اعتقادی آن وجود ندارد، همچنان که از تصریح بدان نیز هیچ ابایی نداشته و ندارند. از این روی پس از جنگ تحمیلی به ساماندهی یک حرکت تهاجمی فرهنگی، علیه نظام اسلامی پرداختند.

تهاجم فرهنگی از یک تفکر سلطه جویانه و انحصارطلبانه نشات گرفته که غرب را محور تمدن بشری و دیگران را جیره خواران آن تلقی می‌کند. نمونه بارز آن، روند رو به گسترش تسلط فرهنگ غرب بر سایر فرهنگ‌ها به ویژه فرهنگ اسلامی در یک صد سال اخیر است (رضوی و همکاران، ۱۳۹۷)

تهاجم فرهنگی به دو نوع قابل تعریف می‌باشد. نوع اول مستقیم و نوع دوم غیرمستقیم. تهاجم فرهنگی در نوع غیر مستقیم این‌گونه است که فرهنگ غربی برای کشور خودش و طبق فرهنگ خودش از طریق رسانه‌ها، موبایل، اینترنت و شبکه‌های ماهواره‌ای فعالیت می‌کند. در این حالت دیگر کشورها با دیدن این نوع سبک زندگی و فرهنگ غربی به صورت ناخودآگاه و یا خودآگاه سعی می‌نمایند شبیه آنها شوند که این نوع از تهاجم فرهنگی از نوع غیرمستقیم است. در تهاجم فرهنگی مستقیم که فاجعه آفرین می‌باشد، غرب و فرهنگ غربی سعی و تلاش می‌کند دقیقاً روی یک کشور خاص فعالیت کند و فرهنگ غربی را رواج دهد و دیگر کشورها را مورد هجوم فرهنگی قرار دهد (زهیری، ۱۳۹۷).

شیوه‌های تهاجم فرهنگی

در یک نگاه کلی شیوه‌های تهاجم فرهنگی غرب را نیز می‌توان از دو بعد خارجی و داخلی مورد توجه قرار داد. در بعد خارجی، مهاجمان با امکانات و موقعیت‌های مختلفی که در مجامع بین‌المللی در دست دارند، از طریق شبکه‌های گسترده‌ی بنگاه‌های تبلیغاتی و سخن‌پراکنی خود می‌کوشند با عناوینی چون نقض حقوق بشر، حمایت از تروریسم، وجود خفقان و سانسور، نبودن آزادی برای زنان و مطبوعات و نویسندگان، جنگ طلبی، ماجراجویی و...و با حربه‌های شناخته شده و تکراری، تصویری تحریف شده و ناخوشایند از فرهنگ مقابل در اذهان مردم دنیا ترسیم نمایند و طبیعی است که در این راه، زشت‌ترین و شیطانی‌ترین حربه‌ها را برمی‌گزینند. در بعد داخلی تهاجم فرهنگی غرب در کشورهای اسلامی به دو شیوه‌ی زیر رخ می‌نماید:

- ترویج افکار و اندیشه‌های غیراسلامی و حتی ضداسلامی، تبلیغ افکار التقاطی، تقدس‌زدایی و توهین به مقدسات، سست نمودن پایه‌های اعتقادی جوانان نسبت به برخی از اصول و آرمان‌ها.

• تجددگرایی، علم‌زدگی و عقل‌گرایی افراطی، تلاش در راه تطهیر غرب و غرب‌گرایی، بی‌اعتبار نشان دادن علوم و معارف اسلامی به بهانه‌ی عدم تطابق با دانش‌های نوین بشری، طرح جدایی دین از سیاست، ترویج بی‌حجابی و بدحجابی و پوشش‌های مستهجن و خلاف شئون اسلامی، رواج مدهای غربی و بی‌بندوباری، تهیه و پخش فیلم‌های شدیداً ضد اخلاقی و ویدئویی، نوارهای کاست مبتذل از خوانندگان فاسد و توزیع عکس‌های مبتذل در سطح گسترده، تولید و پخش مشروبات الکلی و مواد مخدر در سطح جامعه، چاپ و نشر کتب و مجلات ضد اخلاقی، جنایی، عشقی و رمان‌های مبتذل، تشکیل مجالس لهو و لعب و...، مشتی از خروارها توطئه‌ی دشمن است. ابزار تهاجم فرهنگی تنها محدود به موارد فوق نیست، بلکه تمام موارد فرهنگ‌های مکتوب، شفاهی، عمومی و تصویری نیز از ابزارهای دیگر این تهاجم هستند (مجلل چوبقلو و همکاران، ۱۳۹۳).

فرهنگ غربی با استفاده از ابزار فوق تخریب فرهنگ اسلامی را مد نظر قرار داده است. مواردی از قبیل تشکیک در حقانیت دین اسلام، انتشار کتاب‌های ضد دینی مانند آیات شیطانی، نفی مقدسات اسلامی و نیز تحدید دین و تلاش برای حذف دین از عرصه‌ی اجتماع از این موارد به شمار می‌آید (افتخاری، ۱۳۷۷). به هر صورت تهاجم فرهنگی به عنوان شکلی از جنگ نرم در تعاملی سازنده و معنادار با جنگ فرهنگی قرار دارد (همت، فرهادی، ۱۳۹۷).

دفاع فرهنگی

دفاع فرهنگی، عبارت است از ارتقای عزم ملی، باور و فرهنگ عمومی و سازمانی در خصوص رعایت اصول دفاع و مدیریت بحران‌های ناشی از تهدیدات فرهنگی دشمن می‌باشد (تمنایی فر و چشم به راهی، ۱۳۹۳).

اصول بنیادین دفاع فرهنگی:

اصول بنیادین دفاع فرهنگی را می‌توان در موارد زیر خلاصه نمود:

- هوشیاری و مراقبت فرهنگی
- کاهش تاثیرپذیری عملیات روانی دشمن و ایمن‌سازی جامعه
- نفوذناپذیری فرهنگی در برابر ستون پنجم دشمن
- خنثی‌سازی عملیات روانی دشمن
- کاهش آسیب‌پذیری‌های زیرساخت‌های عرصه فرهنگی جامعه

تهاجم فرهنگی از منظر قرآن و احادیث

بر اساس بیان قرآن تهاجم فرهنگی ایجاد سد و مانع و بدنبال آن نفوذ در فرهنگ جامعه و در نهایت اضلال و گمراهی مردم آن جامعه است. به‌طور کلی کلید واژه تهاجم فرهنگی در قرآن و

حدیث شامل دو عبارت زیر «صدّ عن سبیل الله» و «إضلال عن سبیل الله» است. انفاق مال برای «صد عن سبیل الله» - بر هم زدن تعادل اقتصادی جوامع اسلامی- ترویج عملکرد منافقانه- خوب جلوه دادن اعمال زشت و گناه آلود- ترویج دنیا دوستی- القای شبهه- ترویج غفلت از یاد و ذکر خدا- شریک قرار دادن برای خدا- ترویج هوی پرستی- تقلید متعصبانه از آباء و اجداد و بزرگان قوم- اشاعه غنا و فساد در جامعه- زینت و زرق و برق دنیا- پیروی چشم بسته از نظر اکثریت- رواج بی‌دینی و توجه به علوم مادی.

در احادیث نیز بر عبارت‌های زیر به عنوان راه‌های مقابله با تهاجم فرهنگی اشاره شده است: رعایت تقوای الهی- انجام واجبات (نماز- روزه- پرداخت زکات- امر به معروف و نهی از منکر- حج)- ترک محرّمات (غنا و موسیقی- شرب خمر و قمار- بی‌عفتی، زنا- گوشت خوک- ربا)- رعایت آداب معاشرت اسلامی (آداب نگاه کردن- آداب سخن گفتن- آداب لباس پوشیدن- آداب زینت و آرایش کردن)- ازدواج- پر کردن اوقات فراغت جوانان- برتر دانستن فرهنگ خودی- کسب فضائل اخلاقی و معنوی- ارتقای سطح فرهنگ جامعه (تربیت نسلی انقلابی و مومن- حاکم نمودن ارزش‌های اسلامی در جامعه- هوشیاری و بیداری در برابر توطئه‌های دشمن- شخصیت قائل بودن برای نوجوانان و جوانان.

به‌طور کلی در راه مقابله با تهاجم فرهنگی اصلی‌ترین وظایف مسلمانان در ابتدا رجعت واقعی به قرآن کریم، انس با قرآن و فراگیری عمل به احکام و قوانین قرآن است و آنگاه کنار زدن حجاب‌ها از اسلام ناب محمدی (ص) و شناساندن آن به دنیای غرب آن‌هم با زبان علم و کردار که مؤثرترین روش است می‌باشد. در حوزه رفتار اجتماعی برخی فعالیت‌های هنری می‌توانند بالقوه یا بالفعل برای ما تهدید محسوب شوند که راه مقابله با آنها «تولید فرهنگ و هنر قرآنی» است (رسولی، ۱۳۹۶).

تهاجم فرهنگی از دیدگاه فرماندهی معظم کل قوا (مد ظله العالی)

با بررسی محتوای بیانات مقام معظم رهبری در زمینه تهاجم فرهنگی می‌توان این استنباط را نمود که معظم‌له در فرازهای مختلف و بسته به شرایط حاکم از مفاهیم زیر در زمینه تهاجم فرهنگی استفاده نموده است:

تهاجم فکری اخلاقی

در کشور ما در کمتر زمانی جوان‌ها و نوجوان‌های ما این جور مورد تهدید و تهاجم فکری و اخلاقی قرار داشتند. البته در دوران حکومت پهلوی، این تهاجم از سوی خود مسئولین کشور به وجود می‌آمد [اما] امروز از سوی بیگانگان، از سوی دشمنان، از سوی منحرفین این تهاجم وجود

دارد. خوب معلّمین ما از آن طرف با آن ظرفیت عظیم مواجهند، از این طرف با این تهاجم همه‌جانبه مواجهند؛ بایستی بین این دو، یک جهاد مستمرّ دائمی واقعی را بر عهده بگیرند و به معنای واقعی، مجاهدت کنند. باید کاری کنند که ریزش‌ها نزدیک به صفر بشود و رویش‌ها در حدّاکثر قرار بگیرد (سخنرانی تلویزیونی خطاب به ملت ایران - ۱۴۰۰/۲/۱۲).

هجوم فرهنگی

علی‌رغم همه‌ی این ظواهری که [شما] دوستان اشاره کردید، بنده هم به آنها توجه دارم و اذعان دارم، یک واقعیّتی وجود دارد؛ علیه کشور ما در زمینه‌ی هجوم فرهنگی خیلی کار دارد می‌شود؛ مال امروز هم نیست، حالا امروز هم که فضای مجازی آمده است و حجم چند برابر شده، لکن از سابق هم به وسیله‌ی رادیوها، به وسیله‌ی تلویزیون‌ها، با وسایل گوناگون علیه مسائل فرهنگی در جمهوری اسلامی تلاش می‌شده و کار می‌شده. علی‌رغم همه‌ی اینها یک مجموعه‌ی عظیم جوان - نه یک مجموعه‌ی کوچک، نه یک اقلیت - پایبند به مبانی دینی، به مبانی اعتقادی و مبانی فرهنگی جمهوری اسلامی‌اند؛ این نشان‌دهنده‌ی آن است که ما در جهاد فرهنگی هم از دشمن قوی‌تر هستیم. (بیانات در ارتباط تصویری با نمایندگان تشکل‌های دانشجویی - ۱۳۹۹/۲/۲۸)

نفوذ فرهنگی

در فرهنگ - این دوستانی که مرتبط با مسئله‌ی فرهنگ هستند جدّاً توجه کنند - ما مواجه هستیم با یک حمله‌ی همه‌جانبه؛ یک جبهه‌ی عظیمی از لحاظ فرهنگی دارند به ما تهاجم می‌کنند؛ این هم در خلال حرفهایشان هست، البته ما می‌دانستیم این حرف را، اما حالا دیگر خودشان هم صریحاً می‌گویند که «غلبه‌ی بر جمهوری اسلامی و غلبه‌ی بر حاکمیت اسلام، با جنگ نظامی و با تحریم اقتصادی موقّقت‌آمیز نیست، [بلکه] با کار فرهنگی و نفوذ فرهنگی موقّقت‌آمیز است؛ ذهن‌ها را باید تغییر داد، روی مغزها باید کار کرد، هوس‌ها را باید تحریک کرد»؛ این را الان صریح می‌گویند. (بیانات در دیدار رئیس جمهور و اعضای هیات دولت - ۱۳۹۸/۵/۳۰)

جنگ فرهنگی

ما این جایگاه را به‌عنوان یک قرارگاه مرکزی (قرار دادیم). تعبیر "قرارگاه" ممکن است به بعضی گوش‌ها سنگین بیاید قرارگاه یک اصطلاح جنگی است، اصطلاح نظامی است و بگویند آقا، قرارگاه مال مسائل نظامی است، شما در مسائل فرهنگی هم فکر نظامی را رها نمی‌کنید! واقع قضیه این است که کارزار فرهنگی از کارزار نظامی اگر مهم‌تر نباشد و اگر خطرناک‌تر نباشد، کمتر نیست؛ این را بدانید؛ یعنی می‌دانید هم شما، واقعا یک میدان کارزار است اینجا (بیانات در دیدار اعضای شورای عالی انقلاب فرهنگی - ۱۳۹۲/۹/۱۹).

پیشینه پژوهش

مرکزی مقدم (۱۳۹۹) در پژوهشی با عنوان تهاجم فرهنگی و راه کارهای مقابله با آن در اندیشه رهبر معظم انقلاب به دنبال بررسی مقوله تهاجم فرهنگی در سه ساحت اهداف، روش‌ها و راه کارهای مقابله با تهاجم فرهنگی از دیدگاه مقام معظم رهبری (مد ظله العالی) پرداخته است. نتایج پژوهش وی نشان دهنده آن است که ارزش‌های اسلامی، نظام اسلامی، مکتب تشیع و ذهن جوانان به عنوان اهداف دشمن در تهاجم فرهنگی می‌باشد. همچنین روش‌های تهاجم فرهنگی دشمن به تفکیک شامل تشکیک در مبانی اعتقادی و دینی، غربی‌سازی جامعه و ترویج فساد در میان جوانان می‌باشد. همچنین شناخت صحیح سیاست‌ها و برنامه‌های دشمن، دفاع عقلانی و منطقی از اسلام به عنوان راه کارهای مقابله با تهاجم فرهنگی ذکر گردیده است.

وحدانی فر (۱۳۹۹) در تحقیقی با عنوان «راه کارهای مقابله با تهاجم فرهنگی در اندیشه‌های آیت‌الله خامنه‌ای و نمود آنها در اشعار پایداری دوره معاصر ایران» ضمن گردآوری نظرات معظم‌له، به بازتاب این سخنان در اشعار شاعران انقلابی معاصر در راستای احیای آنها پرداخته است. پژوهش مورد اشاره معتقد است، آیت‌الله خامنه‌ای به عنوان امام و مرجع حکیم، بصیر و شجاع، توانسته است از زوایای مختلفی با ارائه راه کارهای مهمی از جمله؛ جهاد فرهنگی و جنگ طولانی، نبرد فرهنگی در قبال نبرد فرهنگی، خودآگاهی مسئولان، گسترش رسالت‌های فرهنگ انقلاب، تعامل مشترک دولت و ملت و... در مقابل فرهنگ متخاصم غرب، مدیریت و مهندسی فرهنگی نماید و از سوی دیگر، شاعران با ذوق خود توانسته‌اند این راه کارها را در قالب شعر، بازتاب دهند تا تأثیر آن سخنان بیشتر شود.

خلف‌زاده و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی با عنوان راه‌های مقابله با نفوذ فرهنگی دشمن از منظر مقام معظم رهبری (مد ظله العالی) ضمن مرور بیانات رهبری در زمینه تهاجم فرهنگی به تبیین تاکتیک‌های نفوذ فرهنگی از دیدگاه رهبری معظم انقلاب پرداخته و روش‌های نفوذ فرهنگی دشمنان را تشریح نموده است. تحقیق وی توجه ویژه به گفتمان مقام معظم رهبری (مد ظله العالی) را یکی از راه کارهای مقابله با نفوذ فرهنگی دشمن دانسته است.

شعبان پور (۱۳۹۷) در تحقیقی با عنوان آسیب‌شناسی وضعیت فرهنگی و تدوین راهبرد مناسب آجا به دنبال شناسایی آسیب‌های وضعیت فرهنگی آجا در سطوح مختلف سازمانی به منظور ارائه راهکارهای مناسب بوده است. محقق در پایان راهبردهایی جهت مقابله با آسیب‌های فرهنگی آجا در حوزه‌های مختلفی مانند، تربیت و آموزش عقیدتی سیاسی، تبلیغات و روابط عمومی، هدایت و آگاه‌سازی سیاسی، طرح و برنامه و بودجه، سرمایه‌انسانی ارائه نموده است.

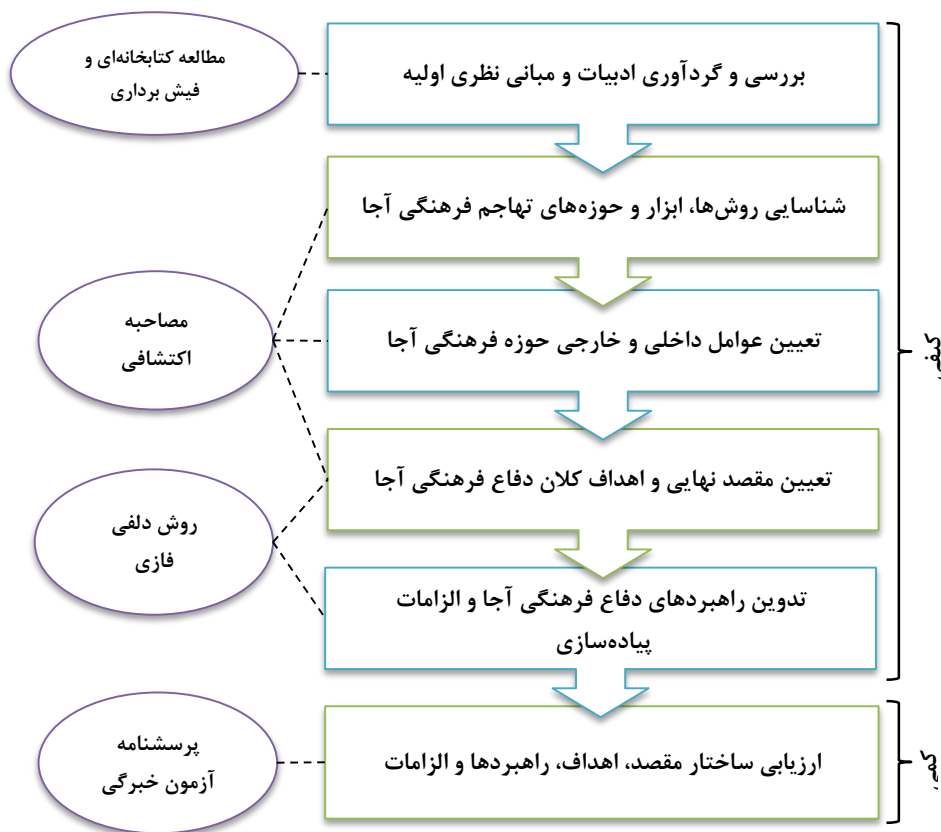
بوستانی (۱۳۸۸) در تحقیقی با عنوان «تهدیدهای فرهنگی در آجا و ارائه راه کار مناسب» به دنبال احصاء تهدیدهای فرهنگی و ارائه راهکارهای برون‌رفت از آنها در آجا بوده است. نتایج تحقیق وی نشان داد که موقعیت راهبردی به‌دست آمده آجا از نظر کارکرد فرهنگی در یک نمودار مقایسه‌ای آماری دقیقاً منطبق بر واقعیت است چرا که نقطه تلاقی $X=3/58$ و $Y=3/35$ (X مجموع نمره نهایی ضعف‌ها و قوت‌ها و Y مجموع نمره نهایی تهدیدها و فرصت‌ها) نموداری را از مرکز مختصات (عدد ۳) ترسیم می‌کند که تقریباً در امتداد قوت‌هاست. اگر قوت‌های آجا را که احصاء گردیده یک بار مرور کنیم باور می‌کنیم که ارتش با تکیه به آنها رو به جلو حرکت می‌کند و اگر فرصت‌ها را باز خوانی نماییم، می‌بینیم که چندان بهره‌ای از آنها نمی‌برد و اگر تهدیدات و ضعف‌های به دست آمده را یک بار دیگر مطالعه کنیم به این نتیجه می‌رسیم که غفلت از آنها یک واقعیت است. به بیان دیگر در تحلیل این نمودار باید گفت: که آجا در حوزه فرهنگ به یک تغییر رویکرد اساسی احتیاج دارد تا بتواند تهدیدات جدی را خنثی و ضعف‌هایش را جبران نماید.

بررسی پیشینه تحقیق بیانگر آن است که علی‌رغم توجه به ابعاد مختلف و نیز زمینه‌های شکل‌گیری تهاجم فرهنگی تا کنون پژوهش کیفی جامعی که به راهبردهای مقابله با تهاجم فرهنگی بپردازد، صورت نگرفته است. لذا در این مقاله برای اولین بار مفهوم کیفی تهاجم فرهنگی و دفاع فرهنگی با استفاده از روش اصول منطق فازی و نرم‌افزار متلب به صورت کمی و فازی مورد بررسی قرار گرفته است.

روش‌شناسی پژوهش

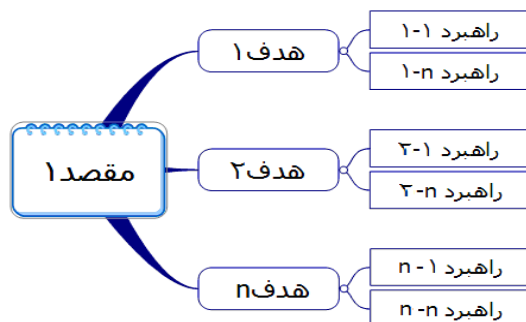
نوع تحقیق کاربردی است و رویکرد این تحقیق به دلیل اینکه علاوه بر تحلیل کیفی مبانی نظری، از پرسشنامه با سوالات بسته استفاده می‌کنیم بصورت آمیخته (کمی-کیفی) خواهد بود.

با توجه به اساس این تحقیق که نتیجه‌گیری، تصمیم‌گیری و تدوین راهبرد است روش تحقیق زمینه‌ای-موردی می‌باشد. نقشه‌راه و فرایند اجرای تحقیق در شکل زیر ارائه شده است.



شکل (۱) فرایند اجرای تحقیق

در این تحقیق جهت تدوین راهبردها، از روش تدوین راهبرد مقصد-هدف-راهبرد (GOS) استفاده شده است. در این روش مقاصد (Goal)، اهداف (Objectives) و راهبردها (Strategy) همانند یک درخت با ساختاری سلسله مراتبی تعریف می‌شوند به این معنی که مقاصد توسط مجموعه‌ای از اهداف و اهداف توسط مجموعه‌ای از راهبردها تحقق می‌یابند. چارچوب کلی این روش بصورت زیر است.



شکل (۲) ساختار سلسله مراتبی در مدل GOS

این روش مبتنی بر روش دلفی فازی است و مزیت اصلی آن نسبت به سایر روش‌ها، قابلیت ارزیابی قبل از اجرا می‌باشد. روش تدوین راهبرد GOS مبتنی بر نشست‌های خبرگی است و علاوه بر دانش، از بینش خبرگان که حاصل سال‌ها تجربه آنهاست. ابتدا به‌طور مستقل از هم (دور اول دلفی) و سپس در کنار هم (دور دوم دلفی) استفاده می‌کند. دوره‌های بعدی دلفی با الگوریتم‌ها و منطق فازی شبیه‌سازی می‌شوند و در نهایت نتایج به‌دست آمده به‌صورت کمی مورد ارزیابی قرار می‌گیرند.

جامعه آماری کلی و یک جامعه خبره وجود دارد که جامعه کلی از میان مجرب‌ترین افراد شاغل در حوزه فرهنگی با اشراف اطلاعاتی نسبت به این حوزه انتخاب می‌شوند. مجموع اعضای این جامعه تعداد ۱۳۵ نفر می‌باشد که همگی در ویژگی‌هایی مانند نظامی بودن، آگاهی نسبت به حوزه فرهنگی، مرتبط بودن شغل و سمت با حوزه فرهنگی و داشتن تجربه کافی مشترک هستند. همچنین اعضای جامعه خبره از میان سیاست‌گزاران شامل هیئت رئیسه آجا و نیروها، روسای سازمان‌های عقیدتی سیاسی و حفاظت و اطلاعات آجا، روسای ادارات عقیدتی سیاسی و حفاظت و اطلاعات نیروها و ... که با ادبیات تدوین راهبرد هم آشنا باشند گزینش شده‌اند. به منظور جمع‌آوری داده‌ها از روش کتابخانه‌ای، پرسشنامه و مصاحبه اکتشافی بهره‌برداری به‌عمل آمده است.

در تجزیه و تحلیل داده‌های به‌دست آمده از پرسشنامه‌های تکمیل شده با استفاده از روش‌های علمی، منطقی و ریاضی روی نظرات خبرگان به بهترین اجماع نظر رسیده و به‌منظور کمی‌سازی نظرات خبرگان و اعتبارسنجی روند اجرای برنامه‌ریزی راهبردی از محاسبات فازی استفاده می‌شود.

محاسبات فازی و الگوریتم‌های پیچیده را با استفاده از نرم‌افزار متلب بر روی متغیرهای کلامی خبرگان انجام داده و با استفاده از الگوریتم‌های مربوطه تحلیل داده‌ها را انجام و نهایتاً

نتایج مربوطه استخراج می‌گردد. در تجزیه و تحلیل پرسشنامه امکان‌پذیری راهبردها از الگوریتم تجمعی بهینه لی (OAM)^۱ استفاده می‌کنیم که الگوریتمی بسیار پیچیده و اثبات شده برای اعتبارسنجی ساختارهای سلسله مراتبی می‌باشد.

در روش OAM اختلاف بین مقدار تجمعی نظرات و نظرات انفرادی محاسبه می‌گردد و بر اساس وزن هر نقطه نظر تصمیم‌گیری می‌شود. به هر حال وزن کمتر به نظری داده می‌شود که از میانگین پاسخ‌ها دورتر است. پس از اعمال وزن مناسب به نظرات خبرگان نمره امکان‌پذیری گروه در مورد تک‌تک گره‌های درخت (مقاصد، اهداف و راهبردها) محاسبه می‌شود (Prusty and Other, 2010: 446).

سپس با استفاده از روش‌ها و تکنیک‌های فازی زدایی حداقل مجذور مربعات (DLSM)^۲ نقش یا سهم هر راهبرد در تحقق هدف متناظرش و سهم هر هدف در دستیابی به مقصد متناظرش تعیین می‌شود که مقدار بدست آمده بیان‌گر میزان محدودیت در آن راهبرد یا هدف نیز می‌باشد. گره‌هایی از درخت که سهم یا نقش آنها نسبت به سایر گره‌های هم‌گروه بطور قابل ملاحظه بیشتر است محدودترین بخش آن گروه محسوب می‌گردند و باید در اولویت اقدام قرار گیرند.

اما ساختار راهبردی سلسله مراتبی GOS که بر اساس دانش، بینش و ادراکات ذهنی خبرگان در دو دوره دلفی تشکیل شده است بدلیل ذهنیت و تمایلات خبرگان به اعتبار سنجی روابط نیاز دارد. در اعتبار سنجی ساختار به دست آمده میزان "توجیه‌پذیری" روابط موجود در ساختار محاسبه می‌شود. میزان توجیه‌پذیری رابطه میان هر گره از درخت با زیرشاخه‌هایش بر اساس نسبت میان امکان‌پذیری گره با امکان‌پذیری زیر شاخه‌هایش به دست می‌آید. هر چه امکان‌پذیری یک گره با زیر شاخه‌هایش بهم نزدیک‌تر باشد رابطه توجیه‌پذیرتر می‌شود و میزان توجیه‌پذیری به عدد یک نزدیک‌تر می‌شود. توجیه‌پذیری برابر با یک ایده‌آل است. بر اساس توافق خبرگان می‌توان بازه‌ای از توجیه‌پذیری را با مرکزیت عدد ۱ (بیشتر یا کمتر از یک) بازه مطلوب فرض کرد و روابطی را که از توجیه‌پذیری لازم برخوردار نیستند مجدداً ارزیابی، اصلاح و در نهایت بهبود بخشید.

1. Optimal Aggregation Method

2. Defuzzified based Least Square Method

جهت تبدیل مقادیر قطعی به مقادیر فازی از روش دوزنقه ای استفاده شده است و فاصله دو عدد فازی (برداری) در الگوریتم OAM از رابطه زیر به دست می آید. (P ثابتی برابر ۲ در نظر گرفته شده است)

$$d_p(\tilde{A}, \tilde{B}) = (\sum_{i=1}^4 (|a_i - b_i|)^p)^{1/p} \quad (\text{فرمول ۱})$$

رابطه محاسبه همپوشانی یا شباهت بین دو عدد فازی (برداری) در الگوریتم OAM به صورت زیر است. (مقدار U برابر با ۴,۵ در نظر گرفته شده است)

$$S_p(\tilde{A}, \tilde{B}) = 1 - \frac{1}{4u^p} (d_p(\tilde{A}, \tilde{B}))^p \quad (\text{فرمول ۲})$$

روابط زیر به صورت بازگشتی جهت محاسبه وزن هر نظر با توجه به نزدیکی به میانگین پاسخ ها اجرا می شوند. که c و m ثابت هایی بزرگتر از یک هستند و داریم: c = 1.5 و m = 4.

$$w_i^{(l+1)} = \frac{(1 / (c - s_2(\tilde{R}_i, \tilde{R}^{(l+1)})))^{1/(m-1)}}{\sum_{j=1}^n (1 / (c - s_2(\tilde{R}_j, \tilde{R}^{(l+1)})))^{1/(m-1)}} \quad (\text{فرمول ۳})$$

$$\tilde{R}^{(l+1)} = \frac{1}{\sum_{i=1}^n (w_i^{(l)})^m} \sum_{i=1}^n (w_i^{(l)})^m \tilde{R}_i \quad (\text{فرمول ۴})$$

مقدار Q که در واقع میزان محدودیت (گلوگاهی بودن) و نقش و سهم مقصد، هدف و راهبردها را نشان می دهد بر اساس الگوریتم فازی زدایی حداقل مجذور مربعات (DLSM) از طریق رابطه زیر بدست می آید:

$$q_i^* = \frac{1/z_i}{\sum_{k=1}^n 1/z_k} \quad (\text{فرمول ۵})$$

مقدار Zs که در واقع امکان پذیری مجموعه ای از راهبردهای متناظر با یک هدف/امکان پذیری مجموعه ای از اهداف متناظر با یک مقصد است، از طریق رابطه زیر به دست می آید:

$$\frac{n}{Z_s} = \frac{1}{Z_1} + \frac{1}{Z_2} + \frac{1}{Z_3} + \dots + \frac{1}{Z_n} \quad (\text{فرمول ۶})$$

محاسبه توجیه پذیری (F) روابط علی بین راهبردها و هدف متناظر و توجیه پذیری روابط مشروط بین اهداف و مقصد مربوطه بصورت زیر به دست می آید. (Prusty and other, 2010)

$$F = Z_s / Z$$

$$F = (\text{امکان پذیری هدف متناظر}) / (\text{امکان پذیری مجموعه راهبردها}) \quad (\text{فرمول ۷})$$

$$F = (\text{امکان پذیری مقصد متناظر}) / (\text{امکان پذیری مجموعه اهداف})$$

روایی و پایایی تحقیق

الف- روایی

پس از تهیه و تنظیم و آزمون پرسشنامه و نتایج تست اولیه تعدادی از پرسشنامه‌های تخصصی پژوهش به منظور روایی سنجی بین ۷ نفر از خبرگان حوزه فرهنگی آجا جهت سنجش، ارزیابی و تأیید و یا ارائه اشکالات و انحرافات احتمالی، توزیع گردید و پس از تکمیل و جمع‌آوری و اخذ نظرات آن‌ها مورد تصحیح و تأیید قرار گرفت.

ب- پایایی

در این پژوهش، از اسناد و مدارک مشخص (کتاب‌ها، مقالات، اسناد بالادستی و ...) و نیز روش‌های مشخص (مطابق با توضیحات فصل سوم) جهت تدوین راهبردهای دفاع فرهنگی آجا استفاده گردید.

قابل توجه این که ضریب آلفای کرونباخ برای پرسشنامه بسته ارزیابی عوامل محیط خارجی (فرصت‌ها و تهدیدات) و عوامل محیط داخلی (قوت‌ها و ضعف‌ها) میزان ۰/۸۶ می‌باشد. از آنجا که عدد حاصله بالاتر از ۰/۶ می‌باشد لذا پرسشنامه طراحی شده دارای پایایی بالایی می‌باشد.

تجزیه و تحلیل داده‌ها

تجزیه و تحلیل توصیفی

میزان تحصیلات

بر پایه اطلاعات گردآوری شده ۶۳،۷ درصد جامعه نمونه دارای تحصیلات کارشناسی ارشد، ۱۱،۱۱ درصد دانشجوی دکتری، ۴،۴ درصد دوره یک‌ساله داعا و ۲۰،۷۰ درصد دکتری می‌باشند. جدول ۱ توزیع جامعه نمونه برحسب میزان تحصیلات را نشان می‌دهد.

جدول (۱) توزیع جامعه نمونه و خیره برحسب میزان تحصیلات

میزان تحصیلات	کارشناسی ارشد	دانشجوی دکتری	دوره یک ساله دعا	دکتری	جمع
فراوانی	۸۶	۱۵	۶	۲۸	۱۳۵
درصد فراوانی	%۶۳،۷۰	%۱۱،۱۱	%۴،۴	%۲۰،۷۴	۱۰۰
توزیع جامعه خبرگان برحسب میزان تحصیلات					
فراوانی	۵	۴	۷	۲	۱۸
درصد فراوانی	%۲۸	%۲۲	%۳۹	%۱۱	%۱۰۰

درجه محل شغل

بر پایه اطلاعات جمع‌آوری شده ۷۱،۱۱ درصد جامعه نمونه در مشاغل سرتیپ دومی، ۲۴،۴۴ درصد در مشاغل سرتیپی و ۸،۸۸ درصد نیز در مشاغل سرلشگری انتصاب دارند. جدول ۲ توزیع جامعه نمونه را برحسب درجه محل شغلی نشان می‌دهد.

جدول (۲) توزیع جامعه نمونه و خیره برحسب طیف درجه محل شغلی

طیف درجاتی	سرتیپ دومی/۱۷	سرتیپی/۱۸	سرلشگری/۱۹	جمع
فراوانی	۹۶	۲۷	۱۲	۱۳۵
درصد فراوانی	%۷۱،۱۱	%۲۴،۴۴	%۸،۸۸	۱۰۰
توزیع جامعه خبرگان بر حسب طیف درجه شغلی				
فراوانی	۹	۶	۳	۱۸
درصد فراوانی	%۵۰	%۳۳	%۱۷	۱۰۰

مدت سابقه خدمت در بخش‌های مرتبط با حوزه فرهنگ سازمانی

بر پایه اطلاعات جمع‌آوری شده ۲۰ درصد بین ۵ تا ۷ سال، ۲۳،۷۰ درصد بین ۷ تا ۹ سال، ۲۵،۱۸ درصد بین ۹ تا ۱۱ سال و ۳۱،۱۱ درصد بیشتر از ۱۱ سال خدمت نموده‌اند. جدول ۳ توزیع جامعه نمونه را برحسب میزان مدت خدمت نشان می‌دهد.

جدول (۳) توزیع جامعه نمونه و خیره برحسب مدت سابقه خدمت در بخش‌های مرتبط با حوزه فرهنگی

مدت خدمت	بین ۵ تا ۷ سال	بین ۷ تا ۹ سال	بین ۹ تا ۱۱ سال	بیشتر از ۱۱ سال	جمع
فراوانی	۲۷	۳۲	۳۴	۴۲	۱۳۵
درصد فراوانی	%۲۰	%۲۳،۷۰	%۲۵،۱۸	%۳۱،۱۱	۱۰۰
توزیع جامعه خبرگان برحسب مدت سابقه خدمت در بخش‌های مرتبط با حوزه فرهنگی					

۱۸	۱	۲	۴	۱۱	فراوانی
۱۰۰	۶	۱۱	۲۲	۶۱	درصد فراوانی

بررسی‌های به عمل آمده نشان می‌دهد که کلیه پاسخ دهندگان به پرسشنامه‌ها، دارای شرایط و ویژگی‌های لازم جامعه آماری بوده‌اند.

تجزیه و تحلیل استنباطی

پس از مصاحبه با صاحب نظران و نشست‌های خبرگی، تعداد ۶۲ الزام جهت اجرای ۱۶ راهبرد اشاره شده فوق به منظور تحقق ۷ هدف کلان و دستیابی به مقصد نهایی دفاع فرهنگی آجا (با ذکر متولی/متولیان انجام آن) به شرح جدول زیر تهیه شد که از طریق پرسشنامه‌ای مورد آزمون خبرگی قرار گرفت. در این جدول، G مقصد نهایی، O هدف کلان، S راهبرد و T تاکتیک/الزام پیاده‌سازی و اجرای راهبرد است.

جدول (۴) ساختار نهایی مقصد، هدف، راهبرد و الزامات دفاع فرهنگی آجا

مقصد نهایی	Goal (G1)		
	دستیابی آجا به سطح مطلوبی از توان و آمادگی دفاع فرهنگی با کاهش آسیب پذیری‌های فرهنگی و به حداقل رساندن تأثیر تهاجم فرهنگی دشمن در افق ده سال آینده.		
هدف	G1O1	نهادینه شدن سبک زندگی اسلامی-ایرانی برای کارکنان و خانواده آنها در آجا	
راهبرد	G1O1S1	متولی/متولیان	بهره برداری بهینه از ظرفیت‌های تربیتی، آموزشی و پژوهشی سازمانی و برون سازمانی آجا در زمینه سبک زندگی اسلامی-ایرانی
الزامات	G1O1S1T1	معاونت تربیت و آموزش و مرکز مطالعات راهبردی آجا	شناسایی ظرفیت‌های (سازمانی و برون سازمانی) بالقوه تربیتی، آموزشی و پژوهشی موثر در بهبود سبک زندگی
	G1O1S1T2	معاونت تربیت و آموزش آجا	تدوین نظام نامه به منظور بهره برداری از ظرفیت‌های تربیتی، آموزشی و پژوهشی در راستای سبک زندگی اسلامی-ایرانی
	G1O1S1T3	معاونت طرح و برنامه و بودجه آجا	پشتیبانی حقوقی، مالی و قانونی از نظام‌ها و روش‌های تدوین شده در راستای سبک زندگی اسلامی-ایرانی

		مقصد نهایی
<p>دستیابی آجا به سطح مطلوبی از توان و آمادگی دفاع فرهنگی با کاهش آسیب پذیری‌های فرهنگی و به حداقل رساندن تأثیر تهاجم فرهنگی دشمن در افق ده سال آینده.</p>		<p>Goal (G1)</p>
<p>نیروی معاونت انسانی، معاونت تربیت و آموزش و سازمان ع س آجا</p>	<p>تنظیم برنامه و فعالیت های مرتبط با بهره برداری از ظرفیت‌های تربیتی، آموزشی و پژوهشی در راستای سبک زندگی اسلامی-ایرانی</p>	<p>G1O1S1T4</p>
<p>معاونت تربیت و آموزش و سازمان ع س آجا</p>	<p>تعامل با مراکز مطالعاتی(سازمانی و فراسازمانی) در تهیه الگوهای راهبردی سبک زندگی اسلامی-ایرانی و استفاده در برنامه ریزی‌ها</p>	<p>G1O1S1T5</p>
<p>متولی/متولیان</p>		<p>راهبرد</p>
<p>تحکیم فرهنگ اسلامی- ایرانی و گفتمان انقلاب اسلامی در آجا از طریق بهره‌گیری از ظرفیت های هنری</p>		<p>G1O1S2</p>
<p>سازمان ع س آجا</p>	<p>ارایه طرح و برنامه و فعالیت های هنری متناسب با مناسبت های ملی و مذهبی با توجه به ظرفیت های موجود</p>	<p>G1O1S2T1</p>
<p>معاونت طرح و برنامه و سازمان ع س آجا</p>	<p>مشارکت آجا در تولید سریال های تلویزیونی و فیلم های سینمایی</p>	<p>G1O1S2T2</p>
<p>معاونت طرح و برنامه و سازمان ع س آجا</p>	<p>تهیه و تنظیم نظام نامه به منظور تعریف روابط کاری درون سازمانی و برون سازمانی در استفاده از ظرفیت های هنری</p>	<p>G1O1S2T3</p>
<p>سازمان ع س آجا</p>	<p>تولید محتوای هنری مانند کلیپ ها، تیزرها و غیره در فضای مجازی</p>	<p>G1O1S2T4</p>
<p>متولی/متولیان</p>		<p>راهبرد</p>
<p>ارتقاء کمی و کیفی تولیدات و محصولات فرهنگی آجا، متناسب با سبک زندگی اسلامی-ایرانی</p>		<p>G1O1S3</p>
<p>معاونت طرح و برنامه و بودجه و سازمان ع س آجا</p>	<p>تخصیص اعتبارات جهت تولید محصولات فرهنگی متناسب سبک زندگی اسلامی ایرانی</p>	<p>G1O1S3T1</p>
<p>معاونت طرح و برنامه و بودجه و سازمان ع س آجا</p>	<p>تقویت ساختار متولی تولید محصولات فرهنگی</p>	<p>G1O1S3T2</p>
<p>سازمان ع س آجا و ساحدام</p>	<p>تعامل آجا با مبادی تولید کننده محتوی و محصولات فرهنگی</p>	<p>G1O1S3T3</p>
		<p>الزامات</p>

مقصود نهایی	Goal (G1)	دستیابی آجا به سطح مطلوبی از توان و آمادگی دفاع فرهنگی با کاهش آسیب پذیری های فرهنگی و به حداقل رساندن تأثیر تهاجم فرهنگی دشمن در افق ده سال آینده.
	G1O1S3T4	نیازسنجی سلايق مخاطبان و ارایه محتوی و محصولات فرهنگی متناسب معاونت نیروی انسانی، بازرسی و سازمان ع س آجا
	G1O1S3T5	ایجاد زیرساخت های فیزیکی لازم جهت تولید محصولات فرهنگی معاونت آماد و پشتیبانی و معاونت مهندسی و سازمان ع س آجا
هدف	G1O2	تعاملات مفید و قانون مند درون سازمانی و برون سازمانی و انسجام، یکپارچگی و هم افزایی فرهنگی
راهبرد	G1O2S1	ارتقاء اشتراک پذیری و تعامل سازنده درون و برون سازمانی آجا و بهره برداری از ظرفیت های فرهنگی حاصل از آن متولی /متولیان
الزامات	G1O2S1T1	تدوین/بروزرسانی نظام روابط کاری درون سازمانی و برون سازمانی به منظور ارتقاء هم افزایی
	G1O2S1T2	تشکیل شورای راهبردی فرهنگی در نیروهای تابعه به منظور هماهنگی فعالیت های دفاع فرهنگی هیئت رئیسه نیروها
	G1O2S1T3	دعوت از مسئولین و مقامات کشوری و لشگری برای برقراری ارتباط سازنده در استفاده از ظرفیت های فرهنگی برون سازمانی سازمان ع س آجا و ساحادم
راهبرد	G1O2S2	بازطراحی و بهبود ساختار سازمانی ارتش از منظر فرهنگی به منظور سیاست گذاری هم افزا و یکپارچه و اجرای صحیح ماموریت های فرهنگی در ابعاد مختلف الگوی فرهنگ سازمانی آجا متولی /متولیان
الزامات	G1O2S2T1	ایجاد/ تعیین ساختار مناسب و متولی مشخص جهت توسعه و تقویت سیاست گذاری یکپارچه فرهنگی در سطح آجا معاونت طرح و برنامه و بودجه آجا
	G1O2S2T2	بازنگری و اصلاح ساختار عقیدتی سیاسی آجا سازمان ع س آجا
	G1O2S2T3	شناور و سیال سازی ساختارهای فرهنگی آجا به منظور تسهیل در جذب نیروی انسانی خبره معاونت طرح و برنامه آجا و سازمان ع س آجا

<p>دستیابی آجا به سطح مطلوبی از توان و آمادگی دفاع فرهنگی با کاهش آسیب پذیری‌های فرهنگی و به حداقل رساندن تأثیر تهاجم فرهنگی دشمن در افق ده سال آینده.</p>		<p>Goal (G1)</p>	<p>مقصد نهایی</p>
<p>متولی / متولیان</p>	<p>برون سپاری برخی از خدمات فرهنگی غیر محوری آجا با رعایت ملاحظات امنیتی و حفاظتی</p>	<p>G1O2S3</p>	<p>راهبرد</p>
<p>معاونت نیروی انسانی آجا</p>	<p>اصلاح قوانین، مقررات و روش ها با رویکرد تسهیل برون سپاری خدمات فرهنگی</p>	<p>G1O2S3T1</p>	<p>الزامات</p>
<p>کلیه معاونت ها و سازمان ع س آجا</p>	<p>برون سپاری برپائی نمایشگاه ها، همایش ها، جشنواره ها و غیره</p>	<p>G1O2S3T2</p>	
<p>ارتش به عنوان سازمانی با حسن شهرت و مردمی</p>		<p>G1O3</p>	<p>هدف</p>
<p>متولی / متولیان</p>	<p>تقویت گره های ارتباطی ارتش با مردم از طریق مطالبه گری از رسانه ملی در خصوص پوشش فعالیت های مردم یاری ارتش، بهره گیری از ظرفیت دفاتر ارتباط مردمی، روحانیون، نیروهای دانشگاهی کارکنان وظیفه و غیره</p>	<p>G1O3S1</p>	<p>راهبرد</p>
<p>معاونت نیروی انسانی و بازرسی آجا</p>	<p>تقویت دفاتر ارتباط مردمی فرماندهی آجا برای پاسخگویی از طریق کارکنان کارآمد فرهنگی</p>	<p>G1O3S1T1</p>	<p>الزامات</p>
<p>سازمان ع س آجا</p>	<p>تقویت ارتباط با صدا و سیما ملی و استانی و تولید محصولات فرهنگی در ارتش و نشر در فضای مجازی با رعایت ملاحظات امنیتی</p>	<p>G1O3S1T2</p>	
<p>سازمان ع س آجا</p>	<p>استفاده از روحانیون ارتش در مناطق دوردست برای مساجد و منابر شهری با هماهنگی با سازمان امور مساجد کشور</p>	<p>G1O3S1T3</p>	
<p>معاونت نیروی انسانی و سازمان ع س آجا</p>	<p>استفاده از پادگان ها و مساجد ارتش در ایام سوگواری برای مراسم عزاداری و هیئت های مذهبی</p>	<p>G1O3S1T4</p>	
<p>معاونت آماد و پشتیبانی آجا</p>	<p>ارتباط سازنده و مفید با بازار بومی و محلی با توجه به صنف مربوطه برای تهیه اقلام و اجناس پادگان ها</p>	<p>G1O3S1T5</p>	
<p>متولی / متولیان</p>	<p>حضور فعال در عرصه های مردم یاری در بلایای طبیعی و بحران ها و ایفای نقش موثرتر در کانون های تصمیم گیری راهبردی و کلان کشور</p>	<p>G1O3S2</p>	<p>راهبرد</p>
<p>معاونت عملیات و آماد و پشتیبانی آجا</p>	<p>حضور به هنگام و اقدام به موقع و مناسب در بحران ها و بلایای طبیعی</p>	<p>G1O3S2T1</p>	<p>الزامات</p>
<p>سازمان ع س آجا</p>	<p>اطلاع رسانی مناسب دستاوردها، خدمات و فداکاری‌های ارتش در سطح جامعه</p>	<p>G1O3S2T2</p>	

دستیابی آجا به سطح مطلوبی از توان و آمادگی دفاع فرهنگی با کاهش آسیب پذیری‌های فرهنگی و به حداقل رساندن تأثیر تهاجم فرهنگی دشمن در افق ده سال آینده.		Goal (G1)	مقصد نهایی
قرارگاه جنگ های نوپدید و سازمان ع س آجا	تبیین حضور و نقش آجا در مدیریت بحران ها و بلایای طبیعی در رسانه ملی و سایر رسانه های جمعی	G1O3S2T3	
معاونت طرح و برنامه و بودجه آجا	حضور نماینده ارتش در شوراهاى عالی و کانون های تصمیم گیری کشور	G1O3S2T4	
برخوردارى از سامانه فرماندهى کارآمد و توانمند در مدیریت راهبردى مسائل فرهنگی آجا		G1O4	هدف
متولی /متولیان	مدیریت راهبردی جنگ نرم و شناختی، موقعیت شناسی و دشمن شناسی با استفاده مطلوب از ظرفیت های تربیت و آموزش، مراکز علمی و پژوهشی و عقیدتی- سیاسی و ساحادم	G1O4S1	راهبرد
معاونت اطلاعات و قرارگاه جنگ های نوپدید آجا	شناسایی و بکارگیری کارکنان کارآمد در زمینه علوم شناختی، عملیات روانی و مسایل راهبردی فرهنگی	G1O4S1T1	الزامات
معاونت اطلاعات و قرارگاه جنگ های نوپدید آجا	پیش بینی برنامه های خاص برای مقابله با تهدیدات عملیات روانی و جنگ شناختی	G1O4S1T2	
سازمان ع س و قرارگاه جنگ های نوپدید آجا	توجه جدی به اطلاع رسانی صحیح و سریع، اقناع افکار عمومی و جلوگیری از شایعات	G1O4S1T3	
متولی /متولیان	تشکیل کارگروه عالی سیاست گذاری دفاع فرهنگی در سطح آجا	G1O4S2	راهبرد
معاونت طرح و برنامه و بودجه آجا	تبیین اهداف، ماموریت و وظایف کارگروه عالی سیاست گذاری دفاع فرهنگی	G1O4S2T1	الزامات
معاونت نیروی انسانی	شناسایی و تعیین افراد خبره در زمینه فرهنگی به عنوان اعضای کارگروه	G1O4S2T2	
برخوردارى از کارکنان (شاغل و بازنشسته) و خانواده هایی با نشاط و روحیه بالا و آگاه در زمینه های مختلف فرهنگی، سیاسی، اجتماعی، اقتصادی، فضای سایبری، معارف دفاع مقدس و ...		G1O5	هدف

مقصد نهایی		Goal (G1)	دستیابی آجا به سطح مطلوبی از توان و آمادگی دفاع فرهنگی با کاهش آسیب پذیری‌های فرهنگی و به حداقل رساندن تأثیر تهاجم فرهنگی دشمن در افق ده سال آینده.
راهنبرد		G1O5S1	ایجاد سامانه جامع و یکپارچه خدمات فرهنگی، گردشگری و معیشتی
الزامات		G1O5S1T1	ایجاد بستر و زیرساخت شبکه ارتباطی
		G1O5S1T2	تهیه سامانه مکانیزه نرم افزاری شبکه محور
		G1O5S1T3	تهیه و ابلاغ دستورالعمل‌های یکپارچه سازی خدمات فرهنگی، گردشگری و معیشتی
		G1O5S1T4	نظارت و کنترل سیستمی بر رعایت عدالت و عدم تبعیض در بهره‌گیری از امکانات
راهنبرد		G1O5S2	اهتمام به حضور خانواده‌ها و بازنشستگان در مناسبت‌ها، اعیاد و جشن‌های مذهبی و ملی، مسابقات و دوره‌های آگاه‌سازی و بصیرت‌افزایی
الزامات		G1O5S2T1	برنامه ریزی، برآورد و پیگیری تامین بودجه و اعتبارات مورد نیاز جشن‌ها و مراسمات
		G1O5S2T2	حفظ کرامت انسانی و منزلت اجتماعی بازنشستگان و خانواده کارکنان در مراسم‌ها
		G1O5S2T3	مطالبه افزایش سرانه فرهنگی کارکنان آجا متناسب با تهدیدات فرهنگی
راهنبرد		G1O5S3	تحکیم نهاد خانواده و تعادل بین کار و زندگی کارکنان آجا
الزامات		G1O5S3T1	تهیه و ابلاغ طرح و دستورالعمل‌های تکریم خانواده کارکنان
		G1O5S3T2	اهداء سبد اقلام معیشتی ویژه خانوار کارکنان با درآمد کم
	متولی /متولیان		معاونت نیروی انسانی آجا
	متولی /متولیان		معاونت نیروی انسانی آجا

مقصود نهایی	Goal (G1)	
	G1O5S3T3	برگزاری کارگاه و کلاس آموزشی روانشناسی متناسب با سنین مختلف افراد خانواده
	G1O5S3T4	استفاده از فناوری های جدید در انتقال پیام آموزشی و فرهنگی میان کارکنان و خانواده آنان
راهبرد	G1O5S4	نمادسازی و بزرگداشت سالروز ولادت شهدای بنام ارتش از طریق برگزاری جشن ها و تولید محتوی فرهنگی و ساخت موسیقی های حماسی و اجرای برنامه های هنری
الزامات	G1O5S4T1	برگزاری مسابقات با عنوان یا موضوع شهدای بنام ارتش و اهداء جوایز بویژه در شهرها و استان های محل زندگی شهدا
	G1O5S4T2	تهیه کتاب و زندگینامه شهدای بنام ارتش
	G1O5S4T3	ساخت سردیس یا تندیس شهدای معروف ارتش و نصب آن در میداين، ورودی شهرها و مراکز فرهنگی بویژه در شهرها و استان های محل زندگی شهدا
هدف	G1O6	داشتن قابلیت ارزیابی اثربخش و مستمر در حوزه دفاع فرهنگی
راهبرد	G1O6S1	طراحی و استقرار نظام ارزیابی کارآمد فرهنگی آجا و رصد مستمر حوزه فرهنگی
الزامات	G1O6S1T1	تعریف و اجرای پروژه تدوین نظام نامه ارزیابی فرهنگی آجا
	G1O6S1T2	تعیین ساختاری مشخص به عنوان متولی ارزیابی فرهنگی آجا-
	G1O6S1T3	تهیه الگوی مناسب ارزشیابی سیاست ها و راهبردهای دفاع فرهنگی

		مقصد نهایی
دستیابی آجا به سطح مطلوبی از توان و آمادگی دفاع فرهنگی با کاهش آسیب پذیری‌های فرهنگی و به حداقل رساندن تأثیر تهاجم فرهنگی دشمن در افق ده سال آینده.		Goal (G1)
مطالعات مرکز راهبردی آجا	آسیب شناسی مداوم و مستمر نظام تولید سیاست ها و راهبردهای فرهنگی	G1O6S1T4
معاونت طرح و برنامه و بودجه آجا	جهت دهی برنامه ها و فعالیت ها در راستای اجرایی کردن سیاست ها و راهبردهای فرهنگی	G1O6S1T5
برخورداری از فناوری های رسانه ای نوین و بومی		G1O7
متولی / متولیان	افزایش یکپارچگی و بکارگیری بهینه ظرفیت های فضای سایبری در پشتیبانی از امور فرهنگی آجا	G1O7S1
قرارگاه جنگ های نوپدید آجا	تعیین اصول، سیاست ها، قوانین و مقررات یکپارچه سازی ظرفیت های سایبری فرهنگی	G1O7S1T1
قرارگاه جنگ های نوپدید آجا	طراحی و استقرار سامانه جامع اطلاعات ظرفیت های سایبری فرهنگی	G1O7S1T2
معاونت طرح و برنامه و بودجه فاوا آجا	تجهیز مراکز فرهنگی و بخش های درگیر با فعالیت ها و مأموریت های فرهنگی آجا به فناوری های پیشرفته ارتباطی و اطلاعاتی	G1O7S1T3
سازمان ع س و ساحدم و قرارگاه جنگ های نوپدید آجا	شناسایی نیازهای حوزه دفاع فرهنگی آجا به ظرفیت های مختلف سایبری	G1O7S1T4
معاونت طرح و برنامه و بودجه و قرارگاه جنگ های نوپدید آجا	تعیین ساختار متولی بکارگیری ظرفیت های سایبری در دفاع فرهنگی	G1O7S1T5
معاونت فاوا آجا	شبکه سازی فعالیت های فرهنگی در سطح آجا و ارتباط آن به شبکه های فعال فرهنگی خارج از آجا در بستر فضای مجازی	G1O7S1T6

هدف

راهبرد

الزامات

دستیابی آجا به سطح مطلوبی از توان و آمادگی دفاع فرهنگی با کاهش آسیب پذیری‌های فرهنگی و به حداقل رساندن تأثیر تهاجم فرهنگی دشمن در افق ده سال آینده.	Goal (G1)	مقصد نهایی
قرارگاه جنگ های نوپدید و سازمان ع س آجا	تشکیل تیم های سایبری فرهنگی به منظور استفاده مؤثر از شبکه های اجتماعی	G1O7S1T7

نتایج محاسبات ارزیابی و اعتبارسنجی انجام شده روی ساختار سلسله مراتبی (مقصد، اهداف، راهبردها و الزامات) با استفاده از الگوریتم‌های فازی در محیط نرم افزاری متلب به دست آمد که به شرح جدول زیر ارایه گردیده است.

جدول (۵) توجیه پذیری و اعتبارسنجی هر یک از راهبردهای دفاع فرهنگی

ردیف	کد	امکان پذیری (P)	سهم و نقش (Q)	توجیه پذیری (F)
۱	G1	۳,۷۲۵۰	-	۰,۹۵۵۸
۲	G1O1	۳,۴۶۲۴	۰,۱۴۶۹	۰,۹۸۸۸
۳	G1O2	۳,۶۲۱۵	۰,۱۴۰۴	۰,۹۹۴۳
۴	G1O3	۴,۳۵۷۴	۰,۱۱۶۷	۰,۹۴۵۴
۵	G1O4	۳,۷۰۳۳	۰,۱۳۷۳	۱,۱۰۴۵
۶	G1O5	۳,۲۷۳۳	۰,۱۵۵۴	۱,۲۵۶۴
۷	G1O6	۳,۵۶۸۶	۰,۱۴۲۵	۱,۰۶۰۰
۸	G1O7	۳,۱۶۵۱	۰,۱۶۰۷	۱,۱۳۴۵
۹	G1O1S1	۳,۴۶۷۶	۰,۳۲۹۱	۱,۱۰۹۲
۱۰	G1O1S2	۳,۴۶۱۰	۰,۳۲۹۷	۱,۰۷۹۹
۱۱	G1O1S3	۳,۳۴۴۸	۰,۳۴۱۲	۱,۰۹۷۰
۱۲	G1O2S1	۳,۵۴۴۳	۰,۳۳۸۷	۱,۱۳۰۴
۱۳	G1O2S2	۳,۴۸۴۰	۰,۳۴۴۵	۱,۱۰۳۴
۱۴	G1O2S3	۳,۷۸۸۴	۰,۳۱۶۸	۰,۹۶۱۴
۱۵	G1O3S1	۳,۹۱۹۹	۰,۵۲۵۵	۰,۹۶۴۶
۱۶	G1O3S2	۴,۳۴۰۴	۰,۴۷۴۵	۰,۹۵۲۴
۱۷	G1O4S1	۳,۸۲۱۳	۰,۵۳۵۲	۱,۰۲۲۱

ردیف	کد	امکان پذیری (P)	سهام و نقش (Q)	توجیه پذیری (F)
۱۸	G1O4S2	۴,۴۰۰۳	۰,۴۶۴۸	۰,۸۹۰۳
۱۹	G1O5S1	۴,۱۸۲۰	۰,۲۴۵۸	۰,۹۱۴۷
۲۰	G1O5S2	۴,۱۶۳۴	۰,۲۴۶۹	۰,۸۶۸۳
۲۱	G1O5S3	۴,۰۵۳۹	۰,۲۵۳۶	۰,۹۴۶۶
۲۲	G1O5S4	۴,۰۵۳۹	۰,۲۵۳۶	۰,۹۵۰۱
۲۳	G1O6S1	۳,۷۸۲۷	۱,۰۰۰۰	۱,۰۱۲۹
۲۴	G1O7S1	۳,۵۹۰۹	۱,۰۰۰۰	۱,۰۳۳۳
۲۵	G1O1S1T1	۳,۹۶۴۹	۰,۱۹۴۰	-
۲۶	G1O1S1T2	۳,۹۱۷۷	۰,۱۹۶۴	-
۲۷	G1O1S1T3	۳,۵۵۰۵	۰,۲۱۶۷	-
۲۸	G1O1S1T4	۳,۷۸۵۱	۰,۲۰۳۲	-
۲۹	G1O1S1T5	۴,۰۵۳۹	۰,۱۸۹۸	-
۳۰	G1O1S2T1	۳,۹۳۶۱	۰,۲۳۷۴	-
۳۱	G1O1S2T2	۳,۴۲۲۳	۰,۲۷۳۰	-
۳۲	G1O1S2T3	۳,۶۰۰۰	۰,۲۵۹۵	-
۳۳	G1O1S2T4	۴,۰۶۱۷	۰,۲۳۰۰	-
۳۴	G1O1S3T1	۳,۶۳۶۲	۰,۲۰۱۸	-
۳۵	G1O1S3T2	۳,۴۴۸۱	۰,۲۱۲۸	-
۳۶	G1O1S3T3	۴,۰۸۴۱	۰,۱۷۹۷	-
۳۷	G1O1S3T4	۳,۷۹۳۹	۰,۱۹۳۴	-
۳۸	G1O1S3T5	۳,۴۵۶۸	۰,۲۱۲۳	-
۳۹	G1O2S1T1	۳,۸۲۴۹	۰,۳۴۹۲	-
۴۰	G1O2S1T2	۴,۱۱۲۹	۰,۳۲۴۷	-
۴۱	G1O2S1T3	۴,۰۹۴۷	۰,۳۲۶۱	-
۴۲	G1O2S2T1	۴,۰۳۲۷	۰,۳۱۷۷	-
۴۳	G1O2S2T2	۳,۷۵۹۶	۰,۳۴۰۸	-
۴۴	G1O2S2T3	۳,۷۵۲۸	۰,۳۴۱۴	-
۴۵	G1O2S3T1	۳,۸۹۲۶	۰,۴۶۷۸	-
۴۶	G1O2S3T2	۳,۴۲۱۸	۰,۵۳۲۲	-

ردیف	کد	امکان پذیری (P)	سهم و نقش (Q)	توجیه پذیری (F)
۴۷	G1O3S1T1	۴,۰۵۳۹	۰,۱۸۶۵	-
۴۸	G1O3S1T2	۳,۴۲۲۳	۰,۲۲۱۰	-
۴۹	G1O3S1T3	۳,۸۹۲۵	۰,۱۹۴۳	-
۵۰	G1O3S1T4	۴,۱۵۱۹	۰,۱۸۲۱	-
۵۱	G1O3S1T5	۳,۵۰۰۵	۰,۲۱۶۰	-
۵۲	G1O3S2T1	۴,۳۵۷۴	۰,۲۳۷۲	-
۵۳	G1O3S2T2	۴,۲۱۸۳	۰,۲۴۵۰	-
۵۴	G1O3S2T3	۴,۲۱۷۸	۰,۲۴۵۰	-
۵۵	G1O3S2T4	۳,۷۸۸۴	۰,۲۷۲۸	-
۵۶	G1O4S1T1	۴,۰۹۴۷	۰,۳۱۸۰	-
۵۷	G1O4S1T2	۳,۸۹۲۹	۰,۳۳۴۴	-
۵۸	G1O4S1T3	۳,۷۴۵۳	۰,۳۴۷۶	-
۵۹	G1O4S2T1	۳,۹۸۵۷	۰,۴۹۱۴	-
۶۰	G1O4S2T2	۳,۸۵۱۳	۰,۵۰۸۶	-
۶۱	G1O5S1T1	۳,۷۵۹۰	۰,۲۵۴۴	-
۶۲	G1O5S1T2	۳,۴۷۶۱	۰,۲۷۵۱	-
۶۳	G1O5S1T3	۴,۱۶۷۶	۰,۲۲۹۵	-
۶۴	G1O5S1T4	۳,۹۶۸۶	۰,۲۴۱۰	-
۶۵	G1O5S2T1	۳,۶۳۶۶	۰,۳۳۱۳	-
۶۶	G1O5S2T2	۳,۸۶۶۸	۰,۳۱۱۶	-
۶۷	G1O5S2T3	۳,۳۷۴۸	۰,۳۵۷۰	-
۶۸	G1O5S3T1	۴,۲۳۱۴	۰,۲۲۶۷	-
۶۹	G1O5S3T2	۳,۹۳۶۱	۰,۲۴۳۷	-
۷۰	G1O5S3T3	۳,۶۱۰۶	۰,۲۶۵۷	-
۷۱	G1O5S3T4	۳,۶۳۶۲	۰,۲۶۳۸	-
۷۲	G1O5S4T1	۳,۸۵۳۴	۰,۳۳۳۲	-
۷۳	G1O5S4T2	۳,۹۱۸۷	۰,۳۲۷۶	-
۷۴	G1O5S4T3	۳,۷۸۵۱	۰,۳۳۹۲	-

ردیف	کد	امکان پذیری (P)	سهام و نقش (Q)	توجیه پذیری (F)
۷۵	G1O6S1T1	۳,۸۵۳۴	۰,۱۹۸۹	-
۷۶	G1O6S1T2	۳,۵۹۵۶	۰,۲۱۳۱	-
۷۷	G1O6S1T3	۳,۸۵۳۴	۰,۱۹۸۹	-
۷۸	G1O6S1T4	۳,۸۹۲۶	۰,۱۹۶۹	-
۷۹	G1O6S1T5	۳,۹۸۵۷	۰,۱۹۲۳	-
۸۰	G1O7S1T1	۳,۹۶۱۹	۰,۱۳۳۸	-
۸۱	G1O7S1T2	۳,۸۱۷۵	۰,۱۳۸۸	-
۸۲	G1O7S1T3	۳,۷۵۲۶	۰,۱۴۱۲	-
۸۳	G1O7S1T4	۳,۶۸۷۰	۰,۱۴۳۸	-
۸۴	G1O7S1T5	۳,۸۶۰۸	۰,۱۳۷۳	-
۸۵	G1O7S1T6	۳,۴۰۲۴	۰,۱۵۵۸	-
۸۶	G1O7S1T7	۳,۵۵۰۵	۰,۱۴۹۳	-

در جدول فوق، کدها بیان گر گره‌های درخت مقصد-اهداف-راهبردها-الزامات هستند که امکان‌پذیری (P)، سهم و نقش (Q) آن‌ها در تحقق سرشاخه مربوطه و در نهایت توجیه‌پذیری (F) آن‌ها محاسبه شده است. هرچه امتیاز ستون F (توجیه‌پذیری) به عدد یک نزدیک‌تر باشد، آن بخش از ساختار سلسله‌مراتبی توجیه‌پذیرتر است. محدوده توجیه‌پذیری برای F بین ۰,۸ و ۱,۸ است. همان‌طور که در جدول فوق مشاهده می‌شود کلیه اجزاء در ساختار به‌دست آمده به دلیل نزدیکی امتیاز F به عدد یک (قرار گرفتن در بازه ۰,۸ تا ۱,۸)، امتیاز توجیه‌پذیری لازم را دارند و ساختار از اعتبار لازم برخوردار است. سهم هر یک از الزامات در اجرای راهبرد متناظر، در ستون نقش و سهم (Q) تعیین گردیده است که مجموع سهم‌ها برای هر راهبرد عدد یک می‌شود. همچنین در جدول بالا امتیاز امکان‌پذیری (P) تمامی موارد بیشتر از حد متوسط (۲,۵) بدست آمده است (Prusty & other, 2010).

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

بر اساس تفکر سیستمی، برای رسیدن به مقصد نهایی دفاع فرهنگی آجا با توجه به انتظارات موجود، باید به همه اهداف کلانی که تعیین شده دست یافت. مبتنی بر نظر خبرگان همگی اهداف دارای اهمیت بالایی در دفاع فرهنگی آجا می‌باشند با این حال به جهت نبود اطلاعات

کافی، کم توجهی، آماده نبودن بستر و زیرساخت‌های مورد نیاز، کمبود اعتبارات و یا تحریم‌های استکباری امکان فعالیت در برخی حوزه‌ها وجود نداشته یا کم بوده است و به نوعی گلوگاه و محدودیت‌های آن حوزه به شمار می‌روند و تعیین‌کننده راندمان و خروجی کل سامانه می‌باشند. در این تحقیق، محدودیت‌های حوزه فرهنگی آجا در قالب متغیر Q اندازه‌گیری شده‌اند، لذا مقدار Q تعیین‌کننده سهم، نقش و پتانسیل رشد و ارتقاء در رسیدن به مقصد نهایی است. در اینجا محدودیت عبارت است از هر عاملی که کارایی سیستم را در ارتباط با هدف یا مقصود از پیش تعیین شده محدود می‌کند، در سازمان‌ها محدودیت با نام آشنای گلوگاه شناخته می‌شود، منبع گلوگاهی منبعی است که ظرفیتش کمتر یا مساوی تقاضای مورد انتظار برای آن باشد.

بر اساس راهبردهای تدوین شده استفاده حداکثری از ظرفیت‌های فرهنگی درون سازمانی و برون سازمانی در مقابله با تهدیدات از اهمیت بالایی برخوردار است. این امر با یافته‌های تحقیق عزیزاده و صالح مرادی (۱۳۹۱) مبنی بر استفاده از زیرساخت‌ها و ذخایر اندیشه‌ای نظام فرهنگی مطابقت دارد.

مبتنی بر راهبردهای احصاء شده ارتقای کمی و کیفی تولیدات و محصولات فرهنگی بر اساس الگوی اسلامی - ایرانی پیشرفت در مقابله با تهدیدات فرهنگی موثر خواهد بود. نتایج این بخش با یافته‌های تحقیق موسوی و حیدری (۱۳۹۱) مطابقت دارد.

تحکیم نهاد خانواده از دیگر راهبردهای اولویت دار دفاع فرهنگی در آجا می‌باشد که باید مورد تاکید مسئولان و فرماندهان قرار بگیرد. نتایج این بخش نیز با یافته‌های تحقیقاتی چون مرادی و همکاران (۱۳۹۴) در تطابق می‌باشد.

استفاده بهینه از ظرفیت‌های فضای سایبری یکی دیگر از راهبردهای احصاء شده می‌باشد که در یافته‌های پژوهش‌های مختلف (مانند گرامی فرد، ۱۳۹۴) به آن اشاره شده است.

با توجه به ساختار راهبردی به دست آمده و محیط شناسی انجام شده می‌توان گفت در حوزه دفاع فرهنگی آجا آسیب و مشکلاتی وجود دارد که هیچ تک راه حلی برای حل همه آنها وجود ندارد. بنابراین برای موفقیت در این زمینه تا برآورده شدن انتظارات، باید تمامی جوانب را در نظر گرفت و نگرشی سیستمی و تکنیکی - اجتماعی داشت. در این ساختار، راهبردهای تعیین شده مکمل همدیگر هستند و باید برای تحقق اهداف روی همه آنها کار شود ولی برخی دارای نقش و تاثیر بیشتری هستند که باید روی آنها به طور ویژه کار شود.

هدف کلان	راهبردهای هر یک از اهداف کلان
<p>نهادینه شدن سبک زندگی اسلامی-ایرانی برای کارکنان و خانواده آنها در آجا</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ارتقاء اشتراک پذیری و تعامل سازنده درون و برون سازمانی آجا و بهره برداری از ظرفیت های فرهنگی حاصل از آن • بازطراحی و بهبود ساختار سازمانی ارتش از منظر فرهنگی به منظور سیاست گذاری هم افزا و یکپارچه و اجرای صحیح مأموریت های فرهنگی در ابعاد مختلف الگوی فرهنگ سازمانی آجا • برون سپاری برخی از خدمات فرهنگی غیر محوری آجا با رعایت ملاحظات امنیتی و حفاظتی
<p>تعاملات مفید و قانون مند درون سازمانی و برون سازمانی و انسجام، یکپارچگی و هم افزایی</p>	<ul style="list-style-type: none"> • بهره برداری بهینه از ظرفیت های تربیتی، آموزشی و پژوهشی سازمانی و برون سازمانی آجا در زمینه سبک زندگی اسلامی-ایرانی • تحکیم فرهنگ اسلامی-ایرانی و گفتن انقلاب اسلامی در آجا از طریق بهره گیری از ظرفیت های هنری • ارتقاء کمی و کیفی تولیدات و محصولات فرهنگی آجا، متناسب با سبک زندگی اسلامی-ایرانی
<p>ارتش به عنوان سازمانی با حسن شهرت و مردمی</p>	<ul style="list-style-type: none"> • تقویت گره های ارتباطی ارتش با مردم از طریق مطالبه گری از رسانه ملی در خصوص پوشش فعالیت های مردم یاری ارتش، بهره گیری از ظرفیت دفاتر ارتباط مردمی، روحانیون، نیروهای دانشگاهی کارکنان وظیفه و غیره • حضور فعال در عرصه های مردم یاری در بلاهای طبیعی و بحران ها و ایفای نقش موثرتر در کانون های تصمیم گیری راهبردی و کلان کشور
<p>برخورداری از سامانه فرماندهی کارآمد و توانمند در مدیریت راهبردی مسائل فرهنگی آجا</p>	<ul style="list-style-type: none"> • تشکیل کارگروه عالی سیاست گذاری دفاع فرهنگی در سطح آجا
<p>برخورداری از کارکنان (شاغل و بازنشسته) و خانواده هایی با نشاط و روحیه بالا و آگاه در زمینه های مختلف فرهنگی، سانس، اجتماع، اقتصاد،</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ایجاد سامانه جامع و یکپارچه خدمات فرهنگی، گردشگری و معیشتی • اهتمام به حضور خانواده ها و بازنشستگان در مناسبت ها، اعیاد و جشن های مذهبی و ملی، مسابقات و دوره های آگاه سازی و بصیرت افزایی • تحکیم نهاد خانواده و تعادل بین کار و زندگی کارکنان آجا • نمادسازی و بزرگداشت سالروز ولادت شهدای بنام ارتش از طریق برگزاری جشن ها و تولید محتوی فرهنگی و ساخت ماسک، هاج، حماسه، احواء، نامه ها، هدیه
<p>داشتن قابلیت ارزیابی اثربخش و مستمر در حوزه دفاع فرهنگی</p>	<ul style="list-style-type: none"> • طراحی و استقرار نظام ارزیابی کارآمد فرهنگی آجا و رصد مستمر حوزه فرهنگی
<p>برخورداری از فناوری های رسانه ای نوین و بومی</p>	<ul style="list-style-type: none"> • افزایش یکپارچگی و بکارگیری بهینه ظرفیت های فضای سایبری در پشتیبانی از امور فرهنگی آجا

راهبردهای دفاع فرهنگی آجا

شکل (۳) راهبردهای دفاع فرهنگی آجا

در راستای کاربردی شدن نتایج تحقیق پیشنهاد های زیر ارائه می شود:

- شورای عالی دفاع فرهنگی با عضویت بالاترین فرماندهان و با حمایت و نظارت بالاترین سطح سازمان و با حضور خبرگان مرتبط با موضوع کارگروه این مطالعه جهت راهبری نتایج تحقیق تشکیل گردد.
- متناسب با شرایط، بودجه، توانمندی ها و ظرفیت های موجود در آجا، برنامه اجرایی تهیه و به مبادی ذیربط ابلاغ و انجام آن تا حصول نتیجه پیگیری شود.

این پژوهش نیز همانند دیگر موارد پژوهشی، با موانعی مانند محدودیت در بررسی برخی از آمارها و اسناد مربوط به آثار و تبعات تهاجم فرهنگی، گستردگی زیاد موضوع که تیم تحقیقاتی را از پرداختن خیلی دقیق به حوزه‌های تخصصی دفاع فرهنگی باز می‌داشت و نیز نبود پژوهش‌های مشابه در سایر سازمان‌ها نظامی در سطح کشور و کمبود ادبیات در زمینه دفاع فرهنگی مواجه بوده است. همچنین در راستای ارائه رهنمود به سایر پژوهشگران عرصه دفاع فرهنگی پیشنهادهای زیر ارائه می‌گردد:

- تدوین نظریه دفاع فرهنگی جمهوری اسلامی ایران مبتنی بر دیدگاه‌های فرماندهی معظم کل قوا (مد ظله العالی).
- تبیین منظومه اندیشه دفاعی فرماندهی معظم کل قوا (مد ظله العالی) در زمینه دفاع فرهنگی.
- تحلیل شیوه‌های کارآمد در پیاده‌سازی راهبردهای دفاع فرهنگی در آجا.
- بررسی بازتعریف ماموریت‌های سازمان‌های متولی امور فرهنگی با رویکرد دفاع فرهنگی در سطح آجا.

قدردانی

بدین‌وسیله از زحمات کلیه استادان محترم راهنما، داوران محترم فصلنامه و کلیه خبرگان و عزیزانی که در طی فرایند اجرای تحقیق، تیم مطالعاتی را یاری نمودند، کمال تشکر و قدردانی را اعلام می‌داریم.

منابع

- بوستانی، منصور. (۱۳۸۸). بررسی تهدیدهای فرهنگی در آجا و ارائه راه کار مناسب در این زمینه. مدیریت تحقیقات نظری آجا.
- خلف زاده، رشید، خوزین، حسن، و شریفی، منوچهر. (۱۳۹۹). راه‌های مقابله با نفوذ فرهنگی دشمن از منظر مقام معظم رهبری (مد ظله العالی). فصلنامه علمی مطالعات دفاع مقدس. ۷ (۱): ۸-۱۰.
- رسولی، حبیب‌الله. (۱۳۹۶). راه‌ها و شیوه‌های مبارزه با تهاجم فرهنگی از دیدگاه قرآن و حدیث. قم: انتشارات موسسه فرهنگی تبیان.

- رضوی، سید علی محمد. نعمتی فر، نصرت الله. و موسوی، سید حسین. (۱۳۹۷) بررسی رابطه سواد رسانه ای و تهاجم فرهنگی در شبکه های اجتماعی. فصلنامه علمی- پژوهشی اسلام و مطالعات اجتماعی. ۱۵۸-۱۵۹: (۲)۶.
- زهیری، مریم. و سودارگ، محمد. (۱۳۹۷). مطالعه نقش مدیران فرهنگی در مقابله با تهاجم فرهنگی- هنری به استناد بر بیانات مقام معظم رهبری. کنفرانس بین المللی علوم آموزشی و مطالعات اجتماعی. تهران. موسسه مدیران ایده پرداز پایتخت. مرکز همایش های بین المللی.
- شاه محمدی، غلامرضا. و تاهو، منصور. (۱۳۹۳). بررسی شیوه های پیشگیری از جرایم سایبری، مبتنی بر فناوری اطلاعات. فصلنامه پژوهش های اطلاعاتی جنایی، ۹(۳): ۹۹-۱۲۰.
- شعبان پور. موسی. (۱۳۹۷). آسیب شناسی وضعیت فرهنگی آجا و تدوین راهبرد مناسب در سطح آجا و ارائه الگوی عملی در کلیه سطوح سازمانی آجا. معاونت طرح و برنامه و بودجه. مدیریت تحقیقات نظری.
- عسگری، ناصر. خیراندیش، مهدی. بارانی، صمد. و لطفی جلال آبادی، مصطفی. (۱۳۹۷). ارائه الگوی فرهنگ تحول گرا در نیروهای مسلح ج.ا.ا بر مبنای بیانات فرماندهی معظم کل قوا (مد ظله العالی). فصلنامه آینده پژوهی دفاعی. ۳(۹): ۸۵-۱۱۰.
- عزیزاده، محمد جواد، و مراد صالح، علیرضا. (۱۳۹۱). نقش اقتدار فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در مقابله با تهاجم فرهنگی از منظر امام خامنه ای (مد ظله العالی). فصلنامه امنیت پژوهی. ۱۱(۳۸): ۶۰-۷.
- قرآن کریم. ترجمه آیت الله مکارم شیرازی.
- مرکزی مقدم، حسین. (۱۳۹۹). تهاجم فرهنگی و راه کارهای مقابله با آن در اندیشه رهبر معظم انقلاب. فصلنامه رهیافت فرهنگ دینی. ۳(۹): ۷۲-۵۵.
- نجانی منفرد، کمالی، محمدرضا. و دلخوش، سید کاظم. (۱۳۹۵). بررسی راهبردهای رسانه ای و فرهنگی دشمن در نبرد علیه انقلاب اسلامی از منظر حضرت امام خامنه ای (مد ظله العالی). دو فصلنامه مطالعات قدرت نرم. ۶(۱۴): ۱۲۷-۱۰۲.
- نهج البلاغه.
- وب سایت مقام معظم رهبری (مد ظله العالی) (WWW.Khamenei.ir)
- وحدانی فر، هادی. (۱۳۹۹). راه کارهای مقابله با تهاجم فرهنگی در اندیشه های آیت الله خامنه ای و نمود آنها در اشعار پایداری دوره معاصر ایران. نشریه مطالعات اندیشه معاصر مسلمین. ۶(۱۲): ۶۳-۳۷.
- همت، حمید. و فرهادی، علی. (۱۳۹۷). شناسایی پیشرانها و عوامل کلیدی موثر در سناریوهای جنگ نرم محتمل علیه نیروهای مسلح ج.ا.ا. فصلنامه آینده پژوهی دفاعی. ۳(۹): ۸۴-۵۷.

- یزدیان، ابوالقاسم. (۱۳۹۲). تهاجم فرهنگی بیگانه در خانواده‌های پرسنل آجا. معاونت طرح و برنامه و بودجه آجا. مدیریت تحقیقات نظری
- یوسف نیا، مهدی. (۱۳۹۳). آسیب‌شناسی نظام فرهنگی و تربیتی موجود آجا و ارائه الگوی مناسب در کلیه رده‌های سازمانی با رویکرد ارتش مکتبی. معاونت طرح و برنامه و بودجه آجا. مدیریت تحقیقات نظری.
- Biggs, S. (2000, January). Global village or urban jungle: Culture, self-construal, and the Internet. In *Proceedings of the Media Ecology Association* (Vol. 1, No. 1, pp. 28-36).
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of computer-mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Brenner, S. (2004). *Toward A Criminal Law for Cyberspace: Product*. University of Pittsburgh School of Law Journal of Technology Law and Policy.
- Dodge, M. & Kitchin, R. (2001). *Mapping Cyberspace*, London: Routledge.
- Ouchi, W. (1981). *Theory Z: how American business can meet the Japanese challenge*. Reading, Mass: Addison Wesley.
- Prusty, S. K., Mohapatra, P. K., & Mukherjee, C. K. (2010). GOS tree (Goal–Objective–Strategy tree) approach to strategic planning using a fuzzy-Delphi process: An application to the Indian Shrimp Industry. *Technological Forecasting and Social Change*, 77(3), 442-456.