

دریافت مقاله: ۱۴۰۵/۰۱/۱۰

پذیرش مقاله: ۱۴۰۵/۰۵/۲۲

مقاله پژوهشی

فصلنامه مدیریت نظامی

سال بیست و ششم، شماره ۲، تابستان ۱۴۰۵

صص ۵۲-۸۵

بررسی تأثیر سواد رسانه‌ای بر آمادگی کارکنان ارتش جمهوری اسلامی ایران در مواجهه با تهدیدهای نوپدید فرهنگی

سجاد فرهنگ^۱

چکیده

با گسترش فناوری‌های ارتباطی و افزایش نفوذ رسانه‌های نوین، تهدیدهای نوپدید فرهنگی به یکی از مهم‌ترین چالش‌های امنیت نرم و شناختی سازمان‌های نظامی تبدیل شده‌اند. در این میان، ارتقای سواد رسانه‌ای کارکنان نیروهای مسلح می‌تواند نقش مؤثری در افزایش توانایی آنان برای تشخیص، تحلیل، ارزیابی و مدیریت پیام‌های رسانه‌ای و کاهش آسیب‌پذیری در برابر جنگ شناختی، عملیات روانی و انتشار اخبار نادرست ایفا کند. پژوهش حاضر با هدف بررسی تأثیر سواد رسانه‌ای بر آمادگی کارکنان ارتش جمهوری اسلامی ایران در مواجهه با تهدیدهای نوپدید فرهنگی انجام شده است. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر روش، توصیفی-همبستگی است. جامعه آماری شامل کارکنان ارتش جمهوری اسلامی ایران بوده و داده‌ها از طریق پرسشنامه استاندارد آمادگی در برابر تهدیدهای نوپدید فرهنگی گردآوری شده است. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی و استنباطی و مدل‌سازی معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS و SmartPLS بهره گرفته شد. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که سواد رسانه‌ای تأثیر مثبت و معناداری بر آمادگی کارکنان ارتش جمهوری اسلامی ایران در مواجهه با تهدیدهای نوپدید فرهنگی دارد و ابعاد مختلف آن، از جمله دسترسی، تحلیل، ارزیابی انتقادی و تولید آگاهانه پیام‌های رسانه‌ای، موجب ارتقای قدرت تشخیص، تصمیم‌گیری و تاب‌آوری فرهنگی کارکنان می‌شود. بر این اساس، توسعه برنامه‌های آموزشی مبتنی بر سواد رسانه‌ای، تدوین سیاست‌های آموزشی هدفمند و نهادینه‌سازی فرهنگ استفاده آگاهانه از رسانه‌ها می‌تواند به افزایش امنیت فرهنگی و شناختی کارکنان ارتش جمهوری اسلامی ایران کمک کند.

کلیدواژه‌ها: سواد رسانه‌ای، تهدیدهای نوپدید فرهنگی، آمادگی کارکنان، ارتش جمهوری اسلامی ایران، امنیت شناختی، جنگ شناختی.

۱. استادیار گروه علوم اجتماعی، دانشکده فرماندهی و مدیریت، دانشگاه افسری امام علی (ع)، تهران، ایران نویسنده

مسئول، farhangsajjad@yahoo.com

مقدمه

سواد رسانه‌ای یکی از مباحث جذاب در حوزه ارتباطات و به عنوان یک اندیشه کلیدی مطرح است که در نتیجه آن افراد خود را به رسانه‌ها اعلام می‌نمایند، تا معنای پیام‌هایی که با آن‌ها مواجه می‌شوند تعبیر و تفسیر کنند. افراد با داشتن سواد رسانه‌ای می‌توانند رسانه‌ها و تولیدات رسانه‌ای را از یکدیگر تفکیک و شناسایی نمایند؛ زیرا در حال حاضر قرار گرفتن افراد در انتهای مسیر رسانه‌ها به عنوان دریافت‌کنندگان پیام پایان یافته است و آن‌ها باید در فرآیند ارتباط، شرکای فعالی باشند. اما متأسفانه خواست اکثر افراد برخورد یک سویه، انفعالی و غیره‌دفعند با رسانه‌ها است. در حالی که مصلحت آن‌ها در برخوردی هدفمند با رسانه بوده و در مرحله اول باید میزان آگاهی و توان دریافت اطلاعات را تقویت کرده و با همین توان در جهت تقویت روحیه انتقادی و خواست بیشتر حرکت نمایند. هدف سواد رسانه‌ای هوشیار کردن، اختیار بخشی و آزادسازی مخاطب است. در هر حال سواد رسانه‌ای قصد هوشیارسازی و اختیار بخشی به مخاطب را دارد. در چنین عصری این مهارت‌ها پایه و اساس آینده جامعه آگاه را تشکیل می‌دهد و باعث تقویت و قدرتمند شدن ساختارهای دموکراتیک جامعه می‌شود. اگر مهارت‌های زیادی داشته باشیم اما نتوانیم اطلاعات و آگاهی خودمان را طبقه‌بندی و در جای مناسب از آن‌ها استفاده کنیم نمی‌توانیم نظرات خود را به سطح وسیع و گسترده‌ای از پیام رسانه‌ها که ما را از هر سو محاصره کرده‌اند عرضه کنیم که همه این‌ها ناشی از محدودیت دانش و نامتعادل بودن آگاهی ما از رسانه‌هاست.^۱ بر اساس نظریه جیمز پاتر، سواد رسانه مجموعه‌ای از چشم‌اندازها یا جنبه‌های فکری است که ما برای قرار گرفتن در معرض رسانه، فعالانه از آن‌ها بهره‌برداری می‌کنیم تا معنای پیام‌های را که با آن روبرو می‌شویم تفسیر کنیم. ما چشم‌اندازهای خود را با استفاده از ساختارهای دانش خود می‌سازیم و برای ساختن ساختارهای دانش، به ابزار و مواد اولیه نیاز داریم. این ابزار، مهارت‌های ما و ماده اولیه، اطلاعات به دست آمده از رسانه‌ها و دنیای واقعی است. استفاده فعالانه از رسانه‌ها بدان معنی است که ما از پیام‌ها آگاهی داریم و به طور خود آگاهانه با آن‌ها تعامل داریم.^۲ کارکنان و مخاطبین رسانه‌ها در معرض تهدیدهای مختلفی هستند از جمله این تهدیدهای رسانه‌ای، تهدیدهای فرهنگی می‌باشند. رسانه‌های مدرن امروزی می‌توانند با بهره‌گیری از فرآیند دایمی و پویا، عناصر قدرتمند فرهنگی موردنظر، شیوه اندیشه، رفتار و نگرش افراد را دچار دگرگونی دهند و با عرضه الگوهای فکری، فرهنگ موردنظر، شیوه اندیشه، رفتار و نگرش افراد را دچار دگرگونی سازند. کشورهای غربی می‌کوشند با بهره‌گیری از رسانه‌ها به صورت کاملاً سازمان یافته، اجباری و در

جهت منافع خویش به منظور حاکم ساختن خود بر کشور هدف، شیوه‌های فکری فرهنگ خود را انتقال دهند. این انتقال فرهنگی که تشبه‌پذیری متناظر دارد، سبب از بین رفتن کامل هویت گیرنده فرهنگ و از خودبیگانگی فرهنگی آن در برابر فرهنگ مسلط می‌شود.

بیان مسئله

سواد رسانه‌ای یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های توانمندسازی افراد در عصر ارتباطات و فناوری اطلاعات به شمار می‌رود و نقش اساسی در افزایش قدرت تحلیل، ارزیابی و استفاده آگاهانه از پیام‌های رسانه‌ای ایفا می‌کند. گسترش رسانه‌های نوین، شبکه‌های اجتماعی و بسترهای ارتباطی دیجیتال موجب شده است که افراد علاوه بر دریافت‌کننده پیام، به تولیدکننده و بازنشرکننده محتوا نیز تبدیل شوند. از این‌رو، برخورد منفعلانه با رسانه‌ها می‌تواند زمینه‌ساز تأثیرپذیری از اطلاعات نادرست، عملیات روانی، شایعات و سایر تهدیدهای فرهنگی و شناختی شود. در مقابل، برخورد فعال، آگاهانه و انتقادی با رسانه‌ها مستلزم برخورداری از سطح مطلوبی از سواد رسانه‌ای است.

بر اساس دیدگاه جیمز پاتر، سواد رسانه‌ای مجموعه‌ای از دانش، مهارت‌ها و نگرش‌هایی است که به افراد امکان می‌دهد پیام‌های رسانه‌ای را به‌صورت نقادانه تحلیل، ارزیابی و تفسیر کنند و در مواجهه با حجم گسترده اطلاعات، تصمیم‌های آگاهانه اتخاذ نمایند. از این منظر، سواد رسانه‌ای صرفاً به توانایی استفاده از رسانه‌ها محدود نمی‌شود، بلکه شامل مهارت‌هایی همچون دسترسی به اطلاعات، تحلیل و ارزیابی انتقادی محتوا، تشخیص اخبار جعلی، شناخت اهداف تولیدکنندگان پیام و تولید مسئولانه محتوا و رسانه‌ای نیز می‌شود.

امروزه تهدیدهای نوپدید فرهنگی به‌عنوان یکی از ابعاد مهم تهدیدهای نرم، بیش از گذشته از طریق رسانه‌های نوین و فضای مجازی گسترش یافته‌اند. این تهدیدها با بهره‌گیری از ابزارهای رسانه‌ای، درصدد تأثیرگذاری بر باورها، ارزش‌ها، نگرش‌ها، سبک زندگی و هویت فرهنگی افراد هستند و می‌توانند بر انسجام اجتماعی، سرمایه فرهنگی و امنیت شناختی جامعه اثرگذار باشند. از این‌رو، افزایش آمادگی افراد برای شناسایی، تحلیل و مدیریت این تهدیدها از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

در این میان، کارکنان ارتش جمهوری اسلامی ایران به دلیل مسئولیت‌های حرفه‌ای و نقش مؤثر در حفظ امنیت ملی، بیش از سایر اقشار نیازمند برخورداری از سطح مناسبی از سواد رسانه‌ای هستند تا بتوانند در برابر تهدیدهای نوپدید فرهنگی، جنگ شناختی، عملیات روانی و جریان‌های سازمان‌یافته

اطلاعاتی، تصمیم‌های آگاهانه اتخاذ کرده و از آسیب‌پذیری فرهنگی و شناختی خود و سازمان بکاهند. ارتقای آمادگی این کارکنان در مواجهه با چنین تهدیدهایی، مستلزم شناخت میزان تأثیر سواد رسانه‌ای بر توانمندی‌های آنان است.

با وجود اهمیت این موضوع، پژوهش‌های انجام‌شده در زمینه بررسی ارتباط سواد رسانه‌ای و آمادگی کارکنان نیروهای مسلح در مواجهه با تهدیدهای نوپدید فرهنگی محدود است. از این رو، پژوهش حاضر با هدف بررسی تأثیر سواد رسانه‌ای بر آمادگی کارکنان ارتش جمهوری اسلامی ایران در مواجهه با تهدیدهای نوپدید فرهنگی انجام می‌شود تا ضمن تبیین رابطه میان این دو متغیر، زمینه ارائه راهکارهای علمی و کاربردی برای ارتقای آمادگی فرهنگی و شناختی کارکنان ارتش جمهوری اسلامی ایران را فراهم سازد.

اهمیت و ضرورت پژوهش

اهمیت پژوهش

انجام این پژوهش می‌تواند آثار و پیامدهای مثبت زیر را برای کارکنان و سازمان ارتش جمهوری اسلامی ایران به همراه داشته باشد:

- تبیین نقش سواد رسانه‌ای در افزایش آمادگی کارکنان ارتش در مواجهه با تهدیدهای نوپدید فرهنگی.
- ارتقای توانایی کارکنان در شناسایی، تحلیل و ارزیابی انتقادی پیام‌های رسانه‌ای.
- افزایش آمادگی شناختی و فرهنگی کارکنان در برابر عملیات روانی، اخبار جعلی و جنگ شناختی.
- تقویت قدرت تصمیم‌گیری آگاهانه و کاهش تأثیرپذیری از پیام‌های رسانه‌ای مخرب.
- توانمندسازی کارکنان در استفاده مسئولانه و هدفمند از رسانه‌های نوین، شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی.
- افزایش قدرت تشخیص و مقابله با تهدیدهای فرهنگی و شناختی در محیط‌های رسانه‌ای.
- تقویت تفکر انتقادی، خودآگاهی و مسئولیت‌پذیری رسانه‌ای کارکنان.
- ارائه شواهد علمی برای برنامه‌ریزی آموزشی و تدوین سیاست‌های ارتقای سواد رسانه‌ای در ارتش جمهوری اسلامی ایران.

ضرورت پژوهش

عدم انجام این پژوهش می‌تواند پیامدهای منفی زیر را برای کارکنان و سازمان به همراه داشته باشد:

- کاهش آمادگی کارکنان در شناسایی و مقابله با تهدیدهای نوپدید فرهنگی.
- افزایش آسیب‌پذیری در برابر عملیات روانی، اخبار جعلی، شایعات و جنگ شناختی.
- ضعف در تحلیل، ارزیابی و تفسیر انتقادی پیام‌های رسانه‌ای.
- افزایش احتمال پذیرش و بازنشر آگاهانه یا ناآگاهانه محتوای مخرب در رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی.
- کاهش توان تصمیم‌گیری صحیح در مواجهه با جریان‌های رسانه‌ای و اطلاعاتی.
- تضعیف امنیت فرهنگی و شناختی کارکنان و افزایش تأثیرپذیری از جریان‌های رسانه‌ای معارض.
- نبود شواهد علمی کافی برای طراحی برنامه‌های آموزشی و سیاست‌های ارتقای سواد رسانه‌ای در ارتش جمهوری اسلامی ایران.
- کاهش توان سازمان در ارتقای آمادگی فرهنگی و شناختی کارکنان برای مواجهه با تهدیدهای نوپدید فرهنگی.

اهداف پژوهش

هدف اصلی

- بررسی تأثیر سواد رسانه‌ای بر آمادگی کارکنان ارتش جمهوری اسلامی ایران در مواجهه با تهدیدهای نوپدید فرهنگی.

اهداف فرعی

۱. بررسی تأثیر بعد آگاهی سواد رسانه‌ای بر آمادگی کارکنان ارتش جمهوری اسلامی ایران در مواجهه با تهدیدهای نوپدید فرهنگی.
۲. بررسی تأثیر بعد تجزیه و تحلیل سواد رسانه‌ای بر آمادگی کارکنان ارتش جمهوری اسلامی ایران در مواجهه با تهدیدهای نوپدید فرهنگی.
۳. بررسی تأثیر بعد ارزیابی انتقادی سواد رسانه‌ای بر آمادگی کارکنان ارتش جمهوری اسلامی ایران در مواجهه با تهدیدهای نوپدید فرهنگی.

۴. بررسی تأثیر بعد تولید و انتشار آگاهانه محتوای رسانه‌ای بر آمادگی کارکنان ارتش جمهوری اسلامی ایران در مواجهه با تهدیدهای نوپدید فرهنگی.

سؤالات پژوهش

سؤال اصلی پژوهش

- سواد رسانه‌ای چه تأثیری بر آمادگی کارکنان ارتش جمهوری اسلامی ایران در مواجهه با تهدیدهای نوپدید فرهنگی دارد؟

سؤالات فرعی پژوهش

۱. بعد آگاهی سواد رسانه‌ای چه تأثیری بر آمادگی کارکنان ارتش جمهوری اسلامی ایران در مواجهه با تهدیدهای نوپدید فرهنگی دارد؟
۲. بعد تجزیه و تحلیل سواد رسانه‌ای چه تأثیری بر آمادگی کارکنان ارتش جمهوری اسلامی ایران در مواجهه با تهدیدهای نوپدید فرهنگی دارد؟
۳. بعد ارزیابی انتقادی سواد رسانه‌ای چه تأثیری بر آمادگی کارکنان ارتش جمهوری اسلامی ایران در مواجهه با تهدیدهای نوپدید فرهنگی دارد؟
۴. بعد تولید و انتشار آگاهانه محتوای رسانه‌ای چه تأثیری بر آمادگی کارکنان ارتش جمهوری اسلامی ایران در مواجهه با تهدیدهای نوپدید فرهنگی دارد؟

فرضیه‌های پژوهش

فرضیه اصلی

- سواد رسانه‌ای تأثیر مثبت و معناداری بر آمادگی کارکنان ارتش جمهوری اسلامی ایران در مواجهه با تهدیدهای نوپدید فرهنگی دارد.

فرضیه‌های فرعی

۱. بعد آگاهی سواد رسانه‌ای تأثیر مثبت و معناداری بر آمادگی کارکنان ارتش جمهوری اسلامی ایران در مواجهه با تهدیدهای نوپدید فرهنگی دارد.
۲. بعد تجزیه و تحلیل سواد رسانه‌ای تأثیر مثبت و معناداری بر آمادگی کارکنان ارتش جمهوری اسلامی ایران در مواجهه با تهدیدهای نوپدید فرهنگی دارد.

۳. بعد ارزیابی انتقادی سواد رسانه‌ای تأثیر مثبت و معناداری بر آمادگی کارکنان ارتش جمهوری اسلامی ایران در مواجهه با تهدیدهای نوپدید فرهنگی دارد.

۴. بعد تولید و انتشار آگاهانه محتوای رسانه‌ای تأثیر مثبت و معناداری بر آمادگی کارکنان ارتش جمهوری اسلامی ایران در مواجهه با تهدیدهای نوپدید فرهنگی دارد.

پیشنه پژوهش

الف) پیشینه پژوهش‌های داخلی

پژوهش‌های انجام‌شده در ایران نشان می‌دهد که سواد رسانه‌ای به‌عنوان یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های توانمندسازی افراد در مواجهه با رسانه‌های نوین، نقش مؤثری در افزایش قدرت تحلیل، ارزیابی انتقادی و تشخیص پیام‌های رسانه‌ای دارد. نتایج مطالعات مختلف بیانگر آن است که آموزش سواد رسانه‌ای موجب افزایش آگاهی، تقویت تفکر انتقادی و کاهش تأثیرپذیری افراد از شایعات، اخبار جعلی و عملیات روانی می‌شود.

برخی پژوهش‌ها نیز با تمرکز بر امنیت فرهنگی و تهدیدهای نرم، نشان داده‌اند که ارتقای سواد رسانه‌ای می‌تواند نقش مهمی در افزایش امنیت شناختی، حفظ هویت فرهنگی و کاهش آسیب‌پذیری در برابر تهدیدهای فرهنگی ایفا کند. همچنین مطالعات مرتبط با جنگ شناختی و فضای مجازی بیانگر آن است که کارکنان سازمان‌های حساس، به‌ویژه نیروهای مسلح، برای مقابله با تهدیدهای نوین نیازمند برخورداری از مهارت‌های سواد رسانه‌ای هستند.

جدول شماره ۱-

پژوهش شماره ۱	
عنوان محقق	طراحی مدل ارتقاء سواد رسانه‌ای در استفاده بهینه از رسانه‌های اجتماعی (مطالعه موردی: نوجوانان شهر تهران)
محل نشر/سال انجام	نازنین نهرور، علی اکبر فرهنگی، بهرام علیشیری، عبدالله نعمی؛ فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ۱۴۰۰
سوال اصلی	نقش سواد رسانه‌ای در فرهنگ خانواده چیست؟
روش	این پژوهش به روش کیفی انجام شده است
خلاصه نتایج	توجه ویژه والدین و معلمان به سواد رسانه‌ای به عنوان عامل مؤثر در افزایش آگاهی و مهارت کودکان و نوجوانان در مواجهه با فضای مجازی در کاهش این آسیب‌ها بسیار مؤثر و کلیدی است. قبل از هر چیز نباید از آموزش این دو قشر تأثیرگذار غفلت کرد. اولیای خانه و مدرسه هر دو باید در کنار فرزندان این مرز و بوم و حتی جلوتر از آنان به مهارت کافای در نحوه مصرف رسانه‌ای دست یافته باشند و خود در مواجهه با رسانه‌ها، تفکری نقاد و فعال داشته باشند تا در ادامه، موفق به پرورش فرزندانی این چنین شوند.

جدول شماره ۲-

۵۹ / فصلنامه مدیریت نظامی، سال بیست و ششم، شماره ۲، تابستان ۱۴۰۵

پژوهش شماره ۲	
عنوان محقق	آسیبها و تهدیدهای زیست بوم جدید و ضرورت آموزش سواد رسانه‌ای
محل نشر/سال انجام	قربانی، سمانه، همایش ملی تربیت در زیست بوم جدید تهران، ۱۴۰۰
سوال اصلی	آسیبها و تهدیدهای زیست بوم جدید و ضرورت آموزش سواد رسانه‌ای چگونه
روش	آمیخته
خلاصه نتایج	توجه ویژه والدین و معلمان به سواد رسانه‌ای به عنوان عامل مؤثر در افزایش آگاهی و مهارت کودکان و نوجوانان در مواجهه با فضای مجازی در کاهش این آسیبها بسیار مؤثر و کلیدی است. قبل از هر چیز نباید از آموزش این دو قشر تأثیرگذار غفلت کرد. اولیای خانه و مدرسه هر دو باید در کنار فرزندان این مرز و بوم و حتی جلوتر از آنان به مهارت کافی در نحوه مصرف رسانه‌ای دست یافته باشند و خود در مواجهه با رسانه‌ها، تفکری نقاد و فعال داشته باشند تا در ادامه، موفق به پرورش فرزندان این چنین شوند.

جدول شماره ۳-

پژوهش شماره ۳	
عنوان محقق	طراحی مدل ارتقاء سواد رسانه‌ای در استفاده بهینه از رسانه‌های اجتماعی (مطالعه موردی: نوجوانان شهر تهران)
محل نشر/سال انجام	نازنین نهرو، علی اکبر فرهنگی، بهرام علیشیری، عبدالله نعیمی؛ فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ۱۴۰۰
سوال اصلی	طراحی مدل ارتقاء سواد رسانه‌ای در استفاده بهینه از رسانه‌های اجتماعی به چه صورت می باشد؟
روش	آمیخته
خلاصه نتایج	مدل پیشنهادی مبتنی بر ۶ بخش ۱- عناصر ارتقاء سواد رسانه‌ای شامل سه سطح: کلان (شامل بهبود روش‌های آموزشی، انسجام و هم‌نگری در سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی، ایجاد اینترنت ملی و...)، سطح میانی (شامل تعامل گروهی با همسالان، آموزش مربیان و خانواده‌ها)، و سطح خرد (شامل شناخت فناوریانه، شناخت معرفتی، شناخت خلاصه نتایج رسانه و تولید محتوا)، ۲- عوامل زمینه‌ای (شامل ویژگی‌های فردی و زمینه‌های فردی)، ۳- عوامل مؤثر (مقوله‌های عوامل سطح کلان، میانی و خرد)، ۴- عوامل مداخله‌گر (شامل نقش دولت، قوانین و مقررات)، ۵- راهبردها (شامل راهبردهای آموزشی، فرهنگ‌سازی، برنامه‌ریزی و اجرایی) و ۶- پیامدها (شامل پیامدهای اقتصاد، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و ...) است.

پژوهش شماره ۴	
عنوان محقق	نقش سواد رسانه‌ای در فرهنگ خانواده
محل نشر/سال انجام	وکیلی، الهه، بیست و ششمین نشست تخصصی اقتصاد و رسانه و همایش ملی آفند رسانه‌ای، دماوند، ۱۴۰۰
سوال اصلی	نقش سواد رسانه‌ای در فرهنگ خانواده چیست؟
روش	کمی
خلاصه نتایج	ظهور فناوری‌های نوین ارتباطی به‌همراه تحولات به‌وجود آمده در فضای مجازی، آسیب‌های بسیاری در عصر حاضر ایجاد نموده و کارکردهای بسیاری از خانواده‌ها را دچار اختلال کرده است. لذا مجهز بودن افراد به مهارت‌ها سواد رسانه‌ای در این دنیای دیجیتالی و اطلاعاتی، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و افراد و به‌ویژه والدین باید نسبت به فراگیری این مهارت اقدام نمایند تا بتوانند با استفاده از معیارهای مناسب، به ارزیابی شبکه‌های اجتماعی اخبار مندرج در آن‌ها پرداخته و اطلاعات صحیح و کارآمد را برای تصمیم‌گیری‌های خود مورد استفاده قرار دهند.

پیشینه پژوهش‌های خارجی

پژوهش‌های بین‌المللی نشان می‌دهد که سواد رسانه‌ای به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های اساسی ارتقای امنیت شناختی، تفکر انتقادی و افزایش تاب‌آوری افراد در برابر تهدیدهای رسانه‌ای شناخته می‌شود. در دهه‌های اخیر، با گسترش رسانه‌های دیجیتال، شبکه‌های اجتماعی و جنگ اطلاعاتی، محققان توجه ویژه‌ای به نقش سواد رسانه‌ای در مقابله با تهدیدهای فرهنگی و شناختی داشته‌اند.

پاتر Potter، ۲۰۱۹ سواد رسانه‌ای را مجموعه‌ای از دانش، مهارت‌ها و نگرش‌هایی می‌داند که افراد را قادر می‌سازد پیام‌های رسانه‌ای را به‌صورت فعال تحلیل، ارزیابی و تفسیر کنند. وی معتقد است هرچه سطح سواد رسانه‌ای افراد بالاتر باشد، توانایی آنان در تشخیص اطلاعات نادرست، مقاومت در برابر اقتناع رسانه‌ای و تصمیم‌گیری آگاهانه نیز افزایش می‌یابد.

هابز Hobbs، ۲۰۲۰ در پژوهشی درباره آموزش سواد رسانه‌ای نشان داد که آموزش نظام‌مند مهارت‌های

سواد رسانه‌ای، تفکر انتقادی، مسئولیت‌پذیری و توانایی ارزیابی منابع اطلاعاتی را به‌طور معناداری افزایش می‌دهد. وی تأکید می‌کند که سواد رسانه‌ای یکی از مؤثرترین ابزارها برای مقابله با اخبار جعلی، اطلاعات گمراه‌کننده و دستکاری افکار عمومی است.

نامله و همکاران. Namle et al. ، ۲۰۲۱ با بررسی تأثیر سواد رسانه‌ای بر تاب‌آوری شناختی دریافتند افرادی که از مهارت‌های تحلیل و ارزیابی رسانه‌ای بالاتری برخوردارند، در برابر عملیات روانی، تبلیغات هدفمند و جریان‌های اطلاعاتی مخرب مقاومت بیشتری از خود نشان می‌دهند و کمتر تحت تأثیر جنگ شناختی قرار می‌گیرند.

وو و همکاران. Wu et al. ، ۲۰۲۲ در مطالعه‌ای پیرامون سواد رسانه‌ای و امنیت اطلاعات گزارش کردند که ارتقای سواد رسانه‌ای نقش مؤثری در افزایش آگاهی امنیتی، کاهش آسیب‌پذیری کاربران در فضای مجازی و بهبود تصمیم‌گیری در مواجهه با تهدیدهای رسانه‌ای دارد. آنان نتیجه گرفتند که آموزش مستمر سواد رسانه‌ای می‌تواند به ارتقای امنیت فرهنگی و شناختی سازمان‌ها کمک کند.

یونسکو UNESCO ، ۲۰۲۳ نیز در گزارش‌های خود، سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی (MIL) را یکی از الزامات اساسی جوامع معاصر برای مقابله با اطلاعات نادرست، جنگ اطلاعاتی و تهدیدهای فرهنگی معرفی کرده است. بر اساس این گزارش، توسعه مهارت‌های سواد رسانه‌ای موجب افزایش مشارکت آگاهانه شهروندان، تقویت امنیت شناختی و کاهش اثرپذیری از جریان‌های رسانه‌ای مخرب می‌شود.

در مجموع، پژوهش‌های خارجی نشان می‌دهد که سواد رسانه‌ای نقش مهمی در افزایش آمادگی افراد برای مواجهه با تهدیدهای نوپدید فرهنگی، ارتقای امنیت شناختی، تقویت تفکر انتقادی و کاهش آسیب‌پذیری در برابر عملیات روانی و اطلاعات نادرست دارد. با وجود این، مطالعات اندکی به بررسی این موضوع در میان کارکنان نیروهای مسلح و به‌ویژه در بستر سازمان‌های نظامی پرداخته‌اند؛ از این‌رو، پژوهش حاضر می‌تواند این خلأ علمی را تا حدی برطرف کند.

جنبه نوآوری پژوهش

نوآوری اصلی این پژوهش در بررسی تأثیر سواد رسانه‌ای بر آمادگی کارکنان ارتش جمهوری اسلامی ایران در مواجهه با تهدیدهای نوپدید فرهنگی است. با وجود انجام پژوهش‌های متعدد در حوزه سواد رسانه‌ای، امنیت فرهنگی و تهدیدهای نوپدید، تاکنون مطالعه‌ای جامع که رابطه میان سواد رسانه‌ای و میزان آمادگی کارکنان ارتش جمهوری اسلامی ایران را در مواجهه با تهدیدهای نوپدید فرهنگی بررسی

کند، بسیار محدود است.

مبانی نظری پژوهش

جایگاه سواد رسانه‌ای در ارتقای آمادگی کارکنان ارتش جمهوری اسلامی ایران

در عصر ارتباطات و گسترش فناوری‌های نوین، سواد رسانه‌ای به یکی از مهم‌ترین مهارت‌های فردی و سازمانی تبدیل شده است؛ به گونه‌ای که اهمیت آن در دنیای امروز کمتر از سواد خواندن و نوشتن نیست. حجم گسترده اطلاعات، توسعه شبکه‌های اجتماعی، رسانه‌های برخط و ظهور جنگ شناختی سبب شده است که کارکنان سازمان‌ها، به ویژه نیروهای مسلح، بیش از هر زمان دیگری در معرض پیام‌های هدفمند، اخبار جعلی، عملیات روانی و تهدیدهای نوپدید فرهنگی قرار گیرند. از این رو، برخورداری از سواد رسانه‌ای برای کارکنان ارتش جمهوری اسلامی ایران، یک ضرورت راهبردی در راستای حفظ آمادگی، ارتقای امنیت شناختی و صیانت از ارزش‌های فرهنگی و سازمانی به شمار می‌رود.

سواد رسانه‌ای، کارکنان را قادر می‌سازد تا پیام‌های رسانه‌ای را به صورت آگاهانه دریافت، تحلیل و ارزیابی کرده و اعتبار منابع اطلاعاتی را تشخیص دهند. همچنین این مهارت موجب می‌شود کارکنان در برابر شایعات، اخبار جعلی، عملیات نفوذ، تبلیغات هدفمند و سایر تهدیدهای فرهنگی و شناختی، واکنشی منطقی، آگاهانه و مبتنی بر تفکر انتقادی داشته باشند. در نتیجه، سواد رسانه‌ای نقش مؤثری در افزایش توان تصمیم‌گیری، ارتقای هوشیاری و تقویت آمادگی کارکنان برای مقابله با تهدیدهای نوپدید فرهنگی ایفا می‌کند.

در ارتش جمهوری اسلامی ایران، آموزش سواد رسانه‌ای باید به عنوان یکی از محورهای اصلی برنامه‌های آموزشی و توانمندسازی کارکنان مورد توجه قرار گیرد. این آموزش‌ها می‌تواند از طریق دوره‌های آموزشی تخصصی، کارگاه‌های مهارت‌افزایی، آموزش‌های مجازی، تولید محتوای آموزشی و برگزاری نشست‌های علمی اجرا شود. هدف از این برنامه‌ها، ارتقای دانش رسانه‌ای، تقویت قدرت تحلیل و ارزیابی اطلاعات، توسعه تفکر انتقادی و افزایش توان کارکنان در تشخیص و مقابله با تهدیدهای نوپدید فرهنگی است. از منظر سازمانی، نهادهای آموزشی ارتش، مراکز آموزش تخصصی، دانشگاه‌های وابسته به نیروهای مسلح و مراکز پژوهشی دفاعی، نقش اساسی در توسعه سواد رسانه‌ای کارکنان دارند. این مراکز می‌توانند با تدوین سرفصل‌های آموزشی متناسب با مأموریت‌های نیروهای مسلح، آموزش‌های مستمر و کاربردی را در حوزه سواد رسانه‌ای ارائه داده و زمینه ارتقای آمادگی فرهنگی و شناختی کارکنان را فراهم کنند.

به‌طور کلی، آموزش سواد رسانه‌ای در ارتش جمهوری اسلامی ایران افزون بر افزایش آگاهی رسانه‌ای کارکنان، موجب تقویت تفکر انتقادی، بهبود قدرت تحلیل و ارزیابی پیام‌های رسانه‌ای، افزایش امنیت شناختی، کاهش آسیب‌پذیری در برابر جنگ نرم و جنگ شناختی و ارتقای آمادگی سازمانی در مواجهه با تهدیدهای نوپدید فرهنگی می‌شود. بنابراین، سواد رسانه‌ای نه تنها یک مهارت فردی، بلکه یکی از مؤلفه‌های اساسی ارتقای توان دفاع فرهنگی و افزایش آمادگی کارکنان ارتش جمهوری اسلامی ایران در برابر تهدیدهای نوین محسوب می‌شود.

لزوم آموزش سواد رسانه‌ای

گسترش فناوری‌های ارتباطی، توسعه شبکه‌های اجتماعی، رسانه‌های دیجیتال و فضای مجازی، محیط اطلاعاتی و امنیتی جوامع را به‌طور اساسی دگرگون کرده است. در چنین شرایطی، کارکنان نیروهای مسلح به دلیل ماهیت مأموریت‌های دفاعی و امنیتی خود، بیش از گذشته در معرض حجم گسترده‌ای از پیام‌های رسانه‌ای، عملیات روانی، اخبار جعلی، جنگ شناختی و تهدیدهای نوپدید فرهنگی قرار دارند. از این‌رو، آموزش سواد رسانه‌ای به‌عنوان یکی از الزامات ارتقای آمادگی فرهنگی، شناختی و امنیتی کارکنان ارتش جمهوری اسلامی ایران، ضرورتی انکارناپذیر به شمار می‌رود.

«بری دانکن (Barry Duncan)» از پیشگامان آموزش سواد رسانه‌ای، معتقد است که سواد رسانه‌ای پاسخی مؤثر به چالش‌ها و آسیب‌های ناشی از گسترش رسانه‌ها است. وی دلایل ضرورت آموزش سواد رسانه‌ای را شامل نفوذ گسترده رسانه‌ها در زندگی فردی و اجتماعی، رسانه‌ای شدن بخش عمده اطلاعات، تأثیر غیرمستقیم رسانه‌ها بر نگرش و رفتار مخاطبان، تبدیل مخاطبان منفعل به مخاطبان فعال و آگاه، و نقش رسانه‌ها در شکل‌دهی ارزش‌ها، هنجارها و الگوهای رفتاری می‌داند. این دیدگاه در محیط‌های نظامی از اهمیت بیشتری برخوردار است؛ زیرا هرگونه تأثیرپذیری از پیام‌های هدایت‌شده می‌تواند بر آمادگی شناختی و عملکرد حرفه‌ای کارکنان اثرگذار باشد.

یکی از مهم‌ترین دلایل ضرورت آموزش سواد رسانه‌ای، افزایش روزافزون حجم اطلاعات و پیچیدگی فضای رسانه‌ای است. در عصر حاضر، کارکنان ارتش روزانه با حجم عظیمی از اطلاعات، اخبار، تصاویر و پیام‌هایی مواجه هستند که بخشی از آن‌ها با هدف تأثیرگذاری بر افکار عمومی، ایجاد تردید، تضعیف اعتماد، تغییر ارزش‌ها و القای ناامیدی تولید و منتشر می‌شوند. بدون برخورداری از مهارت‌های سواد رسانه‌ای، تشخیص اطلاعات صحیح از اخبار جعلی، تحلیل اهداف تولیدکنندگان محتوا و ارزیابی اعتبار

منابع اطلاعاتی بسیار دشوار خواهد بود.

آموزش سواد رسانه‌ای موجب می‌شود کارکنان ارتش از حالت مصرف‌کنندگان منفعل اطلاعات خارج شده و به مخاطبانی آگاه، تحلیل‌گر و مسئول تبدیل شوند. این آموزش‌ها توانایی آنان را در شناسایی عملیات روانی، جنگ روایت‌ها، شایعه‌سازی، تحریف واقعیت، تبلیغات هدفمند و سایر ابزارهای جنگ شناختی افزایش می‌دهد و زمینه تصمیم‌گیری آگاهانه و مبتنی بر تحلیل را فراهم می‌کند.

از سوی دیگر، نظریه کاشت جورج گربر بیان می‌کند که رسانه‌ها با تکرار مستمر پیام‌ها، به تدریج نگرش، ادراک و جهان‌بینی مخاطبان را شکل می‌دهند. بنابراین، کارکنانی که فاقد سواد رسانه‌ای کافی باشند، ممکن است به‌صورت ناخودآگاه تحت تأثیر روایت‌های تحریف‌شده و جریان‌های رسانه‌ای هدایت‌شده قرار گیرند. آموزش سواد رسانه‌ای با تقویت تفکر انتقادی، قدرت تحلیل و ارزیابی پیام‌ها، احتمال چنین تأثیرپذیری‌هایی را کاهش می‌دهد.

در ارتش جمهوری اسلامی ایران، آموزش سواد رسانه‌ای باید به‌صورت مستمر و نظام‌مند در برنامه‌های آموزشی کارکنان گنجانده شود. برگزاری دوره‌های تخصصی، کارگاه‌های آموزشی، آموزش‌های الکترونیکی، تمرین‌های مبتنی بر سناریوهای جنگ شناختی، تولید محتوای آموزشی متناسب با مأموریت‌های نیروهای مسلح و به‌روزرسانی مستمر دانش رسانه‌ای کارکنان، از مهم‌ترین راهکارهای تحقق این هدف به شمار می‌رود.

در مجموع، آموزش سواد رسانه‌ای نه تنها موجب افزایش آگاهی و توان تحلیل کارکنان می‌شود، بلکه با تقویت امنیت شناختی، ارتقای قدرت تصمیم‌گیری، افزایش تاب‌آوری فرهنگی و کاهش آسیب‌پذیری در برابر تهدیدهای نوپدید فرهنگی، نقش مهمی در ارتقای آمادگی کارکنان ارتش جمهوری اسلامی ایران برای انجام مأموریت‌های سازمانی ایفا می‌کند. از این‌رو، توسعه آموزش سواد رسانه‌ای باید به‌عنوان یکی از راهبردهای اساسی ارتقای توان دفاع فرهنگی و شناختی نیروهای مسلح مورد توجه قرار گیرد.

سیاست‌گذاری برای آموزش سواد رسانه‌ای در ایران

سیاست‌گذاری در حوزه سواد رسانه‌ای یکی از الزامات اساسی برای ارتقای توانمندی شناختی و فرهنگی جامعه در عصر ارتباطات و فناوری‌های نوین است. با گسترش رسانه‌های دیجیتال، شبکه‌های اجتماعی و ابزارهای هوشمند، آموزش سواد رسانه‌ای دیگر یک انتخاب نیست، بلکه ضرورتی راهبردی برای حفظ امنیت فرهنگی، اجتماعی و حتی ملی محسوب می‌شود. از این‌رو، لازم است سیاست‌گذاران کشور با

تدوین برنامه‌های جامع آموزشی، زمینه توسعه سواد رسانه‌ای را در تمامی سطوح جامعه فراهم کنند. آموزش سواد رسانه‌ای باید از سنین پایین آغاز شود و به صورت مستمر در تمامی مراحل آموزشی ادامه یابد. خانواده به عنوان نخستین نهاد تربیتی، نقش مهمی در شکل‌دهی نگرش انتقادی کودکان نسبت به رسانه‌ها دارد و والدین باید متناسب با سن فرزندان، آنان را در تحلیل و ارزیابی پیام‌های رسانه‌ای یاری دهند. در کنار خانواده، نظام آموزش رسمی نیز باید با گنجاندن مفاهیم سواد رسانه‌ای در برنامه‌های درسی مدارس، دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی، مهارت‌های تحلیل، ارزیابی، نقد و تولید مسئولانه محتوا را در فراگیران تقویت کند.

رسانه‌های جمعی و سازمان‌های فرهنگی نیز از ارکان اصلی تحقق این سیاست به شمار می‌روند. این نهادها می‌توانند با تولید برنامه‌های آموزشی، ترویج فرهنگ استفاده صحیح از رسانه‌ها، آموزش شیوه‌های تشخیص اخبار جعلی، مقابله با عملیات روانی و ارتقای تفکر انتقادی، نقش مؤثری در افزایش سطح سواد رسانه‌ای جامعه ایفا کنند. همچنین طراحی برنامه‌های تعاملی و طرح پرسش‌های تحلیلی پس از انتشار محتوا، مخاطبان را از حالت مصرف‌کننده منفعل به کاربران فعال و تحلیل‌گر تبدیل می‌کند.

در شرایط کنونی، بومی‌سازی آموزش سواد رسانه‌ای اهمیت ویژه‌ای دارد. بهره‌گیری از تجربیات موفق کشورهای مختلف زمانی اثربخش خواهد بود که با فرهنگ، ارزش‌ها، هویت ملی و نیازهای جامعه ایرانی انطباق داشته باشد. از این رو، سیاست‌های آموزشی باید ضمن استفاده از استانداردهای جهانی، متناسب با ویژگی‌های فرهنگی و اجتماعی کشور طراحی شوند تا بتوانند در برابر تهدیدهای نوپدید فرهنگی، جنگ شناختی و عملیات رسانه‌ای دشمنان، اثربخشی لازم را داشته باشند.

با توجه به موضوع این پژوهش، ضرورت سیاست‌گذاری در حوزه سواد رسانه‌ای برای کارکنان ارتش جمهوری اسلامی ایران دوچندان است. کارکنان نیروهای مسلح به دلیل نقش راهبردی خود در حفظ امنیت ملی، بیش از سایر اقشار در معرض جنگ شناختی، عملیات روانی، شایعات، اخبار جعلی و تهدیدهای نوپدید فرهنگی قرار دارند. بنابراین، تدوین سیاست‌های آموزشی تخصصی، برگزاری دوره‌های مستمر توانمندسازی، آموزش شیوه‌های راستی‌آزمایی اطلاعات، تقویت تفکر انتقادی و ارتقای مهارت تحلیل پیام‌های رسانه‌ای می‌تواند ضمن افزایش آمادگی شناختی کارکنان، از آسیب‌پذیری آنان در برابر تهدیدهای رسانه‌ای جلوگیری کرده و امنیت فرهنگی و سازمانی ارتش جمهوری اسلامی ایران را تقویت کند.

در مجموع، سیاست‌گذاری اثربخش در حوزه سواد رسانه‌ای مستلزم همکاری هماهنگ خانواده، نظام آموزشی، رسانه‌ها، نهادهای فرهنگی و سازمان‌های امنیتی و دفاعی است. تحقق این امر، زمینه ارتقای فرهنگ رسانه‌ای جامعه، افزایش تاب‌آوری شناختی و مقابله مؤثر با تهدیدهای نوپدید فرهنگی را فراهم ساخته و در نیروهای مسلح به ارتقای آمادگی، هوشیاری و امنیت پایدار منجر خواهد شد.

مزیت‌های آموزش سواد رسانه‌ای برای مخاطبان

آموزش سواد رسانه‌ای یکی از مهم‌ترین ابزارهای توانمندسازی افراد در مواجهه با حجم گسترده اطلاعات و پیام‌های رسانه‌ای است. در عصر رسانه‌های دیجیتال، مخاطبان روزانه با انبوهی از اخبار، تبلیغات، تحلیل‌ها و محتوای گوناگون روبه‌رو هستند که بخشی از آن‌ها ممکن است نادرست، جهت‌دار یا با اهداف اقماعی و عملیات روانی تولید شده باشند. از این‌رو، برخورداری از سواد رسانه‌ای به افراد کمک می‌کند تا با نگرشی آگاهانه، نقادانه و مسئولانه به تحلیل و ارزیابی پیام‌های رسانه‌ای بپردازند و از تأثیرات منفی آن‌ها مصون بمانند.

مهم‌ترین مزیت‌های آموزش سواد رسانه‌ای برای مخاطبان عبارت‌اند از:

۱. **شناخت انواع رسانه‌ها و کارکردهای آن‌ها:** آموزش سواد رسانه‌ای موجب می‌شود افراد تفاوت میان رسانه‌های سنتی، دیجیتال، شبکه‌های اقماعی و رسانه‌های نوین را درک کرده و متناسب با نیازهای خود از هر یک به‌درستی استفاده کنند.
۲. **تقویت تفکر انتقادی:** مخاطبان می‌آموزند پیام‌های رسانه‌ای را بدون پذیرش منفعلانه تحلیل کنند، اهداف تولیدکنندگان محتوا را تشخیص دهند و اعتبار منابع اطلاعاتی را ارزیابی نمایند.
۳. **مدیریت و گزینش اطلاعات:** افراد قادر خواهند بود اطلاعات مورد نیاز خود را از میان حجم گسترده داده‌ها انتخاب کرده، از انتشار اخبار جعلی و شایعات جلوگیری کنند و بر اساس نیازهای واقعی خود به منابع معتبر مراجعه نمایند.
۴. **افزایش قدرت تحلیل و تصمیم‌گیری:** سواد رسانه‌ای توانایی تحلیل محتوای رسانه‌ای، مقایسه دیدگاه‌های مختلف و تصمیم‌گیری منطقی را افزایش داده و از تأثیرپذیری هیجانی و احساسی در مواجهه با پیام‌های رسانه‌ای می‌کاهد.
۵. **مقابله با جنگ شناختی و عملیات روانی:** یکی از مهم‌ترین مزایای سواد رسانه‌ای، افزایش توان مخاطبان در تشخیص تکنیک‌های اقناع، تبلیغات هدفمند، تحریف واقعیت، عملیات روانی

و جنگ شناختی است که امروزه به عنوان بخشی از تهدیدهای نوپدید فرهنگی شناخته می‌شوند.

۶. ارتقای مسئولیت‌پذیری در تولید و انتشار محتوا: افراد علاوه بر مصرف آگاهانه رسانه، در تولید، بازنشر و اشتراک‌گذاری اطلاعات نیز مسئولانه رفتار کرده و از انتشار مطالب غیرمستند، شایعات و محتوای آسیب‌زا خودداری می‌کنند.

۷. تقویت هویت فرهنگی و اجتماعی: آموزش سواد رسانه‌ای موجب افزایش آگاهی نسبت به ارزش‌های فرهنگی، هویت ملی و دینی شده و زمینه مقاومت بیشتر در برابر تهدیدهای فرهنگی و تلاش‌های رسانه‌ای برای تغییر باورها و سبک زندگی را فراهم می‌آورد.

سواد رسانه‌ای در جامعه

سواد رسانه‌ای در جامعه به مجموعه‌ای از دانش، مهارت‌ها و نگرش‌هایی اطلاق می‌شود که افراد را قادر می‌سازد پیام‌های رسانه‌ای را به صورت آگاهانه دریافت، تحلیل، ارزیابی و تولید کنند. در عصر فناوری اطلاعات و ارتباطات، رسانه‌ها به یکی از مهم‌ترین عوامل شکل‌دهنده افکار عمومی، ارزش‌ها، باورها و رفتارهای اجتماعی تبدیل شده‌اند. از این رو، برخورداری از سواد رسانه‌ای نه تنها یک مهارت فردی، بلکه ضرورتی اجتماعی برای حفظ هویت فرهنگی، افزایش مشارکت آگاهانه و ارتقای امنیت اجتماعی محسوب می‌شود.

در جامعه امروز، شهروندان روزانه با حجم گسترده‌ای از اطلاعات، اخبار، تبلیغات، پیام‌های سیاسی، فرهنگی و اجتماعی در رسانه‌های سنتی و نوین مواجه هستند. نبود توانایی تحلیل و ارزیابی این پیام‌ها می‌تواند زمینه گسترش شایعات، اخبار جعلی، جنگ شناختی، عملیات روانی و نفوذ فرهنگی را فراهم کند. در مقابل، افراد دارای سواد رسانه‌ای قادرند منابع اطلاعاتی معتبر را از منابع غیرمعتبر تشخیص دهند، اهداف تولیدکنندگان محتوا را شناسایی کنند و در برابر تلاش‌های رسانه‌ای برای جهت‌دهی افکار عمومی، تصمیم‌گیری آگاهانه‌تری داشته باشند.

گسترش سواد رسانه‌ای در جامعه موجب تقویت تفکر انتقادی، افزایش مسئولیت‌پذیری اجتماعی، ارتقای فرهنگ گفت‌وگو، کاهش آسیب‌های ناشی از فضای مجازی و افزایش اعتماد عمومی به اطلاعات معتبر می‌شود. همچنین، شهروندان با برخورداری از این مهارت می‌توانند علاوه بر مصرف آگاهانه رسانه، در تولید و بازنشر مسئولانه محتوا نیز نقش مؤثری ایفا کنند و از انتشار اطلاعات نادرست، شایعات و محتوای

مخرب جلوگیری نمایند.

تحقق سواد رسانه‌ای در سطح جامعه نیازمند همکاری خانواده، نظام آموزشی، رسانه‌های جمعی، دانشگاه‌ها، نهادهای فرهنگی و دستگاه‌های اجرایی است. خانواده به‌عنوان نخستین محیط تربیتی، نقش مهمی در شکل‌دهی نگرش انتقادی فرزندان نسبت به رسانه‌ها دارد. همچنین، مدارس و دانشگاه‌ها با آموزش مهارت‌های تحلیل، نقد و ارزیابی پیام‌های رسانه‌ای می‌توانند زمینه ارتقای سواد رسانه‌ای نسل‌های آینده را فراهم سازند. رسانه‌های رسمی نیز با تولید محتوای آموزشی و اطلاع‌رسانی صحیح، نقش مهمی در توسعه فرهنگ رسانه‌ای جامعه بر عهده دارند.

در چارچوب موضوع این پژوهش، ارتقای سواد رسانه‌ای در جامعه، به‌ویژه در میان کارکنان ارتش جمهوری اسلامی ایران، از اهمیت راهبردی برخوردار است. کارکنان نیروهای مسلح به دلیل نقش حساس خود در حفظ امنیت ملی، بیش از سایر اقشار در معرض جنگ شناختی، عملیات روانی، تبلیغات هدفمند و تهدیدهای نوپدید فرهنگی قرار دارند. از این‌رو، افزایش سطح سواد رسانه‌ای آنان می‌تواند قدرت تحلیل، هوشیاری، تصمیم‌گیری آگاهانه و توان مقابله با تهدیدهای رسانه‌ای را ارتقا داده و ضمن افزایش تاب‌آوری شناختی، به تقویت امنیت فرهنگی و سازمانی ارتش جمهوری اسلامی ایران کمک کند.

در مجموع، توسعه سواد رسانه‌ای در جامعه یکی از مهم‌ترین راهبردهای ارتقای سرمایه اجتماعی، افزایش امنیت فرهنگی و تقویت قدرت نرم کشور است. هرچه سطح سواد رسانه‌ای افراد جامعه بالاتر باشد، توان آنان در تشخیص واقعیت از تحریف، مقابله با تهدیدهای نوپدید فرهنگی و مشارکت آگاهانه در عرصه‌های اجتماعی، فرهنگی و ملی افزایش خواهد یافت. این موضوع برای کارکنان ارتش جمهوری اسلامی ایران، به‌عنوان حافظان امنیت و استقلال کشور، اهمیتی دوچندان دارد و زمینه‌ساز ارتقای آمادگی شناختی و مصونیت آنان در برابر تهدیدهای نوین خواهد بود.

تحلیل زمینه‌های فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی محیط رسانه

محیط رسانه‌ای در عصر ارتباطات، صرفاً بستری برای انتقال اطلاعات نیست، بلکه فضایی است که به‌طور هم‌زمان بر فرهنگ، روابط اجتماعی، اقتصاد و سیاست جوامع تأثیر می‌گذارد. رسانه‌های سنتی و به‌ویژه رسانه‌های نوین و شبکه‌های اجتماعی، با سرعت و گستره نفوذ بالای خود، نقش مهمی در شکل‌دهی به نگرش‌ها، ارزش‌ها، هنجارها و رفتارهای فردی و جمعی ایفا می‌کنند. از این‌رو، تحلیل محیط رسانه‌ای مستلزم بررسی همه‌جانبه زمینه‌های فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی است تا بتوان آثار و پیامدهای

آن را به درستی شناخت و مدیریت کرد. در پژوهش حاضر نیز این تحلیل با هدف تبیین نقش سواد رسانه‌ای در افزایش آمادگی کارکنان برای مقابله با تهدیدهای نوپدید فرهنگی ارائه می‌شود.

از **بعد فرهنگی**، رسانه‌ها مهم‌ترین ابزار انتقال و بازتولید فرهنگ محسوب می‌شوند. آن‌ها با تولید و انتشار گسترده پیام‌ها، می‌توانند موجب تقویت هویت فرهنگی، انتقال ارزش‌های بومی و دینی و گسترش فرهنگ ملی شوند؛ اما در مقابل، در صورت فقدان سواد رسانه‌ای، زمینه نفوذ فرهنگ‌های بیگانه، تغییر سبک زندگی، تضعیف هویت ملی، تغییر الگوهای مصرف، عادی‌سازی ناهنجاری‌های فرهنگی و کاهش پایبندی به ارزش‌های اجتماعی را نیز فراهم می‌کنند. از این‌رو، سواد رسانه‌ای به افراد کمک می‌کند تا پیام‌های رسانه‌ای را به صورت نقادانه تحلیل کرده و میان ارزش‌های اصیل فرهنگی و محتوای القایی رسانه‌ها تمایز قائل شوند.

از **بعد اجتماعی**، رسانه‌ها نقش مؤثری در شکل‌دهی افکار عمومی، تعاملات اجتماعی، سرمایه اجتماعی و اعتماد عمومی دارند. شبکه‌های اجتماعی امکان ارتباط سریع، تبادل اطلاعات و مشارکت اجتماعی را افزایش داده‌اند؛ اما هم‌زمان انتشار شایعات، اخبار جعلی، جنگ روانی، قطبی‌سازی جامعه و کاهش اعتماد عمومی نیز از پیامدهای منفی استفاده ناآگاهانه از این رسانه‌هاست. ارتقای سواد رسانه‌ای موجب افزایش قدرت تشخیص اخبار معتبر، تقویت تفکر انتقادی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی و کاهش آسیب‌های ناشی از اطلاعات نادرست می‌شود.

از **بعد اقتصادی**، رسانه‌ها به یکی از ارکان اصلی اقتصاد دیجیتال تبدیل شده‌اند. تبلیغات هدفمند، تجارت الکترونیک، بازاریابی دیجیتال و اقتصاد مبتنی بر داده از مهم‌ترین کارکردهای اقتصادی رسانه‌ها هستند. در عین حال، گسترش کلاهبرداری‌های اینترنتی، سوءاستفاده از اطلاعات شخصی، تبلیغات فریبنده و مصرف‌گرایی افراطی از جمله تهدیدهای اقتصادی فضای رسانه‌ای محسوب می‌شود. برخورداری از سواد رسانه‌ای سبب می‌شود کاربران با شناخت شیوه‌های اقناع، تبلیغات و عملیات روانی اقتصادی، تصمیم‌های آگاهانه‌تری اتخاذ کرده و از آسیب‌های مالی و اقتصادی جلوگیری کنند.

از **بعد سیاسی**، رسانه‌ها یکی از مهم‌ترین ابزارهای شکل‌دهی به افکار عمومی، مشارکت سیاسی و مشروعیت نظام‌های سیاسی به شمار می‌روند. رسانه‌های نوین امکان اطلاع‌رسانی سریع، افزایش مشارکت شهروندان و ارتقای شفافیت را فراهم کرده‌اند؛ اما در کنار این مزایا، زمینه انتشار اطلاعات نادرست، عملیات شناختی، جنگ شناختی، مداخله رسانه‌ای، تأثیرگذاری بر افکار عمومی و ایجاد بی‌ثباتی سیاسی

نیز افزایش یافته است. در چنین شرایطی، سواد رسانه‌ای با تقویت قدرت تحلیل و ارزیابی منابع خبری، توانایی تشخیص تبلیغات سیاسی و مقابله با عملیات رسانه‌ای را در افراد افزایش می‌دهد. در مجموع، محیط رسانه‌ای امروزی مجموعه‌ای از فرصت‌ها و تهدیدها را در ابعاد فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی ایجاد کرده است. بهره‌گیری صحیح از این فرصت‌ها و کاهش آسیب‌های ناشی از آن، مستلزم ارتقای سطح سواد رسانه‌ای در جامعه و به‌ویژه در میان کارکنان سازمان‌هاست. کارکنانی که از سواد رسانه‌ای بالاتری برخوردار باشند، توانایی بیشتری در تحلیل پیام‌های رسانه‌ای، تشخیص تهدیدهای نوپدید فرهنگی، مقابله با عملیات شناختی و حفظ امنیت فرهنگی و سازمانی خواهند داشت. از این رو، تقویت سواد رسانه‌ای می‌تواند به‌عنوان یکی از مهم‌ترین راهبردهای افزایش آمادگی کارکنان در برابر تهدیدهای نوپدید فرهنگی مورد توجه قرار گیرد.

نوع و روش پژوهش

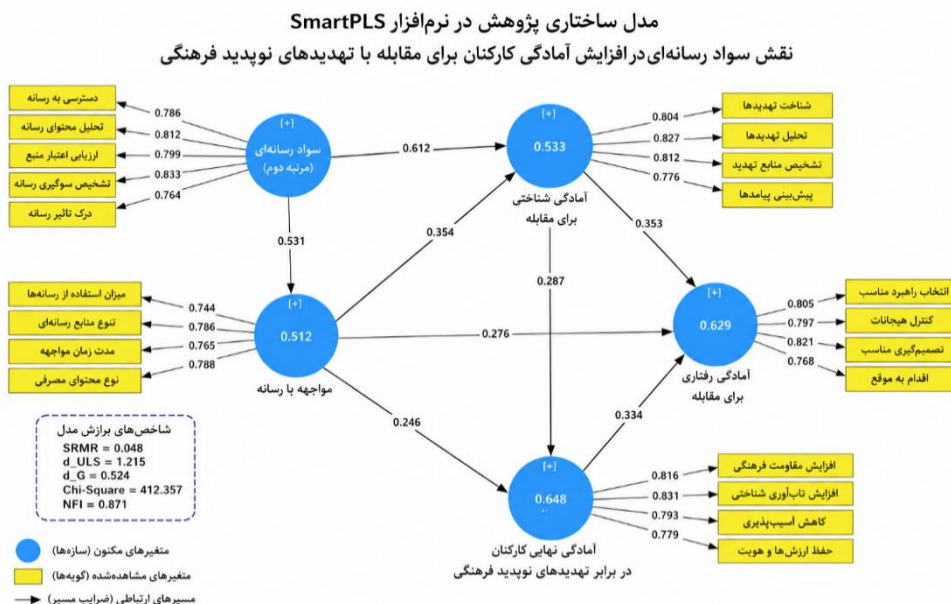
پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی است؛ زیرا نتایج آن می‌تواند در تدوین سیاست‌ها، برنامه‌های آموزشی و راهبردهای ارتقای سواد رسانه‌ای کارکنان و افزایش آمادگی آنان برای مقابله با تهدیدهای نوپدید فرهنگی مورد استفاده مدیران و تصمیم‌گیران قرار گیرد.

از نظر روش اجرا، این پژوهش از نوع آمیخته (کیفی-کمی) است. در مرحله نخست، با استفاده از روش کیفی، مفاهیم، ابعاد و مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای، تهدیدهای نوپدید فرهنگی و آمادگی کارکنان از طریق مطالعه اسناد، منابع علمی، پیشینه پژوهش و در صورت نیاز، مصاحبه با خبرگان استخراج و تبیین می‌شود. هدف این مرحله، شناسایی شاخص‌ها و تدوین چارچوب مفهومی پژوهش است.

در مرحله دوم، با بهره‌گیری از روش کمی، مدل مفهومی پژوهش در جامعه آماری مورد آزمون قرار می‌گیرد. در این مرحله، داده‌ها از طریق پرسشنامه گردآوری شده و با استفاده از روش‌های آماری مناسب، روابط میان متغیرهای پژوهش تحلیل می‌شود. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز از نرم‌افزارهای SPSS و SmartPLS یا AMOS در صورت استفاده از مدل‌یابی معادلات ساختاری مبتنی بر کوواریانس استفاده خواهد شد.

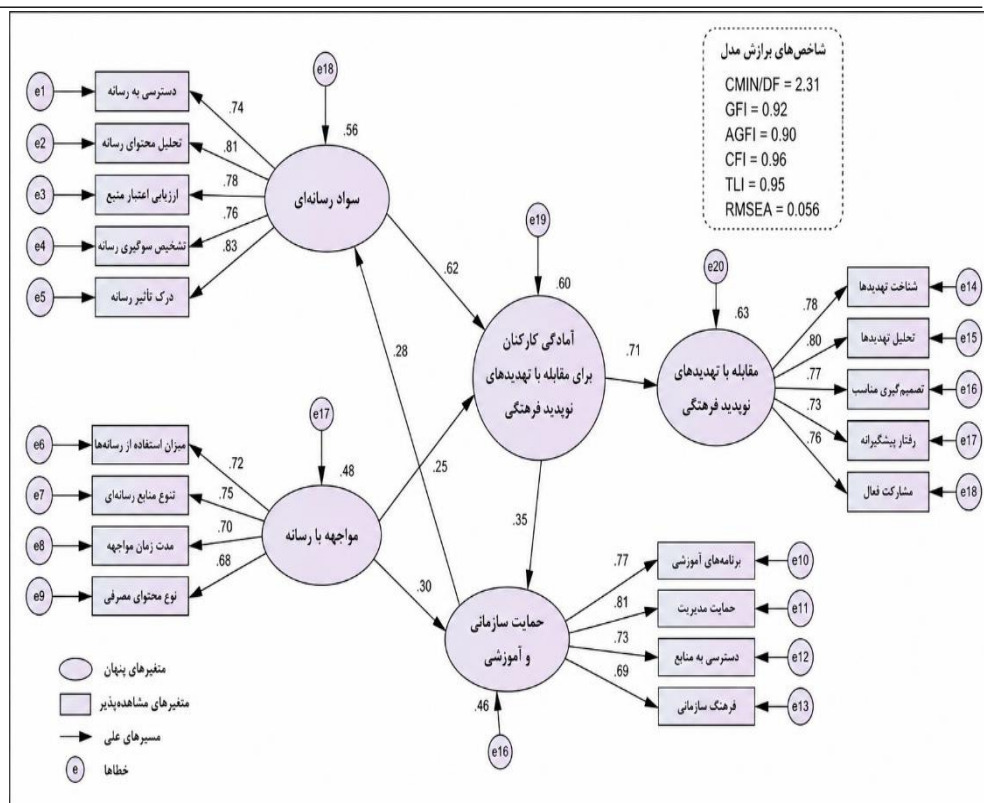
از نظر راهبرد پژوهش، این تحقیق از طرح آمیخته اکتشافی متوالی (Exploratory Sequential Design) بهره می‌گیرد؛ به این صورت که ابتدا داده‌های کیفی گردآوری و تحلیل می‌شوند و سپس بر اساس یافته‌های مرحله کیفی، ابزار پژوهش تدوین یا تکمیل شده و در مرحله کمی، مدل پژوهش و

فرضیه‌ها مورد آزمون قرار می‌گیرند. این رویکرد امکان ارائه درک عمیق‌تری از ابعاد سواد رسانه‌ای و نقش آن در افزایش آمادگی کارکنان برای مقابله با تهدیدهای نوپدید فرهنگی را فراهم می‌سازد.

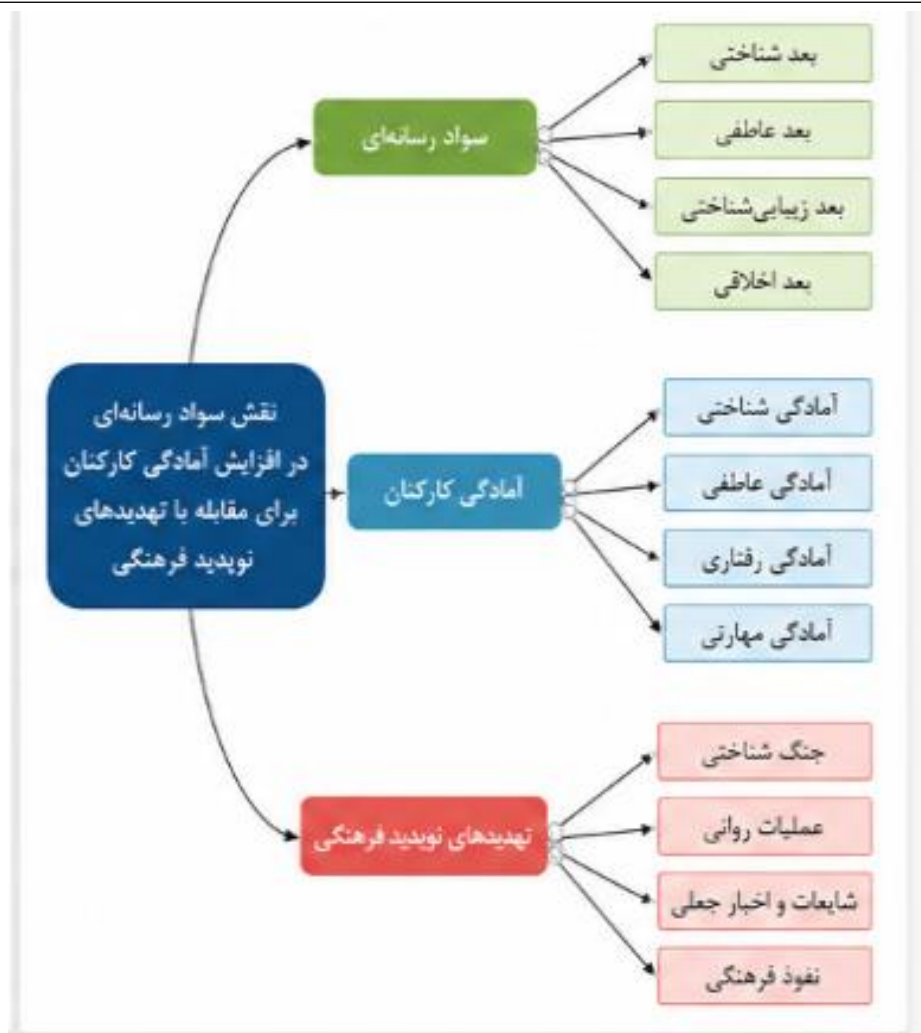


تحلیل Smart Pls

تحلیل وضعیت سواد مالی کارکنان یک دانشگاه نظامی ... / ۷۲



تحلیل ایموس



تحلیل مکس کیودا

با توجه به ماهیت مسئله پژوهش و ضرورت شناسایی ابعاد سواد رسانه‌ای، تهدیدهای نوپدید فرهنگی و میزان آمادگی کارکنان برای مواجهه با این تهدیدها، در این تحقیق از روش پژوهش آمیخته (کیفی- کمی) استفاده شده است. در بخش کیفی، از طریق مطالعه اسناد، بررسی ادبیات موضوع و مصاحبه با خبرگان، مؤلفه‌ها، شاخص‌ها و ابعاد اصلی پژوهش شناسایی و با استفاده از نرم‌افزار MAXQDA کدگذاری، طبقه‌بندی و تحلیل شدند. نتایج این مرحله مبنای تدوین مدل مفهومی و طراحی ابزار گردآوری داده‌ها قرار گرفت.

در بخش کمی، داده‌های حاصل از پرسشنامه در جامعه آماری پژوهش گردآوری و با بهره‌گیری از روش‌های آماری مناسب مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت تا روابط بین متغیرهای پژوهش، شامل سواد رسانه‌ای، تهدیدهای نوپدید فرهنگی و آمادگی کارکنان بررسی و فرضیه‌های تحقیق آزمون شوند. استفاده از روش آمیخته، ضمن افزایش اعتبار و جامعیت یافته‌ها، امکان تلفیق شواهد کیفی و کمی را فراهم ساخته و موجب ارائه تصویری دقیق‌تر از نقش سواد رسانه‌ای در ارتقای آمادگی کارکنان برای مقابله با تهدیدهای نوپدید فرهنگی شده است.

یافته‌های پژوهش

یافته‌های این پژوهش بر اساس دو مرحله کیفی و کمی استخراج و تحلیل شده است. در مرحله کیفی، از طریق مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با خبرگان حوزه سواد رسانه‌ای، فرهنگ و امنیت و تحلیل داده‌ها با نرم‌افزار MAXQDA، مفاهیم، مقوله‌ها و مضامین اصلی شناسایی شدند. نتایج این مرحله نشان داد که سواد رسانه‌ای از چهار بعد اصلی شامل دسترسی آگاهانه به رسانه، تحلیل و ارزیابی انتقادی پیام‌های رسانه‌ای، تولید و بازنشر مسئولانه محتوا و مدیریت مصرف رسانه تشکیل شده است. همچنین تهدیدهای نوپدید فرهنگی در قالب مضامینی مانند جنگ شناختی، عملیات روانی، شایعه‌پراکنی، تحریف واقعیت، تضعیف هویت ملی و دینی، نفوذ فرهنگی و وابستگی رسانه‌ای طبقه‌بندی شدند.

در مرحله کمی، داده‌های حاصل از پرسشنامه بین کارکنان دانشگاه افسری امام علی (ع) توزیع و با استفاده از نرم‌افزار SmartPLS مورد تحلیل قرار گرفت. نتایج آزمون مدل اندازه‌گیری نشان داد که تمامی سازه‌های پژوهش از روایی همگرا، روایی واگرا و پایایی مطلوب برخوردار هستند و شاخص‌های بار عاملی، پایایی ترکیبی و میانگین واریانس استخراج‌شده (AVE) در سطح قابل قبول قرار دارند.

نتایج مدل ساختاری نیز نشان داد که سواد رسانه‌ای تأثیر مثبت و معناداری بر آمادگی کارکنان در مقابله با تهدیدهای نوپدید فرهنگی دارد. همچنین ابعاد مختلف سواد رسانه‌ای توانسته‌اند بخش قابل توجهی از تغییرات متغیر آمادگی کارکنان را تبیین کنند. از میان ابعاد سواد رسانه‌ای، توانایی تحلیل انتقادی

پیام‌های رسانه‌ای و ارزیابی صحت اطلاعات بیشترین نقش را در افزایش آمادگی کارکنان ایفا کرده‌اند

نتیجه گیری و پیشنهادات

نتایج به‌دست‌آمده از تحلیل داده‌های مرتبط با هدف اول

هدف اول پژوهش، شناسایی مؤلفه‌های ارتقای سواد رسانه‌ای کارکنان ارتش جمهوری اسلامی ایران در مواجهه با تهدیدهای نوپدید فرهنگی بود. با توجه به ماهیت آمیخته پژوهش، این هدف در دو مرحله کیفی و کمی مورد بررسی قرار گرفت.

در مرحله کیفی، داده‌های حاصل از مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با خبرگان، همراه با بررسی اسناد، منابع علمی و مبنای نظری پژوهش، با استفاده از نرم‌افزار MAXQDA و روش تحلیل مضمون تجزیه و تحلیل شد. در این مرحله، پس از کدگذاری باز، محوری و انتخابی، تعداد ۱۵ مضمون پایه استخراج گردید که مهم‌ترین آن‌ها عبارت‌اند از: شناخت تکنیک‌های اقناع و رمزگذاری پیام، تشخیص پیام‌های اخلاقی و غیراخلاقی، شناسایی محتوای مخرب، آشنایی با واژگان و نمادهای رسانه‌ای، تحلیل سبک‌های تولید محتوا، شناخت شیوه‌های تولید و انتشار اخبار، آموزش تاکتیک‌های رسانه‌ای، طبقه‌بندی پیام‌ها، ارزیابی اعتبار منابع خبری، تشخیص رسانه‌های معتبر، مدیریت و محدودسازی استفاده از رسانه‌های نامناسب، تقویت آثار مثبت اخلاقی رسانه، شناخت تأثیر رسانه بر باورها و ارزش‌ها، گزینش آگاهانه پیام‌ها و انتخاب رسانه متناسب با نیازها و ارزش‌های فردی. در مرحله کمی، بر اساس مضامین استخراج‌شده، پرسشنامه پژوهش تدوین و در اختیار نمونه آماری قرار گرفت. نتایج تحلیل داده‌ها نشان داد که به طور میانگین ۶۳/۹۳ درصد از

پاسخ‌دهندگان با مؤلفه‌های شناسایی‌شده موافق یا کاملاً موافق بوده‌اند. این یافته بیانگر آن است که ارتقای سواد رسانه‌ای کارکنان نقش مؤثری در افزایش توانایی آنان برای شناسایی، تحلیل و مقابله با تهدیدهای نوپدید فرهنگی دارد.

همچنین نتایج نشان داد کارکنانی که از سطح بالاتری از سواد رسانه‌ای برخوردارند، توانایی بیشتری در دسترسی آگاهانه به اطلاعات، تحلیل و ارزیابی انتقادی پیام‌های رسانه‌ای، تشخیص اخبار نادرست، انتخاب منابع معتبر و تفسیر صحیح محتوای رسانه‌ای دارند. این افراد در برابر عملیات روانی، تبلیغات هدفمند، جنگ شناختی و جریان‌های رسانه‌ای مخرب نیز از مقاومت بیشتری برخوردار هستند.

بررسی شاخص‌های اولویت‌بندی نیز نشان داد که توانایی درک معانی پنهان پیام‌ها، شناخت تکنیک‌های اقناع و تحلیل واژگان، نمادها و سبک‌های رسانه‌ای بالاترین اولویت را در ارتقای سواد رسانه‌ای

کارکنان به خود اختصاص داده است. این یافته نشان می‌دهد که افزایش قدرت تحلیل انتقادی پیام‌های رسانه‌ای، مهم‌ترین عامل در ارتقای سواد رسانه‌ای و کاهش آسیب‌پذیری کارکنان در برابر تهدیدهای نوپدید فرهنگی محسوب می‌شود.

نتایج حاصل از تحلیل داده‌های مرتبط با هدف دوم پژوهش

در بخش کیفی پژوهش، داده‌های حاصل از مصاحبه با خبرگان، دیدگاه‌های صاحب‌نظران و بررسی اسناد، منابع و مبانی نظری مرتبط با ارتقای توان تجزیه و تحلیل سواد رسانه‌ای کارکنان ارتش جمهوری اسلامی ایران در مواجهه با تهدیدهای نوپدید فرهنگی، با بهره‌گیری از روش تحلیل مضمون و بر اساس معیارهای تباین، همگرایی و تقاطع مورد تحلیل قرار گرفت. نتایج این مرحله به استخراج ۲۴ مضمون پایه منجر شد که مهم‌ترین آن‌ها عبارت بودند از: بهره‌گیری از تکنیک‌های نوین تولید محتوا، استفاده هدفمند از ظرفیت رسانه‌های موجود، برگزاری دوره‌های تخصصی و آموزشی، گنجاندن مباحث سواد رسانه‌ای در دوره‌های آموزشی طولی و عرضی، برگزاری دوره‌های آموزشی ویژه کارکنان و خانواده‌های آنان، فراهم‌سازی زیرساخت‌های لازم، به‌کارگیری نیروهای آموزش‌دیده و متخصص، شناسایی نیازهای مخاطبان، ایجاد تغییرات بنیادین در نظام آموزشی، نوآوری در فضای مجازی، مدیریت هزینه‌ها، توجه به تهدیدهای فرهنگی، ارتقای اعتبار رسانه‌های رسمی، افزایش اعتماد مخاطبان، تقویت ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگی، شناخت آثار بلندمدت و غیرمستقیم رسانه‌ها، تحلیل تأثیرات فضای مجازی بر سبک زندگی، پیشگیری از وابستگی به شبکه‌های اجتماعی و شناسایی پیامدهای فرهنگی، اجتماعی و سیاسی فضای مجازی.

در مرحله کمی، بر اساس مضامین استخراج‌شده، ۲۴ گویه طراحی و در قالب پرسشنامه در اختیار جامعه آماری قرار گرفت. یافته‌های حاصل از تحلیل داده‌ها نشان داد که به طور متوسط ۳۹/۶۶ درصد از پاسخ‌دهندگان گزینه‌های «موافق» و «کاملاً موافق» را انتخاب کرده‌اند که بیانگر اثربخشی مؤلفه‌های شناسایی‌شده در ارتقای توان تجزیه و تحلیل سواد رسانه‌ای کارکنان ارتش جمهوری اسلامی ایران در برابر تهدیدهای نوپدید فرهنگی است.

نتایج پژوهش نشان می‌دهد که رسانه‌ها و به‌ویژه فضای مجازی، امروزه یکی از مهم‌ترین عوامل اثرگذار بر شکل‌گیری فرهنگ، نگرش‌ها، ارزش‌ها و الگوهای رفتاری افراد جامعه محسوب می‌شوند. حجم گسترده اطلاعات، تنوع محتوای رسانه‌ای و گسترش فناوری‌های ارتباطی، ضرورت برخورداری از سواد رسانه‌ای را بیش از گذشته آشکار ساخته است. هر اندازه سطح سواد رسانه‌ای افراد افزایش یابد، توانایی آنان در تحلیل، ارزیابی و بهره‌برداری آگاهانه از پیام‌های رسانه‌ای نیز ارتقا یافته و زمینه مشارکت مؤثرتر آنان در

عرصه‌های اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و حتی سیاسی فراهم خواهد شد.

در مقابل، ضعف در سواد رسانه‌ای و ناتوانی در تحلیل انتقادی پیام‌های رسانه‌ای، افراد را در معرض آسیب‌هایی نظیر تأثیرپذیری از تبلیغات هدفمند، گسترش شکاف‌های فکری و عاطفی، کلاهبرداری‌های اینترنتی، اعتیاد به فضای مجازی، تضعیف حریم خصوصی، کاهش مهارت‌های ارتباطی و شکل‌گیری ارزش‌های ناسازگار با فرهنگ بومی قرار می‌دهد. از این‌رو، ارتقای توان تحلیل رسانه‌ای کارکنان نیروهای مسلح، علاوه بر افزایش آگاهی فردی، نقش مهمی در تقویت امنیت فرهنگی و ارتقای تاب‌آوری شناختی سازمان ایفا می‌کند.

بررسی شاخص‌های اولویت‌بندی نیز نشان داد که گویه «برگزاری دوره‌های تخصصی سواد رسانه‌ای برای کارکنان و خانواده‌های آنان با هدف آشنایی با فنون تولید و تحلیل پیام‌های رسانه‌ای» کمترین ضریب پراکندگی را به خود اختصاص داده و از دیدگاه جامعه آماری، مهم‌ترین عامل در ارتقای توان تجزیه و تحلیل سواد رسانه‌ای کارکنان ارتش جمهوری اسلامی ایران در مواجهه با تهدیدهای نوپدید فرهنگی محسوب می‌شود. این یافته بیانگر آن است که توسعه آموزش‌های تخصصی، مستمر و خانواده‌محور می‌تواند نقش تعیین‌کننده‌ای در افزایش قدرت تحلیل، تصمیم‌گیری آگاهانه و مصونیت شناختی کارکنان در برابر عملیات رسانه‌ای و جنگ شناختی ایفا کند.

۳-۱-۵. نتایج حاصل از تحلیل داده‌های مرتبط با هدف سوم پژوهش

در بخش کیفی پژوهش، داده‌های حاصل از مصاحبه با خبرگان، اسناد و منابع علمی مرتبط با ارتقای توان ارزیابی سواد رسانه‌ای کارکنان ارتش جمهوری اسلامی ایران، با استفاده از روش تحلیل مضمون مورد بررسی قرار گرفت. در این مرحله، بر اساس معیارهای تباین، همگرایی و تقاطع، ۱۱ مضمون پایه استخراج شد که مهم‌ترین آن‌ها شامل درک مفاهیم رسانه، شناخت عناصر رسانه‌ای، الگوهای مصرف رسانه، درک زیبایی‌شناسی رسانه‌ها، شناخت عوامل مؤثر بر زیبایی‌شناسی پیام، تقویت تفکر انتقادی، ارتقای سواد بصری و تصویری، توسعه دانش رسانه‌ای، افزایش مهارت‌های بصری و توانایی تحلیل و تفسیر پیام‌های رسانه‌ای بود.

در مرحله کمی نیز بر مبنای این مضامین، ۱۱ گویه طراحی و میان نمونه آماری توزیع شد. یافته‌های آماری نشان داد که به طور متوسط ۶/۵۶ درصد از پاسخ‌دهندگان با مؤثر بودن این مؤلفه‌ها در ارتقای توان ارزیابی سواد رسانه‌ای کارکنان موافق یا کاملاً موافق بوده‌اند. این نتیجه نشان‌دهنده نقش مؤثر شاخص‌های شناسایی‌شده در افزایش قدرت ارزیابی انتقادی پیام‌های رسانه‌ای و ارتقای توان شناختی کارکنان ارتش جمهوری اسلامی ایران است.

تحولات فناوری اطلاعات و ارتباطات، به‌ویژه گسترش اینترنت و رسانه‌های نوین، محیطی پیچیده و چندلایه برای تولید، انتشار و دریافت اطلاعات ایجاد کرده است. در چنین فضایی، مخاطبان با حجم گسترده‌ای از داده‌ها، تصاویر و پیام‌های چندرسانه‌ای مواجه هستند که بدون برخورداری از مهارت‌های ارزیابی و تحلیل، امکان تشخیص اعتبار، صحت و اهداف پنهان آن‌ها دشوار خواهد بود. از این‌رو، توسعه سواد رسانه‌ای و تقویت مهارت ارزیابی انتقادی پیام‌ها، یکی از الزامات اساسی ارتقای امنیت شناختی و فرهنگی در سازمان‌های نظامی محسوب می‌شود.

یافته‌های پژوهش همچنین نشان داد که شاخص «تقویت شناخت زیبایی‌شناسی رسانه‌ها و توانایی انتخاب آگاهانه عناصر و تکنیک‌های مؤثر در انتقال پیام» دارای کمترین ضریب پراکندگی و بالاترین اولویت از دیدگاه پاسخ‌دهندگان بوده است. این نتیجه بیانگر آن است که ارتقای دانش زیبایی‌شناختی رسانه، موجب افزایش قدرت تحلیل پیام‌ها، درک شیوه‌های اقناع و تشخیص تکنیک‌های اثرگذاری رسانه‌ای شده و نقش بسزایی در افزایش مصونیت کارکنان در برابر تهدیدهای نوپدید فرهنگی و جنگ شناختی ایفا می‌کند.

۴-۱-۵. نتایج به‌دست‌آمده از تحلیل داده‌های مرتبط با هدف چهارم پژوهش

در مرحله کیفی، داده‌های حاصل از مصاحبه با خبرگان، اسناد و منابع علمی مرتبط با ارتقای توان تولید و مشارکت مسئولانه در تولید محتوای رسانه‌ای کارکنان ارتش جمهوری اسلامی ایران مبتنی بر تهدیدهای نوپدید فرهنگی، با استفاده از روش تحلیل مضمون و بر اساس معیارهای تبیین، همگرایی و تقاطع مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج این مرحله به استخراج ۱۳ مضمون پایه منجر شد که مهم‌ترین آن‌ها شامل: تولید محتوای صحیح و مستند، رعایت اصول اخلاق حرفه‌ای در فضای مجازی، مسئولیت‌پذیری در انتشار اطلاعات، تقویت هویت ملی و دینی، آشنایی با قوانین و مقررات فضای سایبری، مقابله با شایعات و اخبار جعلی، بهره‌گیری از فناوری‌های نوین تولید محتوا، ارتقای مهارت‌های ارتباطی، حفظ امنیت اطلاعات، مدیریت هویت دیجیتال، استفاده از رسانه‌های رسمی و معتبر، توسعه فرهنگ تولید محتوای بومی و افزایش مشارکت آگاهانه در فضای مجازی بود.

در مرحله کمی، بر اساس مضامین استخراج‌شده، ۱۳ گویه طراحی و در اختیار نمونه آماری قرار گرفت. نتایج تحلیل داده‌ها نشان داد که به طور متوسط ۴/۷۲ درصد از پاسخ‌دهندگان گزینه‌های «موافق» و «کاملاً موافق» را انتخاب کرده‌اند که بیانگر اثربخشی مؤلفه‌های شناسایی‌شده در ارتقای توان تولید و مشارکت مسئولانه در فضای رسانه‌ای کارکنان ارتش جمهوری اسلامی ایران است.

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که در شرایط پیچیده جنگ شناختی و گسترش رسانه‌های نوین،

صرف برخورداری از مهارت تحلیل و ارزیابی پیام‌های رسانه‌ای کافی نیست؛ بلکه کارکنان باید توانایی تولید، باز نشر و مدیریت مسئولانه پیام‌های رسانه‌ای را نیز کسب کنند. تولید محتوای صحیح، مستند و مبتنی بر ارزش‌های ملی، ضمن افزایش قدرت اقناع و تأثیرگذاری، از انتشار اخبار نادرست، شایعات و عملیات روانی دشمن جلوگیری کرده و زمینه ارتقای امنیت فرهنگی و شناختی سازمان را فراهم می‌سازد.

همچنین نتایج اولویت‌بندی شاخص‌ها نشان داد که گویه «تولید و انتشار محتوای صحیح، مستند و مبتنی بر ارزش‌های ملی و سازمانی در فضای مجازی» کمترین ضریب پراکندگی را به خود اختصاص داده و از دیدگاه جامعه آماری، مهم‌ترین عامل در ارتقای توان تولید محتوای رسانه‌ای کارکنان ارتش جمهوری اسلامی ایران محسوب می‌شود. این یافته بیانگر آن است که تقویت مهارت‌های تولید محتوای حرفه‌ای، همراه با رعایت اصول اخلاق رسانه‌ای و الزامات امنیتی، می‌تواند نقش مؤثری در افزایش تاب‌آوری شناختی، ارتقای سرمایه اجتماعی و مقابله با تهدیدهای نوپدید فرهنگی ایفا کند.

نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که در عصر تحول دیجیتال، گسترش فناوری‌های ارتباطی و پیچیده‌تر شدن محیط اطلاعاتی، سواد رسانه‌ای دیگر یک مهارت اختیاری یا مکمل نیست، بلکه به عنوان یکی از مؤلفه‌های اساسی توانمندسازی شناختی و فرهنگی افراد و سازمان‌ها شناخته می‌شود. همان‌گونه که سواد خواندن و نوشتن پیش‌شرط مشارکت مؤثر در حیات اجتماعی به شمار می‌آید، سواد رسانه‌ای نیز لازمه حضور آگاهانه، مسئولانه و ایمن در فضای رسانه‌ای و سایبری است. افراد در زندگی روزمره به طور مستمر با حجم گسترده‌ای از پیام‌های رسانه‌ای در قالب‌های دیداری، شنیداری، نوشتاری و چندرسانه‌ای مواجه هستند و بدون برخورداری از سواد رسانه‌ای، توانایی تحلیل، ارزیابی و انتخاب آگاهانه این پیام‌ها را نخواهند داشت. از این‌رو، توسعه سواد رسانه‌ای نقش تعیین‌کننده‌ای در افزایش قدرت تشخیص، تصمیم‌گیری منطقی، مصونیت شناختی و کاهش آسیب‌پذیری در برابر عملیات روانی، جنگ شناختی و تهدیدهای نوپدید فرهنگی ایفا می‌کند.

یافته‌های پژوهش حاضر نشان داد که ارتقای سواد رسانه‌ای کارکنان ارتش جمهوری اسلامی ایران مستلزم توجه هم‌زمان به ابعاد شناختی، تحلیلی، ارزیابی و تولید محتوای رسانه‌ای است. نتایج بخش کیفی و کمی تحقیق بیانگر آن است که آموزش مستمر، طراحی دوره‌های تخصصی، تقویت تفکر انتقادی، ارتقای سواد بصری، توسعه مهارت‌های تحلیل و ارزیابی پیام‌های رسانه‌ای و آموزش شیوه‌های صحیح تولید و انتشار محتوا، از مهم‌ترین عوامل افزایش توانمندی کارکنان در مواجهه با تهدیدهای نوپدید فرهنگی محسوب می‌شوند. همچنین یافته‌ها نشان داد که بهره‌گیری از ظرفیت رسانه‌های رسمی، تقویت هویت ملی و دینی، آموزش خانواده کارکنان، توسعه زیرساخت‌های آموزشی و استفاده از نیروهای متخصص، نقش مؤثری در افزایش تاب‌آوری شناختی و فرهنگی سازمان ایفا می‌کند.

بررسی نتایج تحقیق همچنین نشان داد که ضعف در سواد رسانه‌ای می‌تواند زمینه‌ساز شکل‌گیری آسیب‌هایی نظیر گسترش شایعات، تأثیرپذیری از تبلیغات هدفمند، وابستگی به شبکه‌های اجتماعی، تضعیف هویت فرهنگی، نقض حریم خصوصی، کلاهبرداری‌های سایبری، تغییر نظام ارزشی و کاهش قدرت تحلیل انتقادی شود. در مقابل، ارتقای سواد رسانه‌ای موجب افزایش قدرت تشخیص اخبار صحیح از نادرست، تحلیل اهداف پنهان پیام‌های رسانه‌ای، انتخاب آگاهانه منابع اطلاعاتی، مدیریت مصرف رسانه و بهره‌گیری مسئولانه از فضای مجازی خواهد شد.

بر این اساس، تحقق اهداف پژوهش نشان می‌دهد که ارتقای سواد رسانه‌ای کارکنان ارتش جمهوری اسلامی ایران، نه تنها موجب افزایش آگاهی فردی و سازمانی می‌شود، بلکه یکی از الزامات اساسی حفظ امنیت فرهنگی، امنیت شناختی و تقویت قدرت نرم سازمان در برابر تهدیدهای نوپدید محسوب می‌شود. از این رو، لازم است سیاست‌گذاران و مدیران حوزه آموزش در نیروهای مسلح، سواد رسانه‌ای را به عنوان یکی از ارکان اصلی آموزش‌های تخصصی و عمومی مورد توجه قرار دهند و با طراحی برنامه‌های آموزشی مستمر، به روزرسانی محتوای آموزشی، بهره‌گیری از فناوری‌های نوین، توسعه آموزش خانواده‌ها و نهادینه‌سازی فرهنگ استفاده آگاهانه از رسانه‌ها، زمینه ارتقای سرمایه انسانی و افزایش آمادگی شناختی کارکنان را فراهم سازند.

در سطح کلان نیز ضروری است نظام آموزشی کشور، از آموزش و پرورش تا دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی، آموزش سواد رسانه‌ای را به عنوان بخشی جدایی‌ناپذیر از برنامه‌های درسی در نظر گیرد. گنجاندن مفاهیم سواد رسانه‌ای در کتاب‌های درسی، طراحی واحدهای آموزشی تخصصی، آموزش مهارت‌های تفکر انتقادی و تحلیل پیام‌های رسانه‌ای و تربیت نیروی انسانی متخصص در این حوزه، می‌تواند زمینه ارتقای فرهنگ رسانه‌ای جامعه و افزایش تاب‌آوری ملی در برابر تهدیدهای فرهنگی و شناختی را فراهم آورد.

در مجموع، نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که سرمایه‌گذاری در حوزه آموزش سواد رسانه‌ای، سرمایه‌گذاری بر امنیت فرهنگی، امنیت شناختی و اقتدار نرم جمهوری اسلامی ایران است. هرچه سطح سواد رسانه‌ای کارکنان و آحاد جامعه ارتقا یابد، توانایی آنان در مدیریت جریان اطلاعات، مقابله با عملیات شناختی دشمن، حفظ هویت فرهنگی و مشارکت مسئولانه در فضای رسانه‌ای نیز افزایش خواهد یافت و این امر، بستر مناسبی برای تحقق اهداف کلان فرهنگی، اجتماعی و امنیتی کشور فراهم خواهد ساخت.

۵-۲. پیشنهادهای پژوهش

۵-۲-۱. پیشنهادهای اجرایی

با توجه به یافته‌های پژوهش و نقش تعیین‌کننده سواد رسانه‌ای در ارتقای امنیت شناختی کارکنان

ارتش جمهوری اسلامی ایران در برابر تهدیدهای نوپدید فرهنگی، پیشنهادهای اجرایی زیر ارائه می‌شود:

۱. برنامه‌های آموزش سواد رسانه‌ای با بهره‌گیری از الگوهای موفق داخلی و بین‌المللی طراحی و اجرا شود، اما در تدوین محتوا، ویژگی‌های فرهنگی، اعتقادی، سازمانی و رفتاری کارکنان نیروهای مسلح و مقتضیات بومی کشور به‌عنوان مبنای اصلی مورد توجه قرار گیرد.
۲. آموزش مفاهیم سواد رسانه‌ای به‌صورت نظام‌مند در برنامه‌های آموزشی سازمانی، دوره‌های بدو خدمت، آموزش‌های حین خدمت و دوره‌های تخصصی کارکنان گنجانده شود و متناسب با سطوح مختلف مدیریتی و تخصصی، محتوای آموزشی اختصاصی تدوین گردد.
۳. با همکاری نهادهای آموزشی و پژوهشی کشور، از جمله دانشگاه‌ها، مراکز آموزش عالی و مراکز تخصصی رسانه، محتوای علمی و کاربردی سواد رسانه‌ای تولید و در قالب کتاب‌های آموزشی، بسته‌های الکترونیکی و دوره‌های مهارتی در اختیار کارکنان قرار گیرد.
۴. زیرساخت‌های سخت‌افزاری، نرم‌افزاری و ارتباطی موردنیاز برای اجرای برنامه‌های آموزش سواد رسانه‌ای در یگان‌ها و مراکز آموزشی ارتش فراهم و به‌صورت مستمر به‌روزرسانی شود.
۵. دوره‌های آموزشی تخصصی سواد رسانه‌ای برای کارکنان، فرماندهان و خانواده‌های آنان با هدف افزایش آگاهی، ارتقای مهارت‌های تحلیل پیام‌های رسانه‌ای و کاهش آسیب‌پذیری در برابر تهدیدهای شناختی برگزار شود.
۶. مباحث سواد رسانه‌ای در دوره‌های آموزشی طولی و عرضی کارکنان ارتش به‌عنوان یکی از محورهای اصلی آموزش‌های فرهنگی، امنیتی و شناختی مورد توجه قرار گیرد.
۷. در تولید محتوای آموزشی، از ظرفیت علوم میان‌رشته‌ای نظیر روان‌شناسی، جامعه‌شناسی، علوم شناختی، ارتباطات، فناوری‌های نوین و هوش مصنوعی به‌منظور افزایش اثربخشی پیام‌های آموزشی استفاده شود.
۸. بسترهای آموزشی مبتنی بر فضای مجازی و پیام‌رسان‌های بومی برای تولید و انتشار محتوای آموزشی چندرسانه‌ای شامل اینفوگرافیک، موشن‌گرافیک، فیلم‌های آموزشی، پادکست و محتوای تعاملی توسعه یابد تا آموزش سواد رسانه‌ای به‌صورت مستمر در دسترس کارکنان قرار گیرد.
۹. برنامه‌های فرهنگی و آموزشی به‌منظور مدیریت مصرف رسانه، کاهش وابستگی به شبکه‌های اجتماعی، ارتقای فرهنگ استفاده صحیح از فضای مجازی و افزایش خودکنترلی رسانه‌ای

کارکنان و خانواده‌های آنان طراحی و اجرا شود.

۱۰. نظام ارزیابی مستمر سطح سواد رسانه‌ای کارکنان ایجاد شود تا اثربخشی برنامه‌های آموزشی به‌صورت دوره‌ای سنجیده شده و بر اساس نتایج آن، سیاست‌ها و برنامه‌های آموزشی اصلاح و به‌روزرسانی شوند.

۲-۵. پیشنهادهای پژوهشی

با توجه به یافته‌های پژوهش و محدودیت‌های موجود، انجام پژوهش‌های زیر پیشنهاد می‌شود:

۱. طراحی و اعتبارسنجی الگوی بومی ارتقای سواد رسانه‌ای کارکنان نیروهای مسلح با تأکید بر مقابله با جنگ شناختی و تهدیدهای نوپدید فرهنگی.
۲. بررسی نقش رویکردهای زیبایی‌شناختی در تحلیل و ارزیابی پیام‌های رسانه‌ای و میزان تأثیر آن بر ارتقای سواد رسانه‌ای مخاطبان.
۳. مطالعه تأثیر متغیرهای جمعیت‌شناختی نظیر جنسیت، سن، میزان تحصیلات، سابقه خدمت و رده سازمانی بر سطح سواد رسانه‌ای کارکنان نیروهای مسلح.
۴. بررسی رابطه میان سواد رسانه‌ای، امنیت شناختی، تاب‌آوری فرهنگی و قدرت نرم سازمانی در نیروهای مسلح جمهوری اسلامی ایران.
۵. بررسی تأثیر رسانه‌های نوین، شبکه‌های اجتماعی و فناوری‌های مبتنی بر هوش مصنوعی بر سبک زندگی، نظام ارزشی و هویت فرهنگی کارکنان و خانواده‌های آنان.
۶. ارزیابی اثربخشی دوره‌های آموزش سواد رسانه‌ای بر افزایش قدرت تحلیل، تفکر انتقادی و کاهش آسیب‌پذیری کارکنان در برابر عملیات روانی و جنگ شناختی.
۷. مطالعه نقش خانواده در ارتقای سواد رسانه‌ای کارکنان و ارائه الگوی آموزشی مناسب برای افزایش مشارکت خانواده‌ها در این حوزه.
۸. انجام مطالعات تطبیقی درباره سیاست‌ها و برنامه‌های آموزش سواد رسانه‌ای در نیروهای مسلح سایر کشورها و بهره‌گیری از تجارب موفق متناسب با شرایط بومی جمهوری اسلامی ایران.
۹. با توجه به نوپدید بودن مطالعات سواد رسانه‌ای در ارتش جمهوری اسلامی ایران، پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آتی از ظرفیت اساتید، صاحب‌نظران و مراکز علمی خارج از سازمان و همچنین نتایج پژوهش‌های داخلی و بین‌المللی برای توسعه ادبیات نظری و ارائه الگوهای کاربردی استفاده شود.

۳-۵. محدودیت‌های پژوهش

پژوهش حاضر نیز همانند سایر تحقیقات با محدودیت‌هایی مواجه بوده است که در تفسیر نتایج باید مورد توجه قرار گیرد:

۱. دسترسی محدود به برخی اسناد، اطلاعات و مدارک مرتبط به دلیل ملاحظات امنیتی و طبقه‌بندی اطلاعات در نیروهای مسلح، امکان بهره‌گیری از تمامی منابع مورد نیاز را محدود ساخت.
۲. انجام مصاحبه با خبرگان و مدیران ارشد به دلیل مسئولیت‌های سازمانی، محدودیت زمانی و حساسیت موضوع پژوهش با دشواری‌هایی همراه بود که فرآیند گردآوری داده‌های کیفی را تحت تأثیر قرار داد.
۳. جامعه آماری بخش کمی پژوهش به ۹۳ نفر از کارکنان حوزه آماد و ترابری زمینی ارتش جمهوری اسلامی ایران محدود بود؛ از این‌رو، در تعمیم نتایج به سایر یگان‌ها و نیروهای مسلح، رعایت احتیاط علمی ضروری است.
۴. پویایی و تغییرات سریع فناوری‌های ارتباطی، رسانه‌های نوین و تهدیدهای شناختی موجب می‌شود نتایج پژوهش در بازه‌های زمانی مختلف نیازمند بازنگری و به‌روزرسانی باشد.
۵. برخی پاسخ‌دهندگان، به دلیل ملاحظات سازمانی و حساسیت موضوع، در بیان کامل دیدگاه‌های خود با محدودیت‌هایی مواجه بودند که این امر می‌تواند بر بخشی از داده‌های گردآوری‌شده تأثیر گذاشته باشد.

منابع

- ابراهیم‌پور، داوود. بررسی رابطه مصرف رسانه‌ای با جامعه‌پذیری سیاسی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز. فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، ۱۳۹۸.
- ادب‌آواره، نازیلا. ارائه مدل ارزیابی عملکرد واحدهای سازمانی با رویکرد TOPSIS. دانشگاه فردوسی مشهد، ۱۳۹۹.
- احمدی، منیژه؛ عبدالملکی، سعید؛ خطیب زنجانی، نازیلا. بررسی رابطه بین سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی معلمان و نگرش آنها به آموزش وب‌محور با پیشرفت تحصیلی دانش‌آموزان در دوران کرونا. پژوهش‌های روان‌شناسی اجتماعی، دوره ۱، شماره ۱۰، ۱۴۰۲.
- آزادی احمدآبادی، فتحعلی؛ خیامی، عبدالکریم. تعریف و واکاوی مفهوم سواد فضای مجازی و

- نسبت سواد رسانه‌ای با آن. دین و ارتباطات، دوره ۲۸، ۱۴۰۰.
- افخمی، محمد؛ بهار، مهری. پیوند دیالکتیکی فرهنگ سایبری و منافع عمومی (مطالعه موردی: استارتاپ اینتروسپکت و کلکسیون‌های NFT). *جامعه‌شناسی فرهنگ و هنر*، ۱۴۰۲.
 - امیری، نجات؛ نمامیان، پیمان. مقابله با جاسوسی سایبری؛ رویکردی آینده‌پژوهانه در پیشگیری از جرایم تروریستی با نگاهی به اسناد حقوق بشری. *مطالعات حقوق بشر/اسلامی*، دوره ۱۱، شماره ۴، ۱۴۰۳.
 - انصاری جعفری، محمدحسین؛ رسولی، محمدرضا؛ خواجه‌نوری، نسترن. نقش تفکر انتقادی در بهبود کارکرد سواد رسانه‌ای با تکیه بر منظومه شناختی مخاطب. دوره ۱۰، شماره ۳۷، ۱۴۰۳.
 - اهرزاده، شهراد؛ فهیمی‌فر، علی‌اصغر؛ کبیری، فرانک. زیبایی‌شناسی نورپردازی و تصویربرداری برنامه‌های تلویزیونی دعای کمیل از دیدگاه نظریه گشتالت. *فصلنامه علمی رسانه‌های دیداری و شنیداری*، دوره ۴۹، شماره ۱۸، ۱۴۰۳.
 - آور، امین؛ نصرالله‌زاده، محمدجواد؛ متقی، ابراهیم؛ توکلی، حسین. الگوی راهبردی مدیریت تهدیدات سیاسی - امنیتی جمهوری اسلامی ایران با تأکید بر سرمایه اجتماعی. *فصلنامه پژوهش‌های حفاظتی/امنیتی*، دوره ۱۲، شماره ۴۶، ۱۴۰۳.
 - بنی‌هاشمی، سیدمحسن؛ غلامپور، مهدی. تأثیر سواد رسانه‌ای بر سرمایه فرهنگی (مطالعه موردی مؤسسات فرهنگی قرآنی اصفهان). *فصلنامه مطالعات رسانه‌ای*، دوره ۱۴، شماره ۴۶، ۱۳۹۸.
 - پرویز، سلطان؛ بیانی، علی‌اصغر؛ فکوری، حسین؛ صائمی، حسن. نقش طراحی الگوی برنامه درسی آموزش سواد رسانه‌ای در ارتقای مهارت‌های ارتباطی دانشجویان دوره کارشناسی. *پژوهش‌های ارتباطی*، دوره ۳۰، شماره ۱۱۵، ۱۴۰۲.
 - پورشاسب، عبدالعلی؛ حیدری، کیومرث؛ سعادت‌راد، علی؛ شعبانی، حسن. رویکرد نیروی زمینی ارتش جمهوری اسلامی ایران در مقابله با تهدیدهای نوپدید نظامی. *مطالعات دفاعی/استراتژیک*، دوره ۲۱، شماره ۹۳، ۱۴۰۲.
 - تاجی اشکفتکی، محمدرضا؛ ودیعه، ساسان؛ صفری شالی، رضا. آسیب‌شناسی جریان‌های فرهنگی نوپدید در ایران (مطالعه موردی عرفان حلقه). *فصلنامه مطالعات ملی*، دوره ۲۱، شماره ۴، ۱۳۹۹.

- تاجی، حمیدرضا؛ دیبایی صابر، محسن. شناسایی مؤلفه‌های آموزش سواد رسانه‌ای و تحلیل جایگاه آن در اسناد بالادستی آموزش و پرورش نوآوری‌های آموزشی، ۱۳۹۹.
- ترابی، یوسف؛ اسماعیلی، حسین؛ بهرامی، سیاوش. رسانه ملی و مدیریت مقابله با تهدیدهای فرهنگی و اجتماعی. فصلنامه مطالعات امنیت اجتماعی، ۱۳۹۹.
- ثقفی، کامیار؛ نمامیان، اسماعیل؛ علی، طراح‌الگوی مفهومی پایش تهدیدات سایبری جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۹۰.