

مدل مطلوب تدوین کتاب درسی سواد رسانه‌ای با رویکرد مصونیت بخشی به جنگ رسانه‌ای^۱

محمود احمدی^۲؛ سیدرضا نقیب‌السادات^۳؛ حسن بشیر^۴

تاریخ ارسال: ۱۴۰۳/۰۲/۰۸ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۱/۰۵

چکیده

یکی از مزیت‌های آموزش سواد رسانه‌ای، قابلیت مصونیت‌سازی و افزایش توان‌مندی دانش‌آموزان، مردم و حتی نخبگان نسبت به جنگ رسانه‌ای و تأثیرات شناختی رسانه‌های دشمن علیه کشور و ملت است. این مقاله پژوهشی از نوع کاربردی محسوب شده و براساس رویکردی استقرایی و در پارادایم تحقیق کمی، به روش SWOT، درجهت شناخت تهدیدها و فرصت‌ها انجام شده است. برای گردآوری اطلاعات، از مطالعه اسناد و مدارک و روش کتابخانه‌ای و طراحی پرسشنامه استفاده شد. داده‌های پژوهش از بیست و پنج نفر از متخصصان و کارشناسان در حوزه سواد رسانه‌ای به دست آمد. در این پژوهش، تعیین مدل مطلوب برای آموزش بومی کتاب درسی تفکر و سواد رسانه‌ای در دستور کار است. در نهایت، شاخص‌های ۱۴۴ گانه‌ای پیرامون این کتاب، در قالب نقاط قوت (۱۹ شاخص)، نقاط ضعف (۴۷ شاخص)، فرصت‌ها (۶۲ شاخص) و تهدیدها (۱۶ شاخص) تفکیک گردید. سپس با استفاده از روش تحلیل SWOT، اولویت‌بندی این شاخص‌ها و تعیین راهبردها و مدل مناسب برای تحقق اهداف تعیین شد. از مجموع پاسخ‌ها این نتیجه حاصل شد که با استفاده از مدل مدیریت راهبردی و اتخاذ راهبرد تهاجمی که از برخورد و تلفیق قوت‌های درونی با فرصت‌های بیرونی حاصل می‌شوند، درجهت استفاده حداکثری از فرصت‌های محیطی با به‌کارگیری نقاط قوت موجود، اقدام شود

واژه‌های کلیدی

سواد رسانه‌ای، برنامه‌ریزی درسی، جنگ رسانه‌ای، مصونیت‌بخشی، روش SWOT.

۱. این مقاله براساس نظر گروه دبیران و سردبیر فصلنامه، پژوهشی است.

۲. کارشناسی ارشد مدیریت رسانه، دانشکده علوم ارتباطات، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران (نویسنده مسئول).

mha66silver@yahoo.com

۳. دانشیار گروه روابط عمومی، دانشکده علوم ارتباطات، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.

naghibsadat@atu.ac.ir

۴. استاد گروه تبلیغ و ارتباطات، دانشکده معارف اسلامی، فرهنگ و ارتباطات، دانشگاه امام صادق(ع)، تهران، ایران.

bashir@isu.ac.ir

مقدمه

رسانه‌ها اعم از رسانه‌های سنتی (روزنامه، مجله، کتاب و...)، رسانه‌های مدرن (تلویزیون، رادیو و...) و رسانه‌های پست مدرن (اینترنت، شبکه‌های اجتماعی و...) هر روز و هرساعت، به طور فزاینده‌ای، پیام‌ها و اطلاعات متنوعی را عرضه می‌کنند و در حقیقت همگی ما تحت بمباران پیام‌های رسانه‌ای هستیم. از طرفی، زندگی نوجوانان و دانش‌آموزان بیش از سایر گروه‌های سنی و تحصیلی به رسانه‌ها وابسته است. مردم، به ویژه جوانان و نوجوانان ما، در معرض رسانه‌هایی قرار دارند که دانسته یا نادانسته به نوعی افکار و عقاید آنها را شکل می‌دهند. این حجم از محتواها و پیام‌های رسانه‌ای، نقش مهمی در شکل‌دهی و نفوذ به فرهنگ، ارزش‌ها، دیدگاه‌ها و اعتقادات ما بازی می‌کنند.

این حقیقت در آرا و نظرات برخی صاحب‌نظران حوزه سواد رسانه‌ای نیز بیان گردیده است. به عنوان نمونه، باری‌دانکان مهم‌ترین ضرورت‌های آموزش سواد رسانه‌ای را موارد زیر می‌داند:

۱. رسانه‌ها بر حیات فرهنگی و سیاسی ما سلطه دارند.
 ۲. تقریباً همه اطلاعات، جز مواردی که آنها را به طور مستقیم تجربه می‌کنیم، رسانه‌ای شده‌اند.
 ۳. رسانه‌ها قادرند مدل‌های ارزشی و رفتاری پر قدرتی خلق کنند.
 ۴. سواد رسانه‌ای می‌تواند مصرف رسانه‌ای ما را لذت‌بخش‌تر کند و یک رابطه انفعالی را به یک رابطه فعال تبدیل نماید (خدابنده بایگی، ۱۳۹۵).
- از نگاهی دیگر، امروزه به جای به کارگیری مستقیم زور، توجه قدرت‌ها به استفاده از قدرت نرم و ایجاد تغییرات از طریق مسالمت‌آمیز، با به کارگیری شیوه‌های نوین مداخله در امور داخلی کشورها جلب شده است. علاوه بر این، در این دوران، رسانه‌ها به مثابه ابزاری اساسی برای اعمال سیاست‌های قدرت‌های زورمدار به کار می‌روند و رقابتی جهانی در عرصه نبرد رسانه‌ای شکل گرفته است (بهرامی، ۱۳۹۸).

در سند تحول بنیادین آموزش و پرورش (۱۳۹۰) بر ترویج و تعمیق سواد رسانه‌ای و زمینه‌سازی برای بهره‌برداری مناسب از محیط نوظهور یادگیری و لزوم انطباق برنامه‌های درسی با نیازها و علائق متربیان یا دانش‌آموزان اشاره و تأکید شده است (تقی‌زاده، ۱۳۹۳). علیرغم خرسندی از افزایش روند آموزش سواد رسانه‌ای در کشور، شاهد آسیب‌ها و نواقصی در محتوا و روش‌های آموزش آن به‌ویژه در دوره متوسط دوم نظام آموزش و پرورش هستیم. کلی‌گویی و تئوری‌پردازی، حاشیه‌پردازی و تمرکز بر موضوعات غیرضروری و غیرکاربردی و رویکردی نسبتاً خنثی و به اصطلاح عامیانه پاستوریزه، در بخش‌هایی از کتاب قابل مشاهده است. ضمن آن که متأسفانه در کشور ما، برخی از وجوه و کارکردهای مختلف آموزش سواد رسانه‌ای مورد کم‌توجهی و بعضاً غفلت سیاست‌گذاران، متولیان و اساتید این حوزه قرار گرفته است. مصونیت‌سازی عموم مخاطبین اعم از دانش‌آموزان، مردم و حتی نخبگان و مسئولین در قبال جنگ رسانه‌ای و روانی دشمنان و افزایش توانمندی جهت مقابله با این تهاجم، از جمله این کارکردهای مغفول است. اینکه بعد از اتمام سال تحصیلی، بخش قابل توجهی از دانش‌آموزانی که درس تفکر و سواد رسانه‌ای را گذرانیده‌اند، به حقیقت وجود دشمن، اعتقاد راسخی نداشته و در اذهان خود، آن را توهمی و انتزاعی می‌دانند؛ اینکه طبق آموزه‌های دینی، باور و تصور درستی از صحنه نبرد دائمی جریان حق و باطل نداشته باشند؛ اینکه نسبت به واقعیت‌های موجود در دوره کنونی و وقوع جنگ هوشمند ترکیبی، آگاهی نداشته باشند؛ اینکه به‌صورت مصداقی و عینی، از صاحبان، اهداف، برنامه‌ها و ترفندهای منابع رسانه‌ای و خبری دشمنان آگاه نباشند؛ اینکه فاقد فهم محتوایی و عدم توانمندی در کشف معانی پنهان و درک و تحلیل ایدئولوژی و گفتمان‌های غالب از روی پیام‌های رسانه‌ای هستند؛ اینکه همچنان پاسخی برای شبهات تکراری سیاسی، اعتقادی، فرهنگی و... که رسانه‌ها به آنان القاء و پمپاژ کرده‌اند، نیافته‌اند؛ اینکه در امر خطیر تولید محتوای رسانه‌ای برای پاسخ‌دهی و روشننگری نسبت به حقایق، ناتوان می‌باشند و...؛ همه و همه نشانه‌هایی از عدم توفیق در تحقق این کارکرد مهم آموزش سواد رسانه‌ای است.

از طرف دیگر، برنامه‌ریزی درسی یکی از بحث برانگیزترین حوزه‌های معرفت بشری است، زیرا با گذشت تقریباً یک قرن از تولد این حوزه تخصصی به عنوان

یک رشته علمی، هنوز در خصوص ابعاد، عناصر و ارکان آن در بین متخصصان این رشته، توافق نظر اندکی وجود دارد. با این حال، می‌توان به قلمروها و بخش‌هایی از برنامه‌ریزی درسی که به صورت نسبی مورد توافق برنامه‌ریزان بوده و کاربرد بیشتری با توجه به اهداف پژوهش حاضر دارد، ورود داشت. یکی از مهم‌ترین جنبه‌هایی که اغلب درباره آن بحث و اختلاف نظر وجود داشته است و از دیرباز یکی از دل‌مشغولی‌های برنامه‌ریزان درسی را تشکیل داده است این مسئله است که چه چیز باید در مدارس آموخته شود؟ کدام موضوع یا محتوا ارزشمند است؟ چه ملاک‌هایی باید برای گزینش موضوعات جهت گنجاندن در برنامه‌های درسی مورد استفاده قرار گیرد؟ و بالاخره چه کسانی باید در این فرایند مشارکت داشته باشند؟ تمام سئوالات فوق حول یک مسئله اساسی دور می‌زند و آن عبارت است از سنجش نیازها و استفاده از آنها در برنامه‌ریزی درسی. از آنجایی که در این پژوهش به دنبال مکمل‌های محتوایی برای تدوین مطلوب‌تر برنامه درسی رسمی کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای آموزش و پرورش، هستیم که به عنوان برنامه درسی مکتوب یا مستندی است که در آن فهرست رئوس مطالب و فهرست هدف‌ها تعریف شده باشد. این نیازسنجی با مفهوم و رویکرد تشخیص فاصله بین وضع موجود و وضع مطلوب که ابتدا توسط کافمن بیان شده است، صورت می‌گیرد. بدین منظور الگوی نیازسنجی که توسط کلاین پیشنهاد شده است در چهار مرحله زیر انجام می‌شود:

مرحله ۱: شناسایی هدف‌های کلی؛ پژوهش‌های انسانی و مطالعات فرهنگی

مرحله ۲: مشخص کردن هدف‌ها بر حسب اهمیت آنها؛

مرحله ۳: مشخص کردن شکاف و فاصله بین عملکرد مورد انتظار با عملکرد واقعی؛

مرحله ۴: مشخص کردن اولویت‌ها برای اجرا و عمل.

مرحله بعدی پس از بررسی نیازها (و تدوین هدف‌ها)، انتخاب محتوای برنامه درسی است. اگرچه با مشخص شدن محورها و اهداف برنامه، انتخاب و سازماندهی محتوا تا حد زیادی تسهیل می‌شود، اما فرایند انتخاب محتوا همواره از حساسیت و اهمیتی ویژه برخوردار بوده است. این حساسیت و اهمیت نیز بیشتر به علت ماهیت تصمیماتی است که درباره محتوا اتخاذ می‌گردد. ذکر این

مدل مطلوب تدوین کتاب درسی سواد رسانه‌ای با رویکرد مصونیت‌بخشی به جنگ رسانه‌ای

نکته حائز اهمیت است که در فرایند برنامه‌ریزی درسی، تعیین موضوع آموزشی مقدم بر محتوا است، اما از آنجا که انتخاب ماده آموزشی تا حد زیادی به اهداف تعیین شده، آسان‌تر است، حساسیت و اهمیت بیشتر، متوجه فرایند انتخاب و سازماندهی محتوا برای یک موضوع درسی خاص است.

با این حال، از جمله سئوالاتی که ضروری به نظر می‌رسد می‌بایست به آن پرداخته شده و پاسخ‌های درخوری به آن داده شود، این است که قوت‌ها و ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدات درس کتاب «تفکر و سواد رسانه‌ای» آموزش و پرورش چیست؟ چه مدل و راهبردی برای تدوین محتوایی برنامه درسی آموزش سواد رسانه‌ای بومی با تأکید بر مصونیت‌بخشی نسبت به جنگ رسانه‌ای، مناسب و مطلوب خواهد بود؟

پیشینه پژوهش

تحقیقات صورت گرفته در رابطه با موضوع پژوهش حاضر، به دو دسته اصلی تقسیم می‌شوند. برخی از تحقیقات به صورت غیر مستقیم مربوط به کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای آموزش و پرورش مربوط بوده است. اندک پژوهش‌هایی نیز به صورت مستقیم به این کتاب پرداخته‌اند:

الف- در ارتباط غیر مستقیم با کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای

نصیری و دیگران (۱۳۹۱) در پژوهشی با عنوان «اهمیت آموزش سواد رسانه‌ای در قرن بیست و یکم» در دو محور اساسی مطالعه کرده‌اند: نخست، چرایی ضرورت توجه نظام‌های آموزشی به آموزش سواد رسانه‌ای در قرن بیست و یکم را بیان کردند؛ دوم، ساز و کارهای اجرایی متناسب با برنامه درسی آموزش سواد رسانه‌ای در نظام آموزشی ایران را مطرح کردند.

دهقان شاد و محمودی کو کنده (۱۳۹۱) در مطالعه‌ای با عنوان «بررسی ضرورت آموزش سواد رسانه‌ای کودکان و نوجوانان از نگاه متخصصان آموزش و پرورش شهر تهران» به این نتیجه دست یافتند که عدم آشنایی کودکان و نوجوانان با آموزش سواد رسانه‌ای به این موضوع برمی‌گردد که هیچ گونه آموزش سواد رسانه‌ای در نظام آموزش رسمی کشور وجود ندارد. از این رو، کودکان و نوجوانان ما نمی‌توانند

درکی از اهداف پیدا و پنهان رسانه‌ها داشته باشند و از آن استفاده درست کنند.

تقی‌زاده و کیا (۱۳۹۳) در مطالعه‌ای با عنوان «نیازسنجی برنامه آموزش سواد رسانه‌ای در مدارس، نشان دادند که بومی‌سازی و ورود آموزش سواد رسانه‌ای به مدارس به توانمندسازی دانش‌آموزان در استفاده بخردانه از رسانه‌ها و حفظ و تقویت هویت و فرهنگ ایرانی - اسلامی منجر می‌شود. اجرای آزمایشی دوره‌های آموزشی، ارزشیابی توصیفی، تدوین محتوا، و ارائه به شیوه تلفیق با متون درسی در دوره ابتدایی و ارائه کتاب مستقل در دوره متوسطه از دیگر یافته‌های این پژوه است. همچنین، براساس یافته‌های این پژوهش، محتوا باید به شناخت انواع رسانه‌ها، تولید، ارزیابی، و تحلیل انتقادی متون رسانه‌ای توجه کند.

تقی‌زاده و طاهری (۱۳۹۵) مطالعه‌ای با عنوان «مطالعه ضرورت‌ها و نیازمندی‌های آموزش بومی سواد رسانه‌ای انجام دادند. یافته‌ها حاکی از آن است که متخصصان برنامه درسی، در بخش محتوا و ضرورت‌ها، به طور عمده بر تفکر انتقادی در استفاده از رسانه‌ها تأکید کردند که نشان دهنده توجه به سطوح بالای تحلیل و ارزیابی در برخورد با پیام‌های رسانه‌ای است. هم‌چنین، در بخش محدودیت‌های اجرای آموزش سواد رسانه‌ای در کشور، به رسمیت شناخته نشدن آموزش سواد رسانه‌ای در مدارس مهم‌ترین محدودیت ورود آموزش‌ها به مدارس دانسته شد.

ب- در ارتباط مستقیم با کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای

عبداللهی بکتاش، اسلامی و آفانی (۱۳۹۷) در مقاله تحلیل محتوای کتاب درسی تفکر و سواد رسانه‌ای پایه دهم بر اساس آموزش سواد رسانه‌ای، به جهت‌گیری‌های اصلی این کتاب پرداخته‌اند که عبارت است از توانایی نقد و بررسی هوشمندانه، تولید مؤثر پیام، و مدیریت بهره‌مندی از رسانه. اهداف عملکردی آن هم عبارت‌اند از تفسیر پیام‌های آشکار و پنهان تولیدات رسانه‌ای، تشخیص بازنمایی در تولید رسانه‌ای، شیوه‌های اقناع در تولید رسانه‌ای، اهداف و انگیزه‌های ارسال‌کنندگان پیام، و نقش ارزش‌ها و سبک زندگی در تولید رسانه‌ای. همچنین در ادامه، به میزان توجه اهداف کتاب درسی تفکر و سواد رسانه‌ای پایه دهم به مؤلفه‌های ناظر به هدف آموزش سواد رسانه‌ای و همچنین میزان توجه محتوای کتاب مذکور به مؤلفه‌های ناظر به محتوای آموزش سواد رسانه‌ای پرداخته‌اند.

زفرقندی در مقاله نقد و بررسی کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای پایه دهم متوسطه معتقد است بایستی این مطلب را در نظر گرفت که این کتاب باید با وجود کتابی با موضوع سواد رسانه‌ای در آموزش و پرورش مقایسه شود، نه با یک کتاب جامع، کامل و بدون اشکال در سطح دانشگاهی. وی اعلام می‌نماید اولین نقدی که می‌توان به کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای وارد کرد این است که، عنوان کتاب نامفهوم است چرا که اساساً سواد رسانه‌ای از تفکر و انتقاد جدا نیست، و سواد رسانه‌ای به مهارت و تجربه نیاز دارد. عدم استفاده کتاب از تصاویر به روز باعث ایجاد حس دل زدگی در بین دانش‌آموزان می‌شود. همچنین در اکثر بخش‌های کتاب کمبود تصویر به چشم می‌خورد که همین امر دانش‌آموزان را در برابر حجم زیادی مطلب کاملاً تخصصی قرار می‌دهد و کسل‌کننده شدن کتاب باعث عدم یادگیری و مهارتی همچون سواد رسانه‌ای می‌شود. در فصول کتاب به نوعی عدم انسجام منطقی برمی‌خوریم که نشان‌دهنده عدم تعامل میان نویسندگان و مؤلفان کتاب است. همچنین قبل از شروع فصل اول به بررسی نکاتی درباره کتاب می‌پردازد که به طور کلی و خلاصه به اهداف کتاب اشاره دارد و عنوان می‌شود این کتاب صرفاً برای ایجاد حساسیت در بین دانش‌آموزان است که با توجه به روند کلی ثقیل بودن ادبیات کتاب کاملاً واضح است، بنابراین برای ایجاد صرفاً حساسیت نباید از منابع سختی همچون منابع دانشگاهی در این زمینه برای جامعه‌ای همچون دانش‌آموزان استفاده کرد. در بخشی از کتاب نکاتی مبنی بر انتظارات عملکردی نام برده می‌شود، که انتظاراتی دور از ذهن به نظر می‌رسد. نصیری و بختیاری (۱۳۹۸) در مقاله بررسی و نقد کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای پایه دهم دوره متوسطه، علاوه بر بیان نقدها و نقاط ضعف قوت کتاب درسی، به روند اجرایی آموزش این کتاب در نظام آموزش و پرورش نیز اشاراتی داشته‌اند. اینکه در چند سال اخیر، نظام آموزشی ایران ضرورت تدوین برنامه درسی آموزش سواد رسانه‌ای را احساس کرده است و از این رو در سال ۱۳۹۵ کتاب درسی را برای پایه دهم متوسطه دوم تدوین کرد و از این طریق آموزش سواد رسانه‌ای به طور اختصاصی و رسمی وارد نظام آموزشی ایران شد. این کتاب به عنوان درس دو واحدی، طی ۲۴ جلسه و دو ساعت در هفته برای یک سال تحصیلی به دانش‌آموزان ارائه می‌شود.

البته در رشته‌های نظری، اگر مدرسه ای امکان تدریس آن را در پایه دهم نداشته باشد، می‌تواند در پایه یازدهم این واحد درسی را آموزش دهد. اما در رشته‌های فنی و حرفه ای، صرفاً در پایه یازدهم ارائه می‌شود.

چهارچوب نظری

برای بررسی و تدوین یک مدل مطلوب آموزش سواد رسانه‌ای و تهیه و تنظیم سیاست‌ها، رویکردها و محتواهای مورد نیاز آموزشی به‌ویژه برای رده سنی نوجوانان و دانش‌آموزان دوره متوسطه تحصیلی، به مبانی نظری در مقولاتی همچون تاریخچه، اهداف، مفاهیم، اصول، ابعاد و محتوای سواد رسانه‌ای و جنگ رسانه‌ای و همچنین در حوزه ی برنامه‌ریزی درسی، شیوه‌های آموزش و... نیاز است.

الف- مفاهیم و ابعاد جنگ نرم رسانه‌ای

گروهی از محققان با مطالعه سیر تطور و تکوین تاریخی انواع جنگ‌ها، آنها را به لحاظ شدت، شکل و ابزار رسیدن به هدف و اعمال قدرت، دسته بندی کرده و با عناوین مختلف نامگذاری کرده‌اند. این محققان و نویسندگان معتقدند شناخت جنگ نرم، عرصه‌ها و مصادیق آن، نیازمند بررسی سیر تکوین تاریخی جنگ‌ها یا به عبارت دیگر بررسی سیر تطور تاریخی نظام‌های سلطه است. از نظر آنان، برای اعمال اراده و تأمین منافع و اهداف حیاتی نظام‌های سلطه بر جهان، سه مقطع تاریخی را می‌توان برشمرد: این سه مقطع عبارت است از: ۱- استعمار کهن (دوره تهدیدات سخت)؛ ۲- استعمار نو (دوره تهدیدات نیمه سخت)؛ و ۳- استعمار فرانونین (دوره تهدیدات نرم). این گروه معتقدند، در طول تاریخ ماهیت و استراتژی سلطه متفاوت بوده و در هر دوره، متناسب با اهداف و منافع و شرایط، مصادیق، ابزار و شیوه‌های متفاوتی جهت اعمال اراده و تأمین منافع به کار رفته است. (نائینی، ۱۳۸۸) جنگ نرم نوعی چالش و درگیری بین کشورها است که در حوزه سخت افزاری و تسلیحات نظامی قرار نمی‌گیرد و در حوزه محتواها و برنامه‌ها و نرم افزارهایی قرار می‌گیرد که عمدتاً از جنس رسانه‌ها است. بنابراین هر گونه تقابل میان کشورها یا گروه‌هایی که با هم رقابت یا دشمنی دارند و در آن از ابزارهای رسانه‌ای، ابزارهای سایبری و نرم افزاری استفاده می‌شود در دنیا به عنوان جنگ نرم

مدل مطلوب تدوین کتاب درسی سواد رسانه‌ای با رویکرد مصونیت‌بخشی به جنگ رسانه‌ای

تعبیر می‌شود. در فضای جنگ نرم شما صحبت از موشک، اسلحه، تانک، کشتی و هواپیما نمی‌کنید بلکه صحبت از ماهواره، اینترنت، روزنامه، خبرگزاری، کتاب، فیلم، سینما می‌کنید. جنگ نرم در تمام طول تاریخ وجود داشته و حتی زمانی که ابزارهای تکنولوژیکی مثل رادیو، تلویزیون، ماهواره نبوده‌اند، جنگ نرم در چارچوب جنگ افکار و جنگ روانی وجود داشته است. در واقع هدف در طول این سال‌ها یکی بوده ولی ابزارهای تکنولوژی و شکل و فرمت و نوع رسانه متناسب با شریط روز زمان تغییر و دگرگونی پیدا می‌کرده است. (ضیایی پرور، ۱۳۸۸)

در مقابل سؤال چیستی جنگ نرم، صاحب‌نظران و محققان پاسخ‌های متفاوتی داده‌اند. از نظر جوزف نای؛ نظریه‌پرداز آمریکایی، استفاده یک کشور از قدرت نرم، برای دستکاری افکار عمومی کشور هدف در جهت تغییر ترجیحات، نگرش‌ها و رفتارهای سیاسی مردم و نخبگان، جنگ نرم نامیده می‌شود. جان کالینز؛ تئوریسین دانشگاه ملی جنگ آمریکا، جنگ نرم را عبارت از استفاده طراحی شده از تبلیغات و ابزارهای مربوط به آن، برای نفوذ در مختصات فکری دشمن با توسل به شیوه‌هایی که موجب پیشرفت مقاصد امنیت ملی مجری می‌شود، می‌داند (اژدری، ۱۳۹۳: ۲۵). در تمامی این اصطلاحات، هدف مشترک، تحمیل اراده گروهی بر گروه دیگر بدون استفاده از راه‌های سخت و نظامی می‌باشد (اژدری، ۱۳۹۳: ۲۶).

ب- تعریف سواد رسانه‌ای

امروزه مفهوم سواد رسانه‌ای برای افراد مختلف تعابیر گوناگونی دارد و به فراخور زمان دچار تغییرات و تحولات زیادی شده است، در گذشته سواد رسانه‌ای ناظر بر تحلیل دقیق و استفاده مطلوب از روزنامه‌ها بود، اما این روند با ورود به جهان دیجیتال و رسانه‌های تحت وب دستخوش تغییر شده است و حتی می‌توان گفت رسانه‌ها شخصی شده‌اند و در این میان توجه و ایجاد بلوغ رسانه‌ای بسیار موثر در ارتقاء و گسترش سواد رسانه‌ای است (عبدلی زفرقندی، ۱۳۹۶).

در سال ۱۹۹۲ دانش پژوهان علاقمند به سواد رسانه‌ای در ایالات متحده، یک همایش ملی راهبردی در این زمینه برگزار کردند. پس از چند روز گفتگو، به این توافق رسیدند که سواد عبارت است از توانایی دسترسی، تحلیل، ارزش‌یابی و

انتقال پیام‌ها به شکل‌های متنوع. افزون بر این کارشناسان توافق کردند که بیش تر مفهوم‌سازی‌ها در برگیرنده این اصول باشد: رسانه‌ها ساخته می‌شوند و واقعیت را می‌سازند؛ رسانه‌ها آثار تجاری دارند؛ رسانه‌ها دارای آثار سیاسی و ایدئولوژیک هستند؛ شکل و نوع محتوای پیام‌ها به نوع رسانه بستگی دارد؛ هر کدام از رسانه‌ها زیبایی‌شناسی، رمزها و قواعد خود را دارند؛ و گیرندگان پیام در مورد مفاهیم پیام‌های رسانه‌ای مباحثه می‌کنند (پاتر، ۱۳۹۳: ۵۳).

در تعریف سواد رسانه‌ای، به نقل از کمیسیون اروپا این گونه آمده است: توانایی دسترسی، استفاده، تجزیه و تحلیل و ارزیابی قدرت تصاویر، اصوات و پیام‌هایی که در جهان کنونی به صورت روزانه با آنها مواجه می‌شویم و بخش انکارناپذیری از فرهنگ معاصر ما را تشکیل می‌دهند، همچنین توانایی ایجاد ارتباط مؤثر با رسانه‌هایی که افراد به آنها دسترسی دارند. سواد رسانه‌ای به همگی رسانه‌ها از جمله تلویزیون، فیلم، رادیو، موسیقی، رسانه‌های چاپی، اینترنت و دیگر فناوریهای ارتباطی دیجیتالی نوین مرتبط است. از نظر پاتر نیز سواد رسانه‌ای، مجموعه‌ای از مهارت‌ها و دانشی است که ما به طور فعالانه برای قرار گرفتن در معرض رسانه‌ها، از آن استفاده می‌کنیم تا معنای پیام‌هایی را که رسانه‌ها ارائه می‌دهند را بهتر تحلیل و تفسیر کنیم. (پاتر، ۱۳۸۵؛ به نقل از صلواتیان، ۱۳۹۴).

سواد رسانه‌ای می‌تواند به مخاطبان رسانه‌ها بیاموزد که از حالت انفعالی و مصرفی خارج شده و به معادله متقابل و فعالانه‌ای وارد شوند که در نهایت به نفع خود آنان باشد (خوشنویس، ۱۳۸۹).

ج- سواد سیاسی، سواد رسانه‌ای و برنامه درسی

برتولت برشت معتقد است: بدترین بی سواد، بی سواد سیاسی است. فردی که درک سیاسی ندارد از بلوغ اجتماعی و عاطفی کمی برخوردار است. وی نمی‌داند که هزینه‌های زندگی وابسته به تصمیمات سیاسی هستند. او حتی به جهالت سیاسی خود افتخار کرده، سینه جلو می‌اندازد و می‌گوید که از سیاست بیزار است. چنین آدم سبک مغزی نمی‌فهمد که بی توجهی به سیاست است که زنان فاحشه و کودکان خیابانی می‌سازد، قتل و غارت را زیاد می‌کند و از همه بدتر بر

مدل مطلوب تدوین کتاب درسی سواد رسانه ای با رویکرد مصونیت بخشی به جنگ رسانه ای

فساد صاحبان قدرت می افزاید. نظریه پردازی انتقادی بر آن است تا از طریق تلاش ها و اقدامات پژوهشی، تناقضات موجود در نظام آموزش مدرسه و سرمایه داری را روشن سازد. این قلمرو مطالعه برنامه درسی دارای هدف یا منظور دیگری نیز هست و آن عبارت است از بی اعتبار ساختن و رد دو اسطوره لیبرالیسم :

۱. تعلیم و تربیت یک فعالیت خنثی و بی طرف است.

۲. تعلیم و تربیت یک فعالیت غیر سیاسی است (فتحی و اجارگاه، ۱۳۹۵: ۴۲-۴۱).

هم اکنون در دوران بسیار سخت و پیچیده ای به سر می بریم که به نوعی نظریه انتقادی احتیاج است. با این رویکرد، برنامه درسی و امر تعلیم و تربیت یک فعالیت خنثی و بی طرف نبوده و امری سیاسی است. در همین راستا یکی از اقدامات مهم در مقابله با هر گونه جنگ روانی و عملیات نرم رسانه ای رقیب، «آگاهی بخشی» است تا از طریق آگاهی دهی، «مضون سازی» ایجاد شود. همان گونه که اشاره شد این اقدام، پیچیده است و در یک مقطع کوتاه، انجام شدنی نیست، اما اگر به نحوی بتوانیم محورها و مواردی که بایست به آگاهی مخاطبان و دانش آموزان رسانید را مشخص و احصا نماییم، گام بلندی در تحقق این هدف برداشته ایم. برخوردار نمودن آحاد جامعه و دانش آموزان از بصیرت در حوزه های مختلف سیاسی، فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و... و اکتفا نکردن به غنای محتوایی در زمینه تخصصی خود، باعث می شود افراد در تشخیص حق و باطل اشتباه نکرده و حتی در تقویت جریان حق، نقش فعال ایفا نمایند.

مستترن می گوید هدف عینی سواد رسانه ای عبارت است از: تقویت آگاهی شهروندان به منظور پرورش و بیان عقاید خود بر اساس مدارک قابل دسترس. همانگونه که فرایند آموزش رسانه از گذشته بسیار دور با باورهای ارزشی سر و کار داشته است، اکنون نیز با تشویق دانش آموزان برای کشف عقاید گوناگون در مورد یک متن رسانه ای، بررسی خاستگاه چنین عقایدی و تأثیرات آنها، در راستای پیشرفت افراد گام برمی دارد (پاتر، ۱۳۹۳: ۵۷).

روش پژوهش

با توجه به کاستی‌های فراوان در طرح درس مدل بومی آموزش سواد رسانه‌ای در کشور، روشی در دستور کار قرار گرفت که از طرفی به نقاط قوت و مزیت‌های کتاب درسی موجود بپردازد و هم به آسیب‌ها و نقاط ضعفش تمرکز نماید. ضمن آن که با نیازسنجی محتوایی مناسب و احصای فرصت‌ها و تهدیدها، بتواند چشم انداز مناسبی برای تهیه و تنظیم و غنای بیشتر محتواهای کتاب مورد نظر فراهم آورد. به نظر می‌رسد روش تحلیل SWOT می‌تواند راهنما و راهگشای مناسبی در این امر و هدف برای پژوهش حاضر باشد.

SWOT سرواژه عبارات قوت‌ها (Strengths)، ضعف‌ها (Weaknesses)، فرصت‌ها (Opportunities) و تهدیدات (Threats) است (احمدی و دیگران، ۱۳۹۰: ۶۵). ماتریس تحلیلی سوات که ترکیبی از چهار عنصر قوت، ضعف، فرصت و تهدید است دارای چهار خروجی با عنوان راهبردهای چهارگانه است. راهبردهای قوت - فرصت (SO)، قوت - تهدید (ST)، ضعف - فرصت (WO) و نقاط ضعف - تهدید (WT).



شکل ۱- ماتریس تحلیلی سوات

به طور کلی مدل SWOT در حالت معمولی متشکل از یک جدول دو بعدی است که هر یک از چهار نواحی آن نشانگر یک دسته استراتژی است (علی احمدی، ۱۳۸۸).

جدول ۱- مدل SWOT

سازمان محیط	س قوت S نقاط قوت فهرست می شود	ضعف W نقاط ضعف فهرست می- شود
فرصت O فرصت ها فهرست می- شود	راهبرد SO با بهره گیری از نقاط قوت به ترسیم استفاده از فرصت ها می پردازیم	راهبرد WO از طریق فرصت ها به رفع نقاط ضعف می پردازیم
تهدید T تهدید ها فهرست می- شود	راهبرد ST برای جلوگیری از تهدیدها از نقاط قوت استفاده می کنیم	راهبرد WT با توجه به شناخت ضعف و تهدید از آنها دوری می کنیم

این شیوه را می توان در چهار مرحله اجرا کرد:

مرحله نخست: بررسی و ارزیابی سازمان و محیط مرتبط با آن به منظور شناسایی و تعیین نقاط قوت و ضعف، فرصت و تهدید. مرحله دوم: تعیین نقاط قوت و ضعف کلیدی و غیر کلیدی و فرصت و تهدید محتمل وقوع و غیر محتمل از طریق مصاحبه با صاحب نظران یا اجماع مدیران با کارشناسان فن. مرحله سوم: ساخت مدل SWOT از طریق قرار دادن دو به دو نقاط قوت و ضعف در مقابل فرصت و تهدید و دستیابی به راهبردهای WO، ST، SO و WT. مرحله چهارم: ارزیابی راهبردها براساس مختصات سازمان. در این مرحله باید از بین راهبردهای فراوانی که در مرحله قبلی به آن دست یافتیم، براساس عواملی چون اهداف و آرمان ها، توانمندی و ظرفیت سازمان، زمان در اختیار داشته، حذف راهبردهای غیر ضروری و اجرا نشدنی به انتخاب راهبردهای مطلوب از بین راهبردهای موجود پرداخته می شود.

جامعه آماری این پژوهش را کلیه متخصصان و کارشناسان در حوزه سواد رسانه ای تشکیل می دهند. این افراد شامل سیاست گذاران، اساتید، مؤلفان کتاب درسی و مدرسان سواد رسانه ای می باشند. حجم نمونه بر اساس نمره Z زیر منحنی توزیع نرمال بر اساس امتیازات اختصاص داده شده به اعضای جامعه آماری تا دو انحراف معیار وجود یا عدم وجود صفت مبنای انتخاب نمونه است. بر این اساس، حجم نمونه از ۲۵ نفر کمتر نباید باشد. روش نمونه گیری به صورت تلفیقی یا ترکیبی با دو تکنیک چندمرحله ای و هدفمند (قضای) است.

یافته‌های پژوهش

با توجه به پرسشنامه‌های تکمیل شده در میدان تحقیق، پس از استخراج اطلاعات، پردازش و داده آمایی مقتضی مبتنی بر روش تحقیق مورد استفاده، به بررسی یافته‌ها پرداخته شد که در دو بخش توصیف یافته‌ها و تحلیل یافته‌ها ارائه می‌شود.

الف- توصیف یافته‌ها

با توجه به جدول توزیع فراوانی، از مجموع ۲۵ نفر پاسخ دهندگان پرسشنامه، بیشترین تعداد پاسخگویان به لحاظ جنس، به گویه «مرد» به میزان ۵۶ درصد تعلق گرفته و کمترین تعداد پاسخگویان به لحاظ جنس، به گویه «زن» به میزان ۴۴ درصد تعلق گرفت. با توجه به جدول توزیع فراوانی، بیشترین تعداد پاسخگویان به لحاظ تحصیلات، به «کارشناسی ارشد» به میزان ۴۴ درصد تعلق گرفته و کمترین تعداد پاسخگویان به لحاظ تحصیلات، به «کارشناسی» به میزان ۲۴ درصد تعلق گرفت. مقطع دکتری و بالاتر نیز ۳۲ درصد بوده است. بیشترین تعداد پاسخگویان به لحاظ موقعیت شغلی، به «دبیر و مدرس سواد رسانه‌ای» به میزان ۴۸ درصد تعلق گرفت. کمترین تعداد پاسخگویان نیز به لحاظ موقعیت شغلی، به «مدیر» به میزان ۱۲ درصد تعلق گرفت.

با توجه به یافته‌های این پژوهش، بیشترین تعداد پاسخگویان به لحاظ سن، به گروه سنی «۲۵ تا ۳۵ سال» به میزان ۳۶ درصد تعلق گرفت. کمترین تعداد پاسخگویان به لحاظ سن، به گروه سنی «۵۵ سال به بالا» به میزان ۸ درصد تعلق گرفت. همچنین بیشترین تعداد پاسخگویان به لحاظ تخصص، به «مرتبط با حوزه سواد رسانه‌ای» به میزان ۸۴ درصد تعلق گرفت. ضمن آن که بیشترین تعداد پاسخگویان به لحاظ سابقه شغلی، به «۱۱ سال و بالاتر» به میزان ۶۸ درصد تعلق گرفت و کمترین تعداد پاسخگویان به لحاظ سابقه شغلی، به «۳ تا ۵ سال» به میزان ۱۲ درصد تعلق گرفت. به لحاظ میزان آشنایی با سواد رسانه‌ای، بیشترین پاسخ افراد به گویه «زیاد» به میزان ۵۲ درصد تعلق گرفت و کمترین پاسخ افراد به لحاظ میزان آشنایی با سواد رسانه‌ای، به گویه «کم» به میزان ۴ درصد تعلق گرفت.

ب- تحلیل یافته‌ها

طبقه بندی شاخص‌ها در گام نخست، با بهره‌گیری از روش مطالعات کتابخانه ای مشخص گردید. در نهایت از بررسی و تحلیل جامع کتب و مقالات متعدد، ۱۴۴ شاخص اصلی استخراج گردید که در جداول چندگانه طبقه بندی نموده‌ایم. در گام دوم، شاخص‌های ۱۴۴ گانه را در چهار جدول و در قالب نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها، تفکیک نمودیم.

«قوت» در پژوهش حاضر به این مفهوم است که ویژگی‌های مثبت محتوای کتاب موجود چیست؟ چه موضوعات و عناوینی، به درستی در کتاب مطرح و پرداخته شده است که زمینه ساز مصونیت بخشی نسبت به جنگ رسانه‌ای دشمنان خواهد بود؟ امتیاز مثبت، توانایی قابل ملاحظه و مطلوب و بالفعل کتاب درسی چیست؟ شایستگی ممتاز کتاب که به وسیله آن تصویر مثبت ذهنی میان مخاطبان و مواردی از این دست را ایجاد نماید چیست؟ نظر مخاطبان و به ویژه متخصصان امر، درباره ویژگی‌های مثبت کتاب چیست؟ چه عامل یا عواملی شما را از بقیه کتاب‌های موجود مرتبط، جدا می‌کند و برگ برنده شما در عرصه رقابت است؟

«ضعف» در پژوهش حاضر به این مفهوم است که ویژگی‌های منفی محتوای کتاب موجود چیست و در راستای مصونیت سازی مخاطبان نسبت به جنگ رسانه‌ای، چه موضوعات، محورها، سرفصل‌ها و عناوینی به درستی در کتاب مطرح و پرداخته نشده است و یا باید اصلاح یا تکمیل گردد؟ لازم است کدام بخش و محتوای کتاب را بهتر کنیم؟ کدام کار باعث کاهش اثرگذاری موردنظر بر مخاطبان شده است؟ مخاطبان و به ویژه متخصصان امر، نقاط ضعف ما را در چه چیزی می‌بینند؟ کدام سرفصل‌ها، عناوین و محتواهای کتاب درسی موجود از ماهیتی نامطلوب برخوردارند؟

«فرصت» در پژوهش حاضر به این مفهوم است که متناسب با اهداف و راهبردهای دشمنان در حوزه‌های فرهنگی، اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و جنگ نرم رسانه‌ای، چه موضوعات و عناوین محتوایی، امکان طرح در کتاب مطلوب را دارد تا بتوان بر مخاطبان کتاب، مصونیت بخشی بیشتری ایجاد نمود؟ فرصتها، امکانات

مدل مطلوب تدوین کتاب درسی سواد رسانه‌ای با رویکرد مصونیت‌بخشی به جنگ رسانه‌ای

بالقوه‌ای هستند که در ظرف کتاب درسی موردنظر وجود دارند و هنوز به فعلیت در نیامده‌اند و به فعلیت در آمدن امکانات مزبور، نیازمند برنامه‌ریزی، طراحی، مداخلات کالبدی و غیر کالبدی هذقمند است.

«تهدید» در پژوهش حاضر به این مفهوم است که با توجه به شرایط و اوضاع احوال سیاسی و فرهنگی و اقتصادی کشور، در کتاب مطلوب مورد نظر، کدام محتواها و عناوین جدید و تحت چه شرایط یا رویکردهایی، احتمال تبدیل به ضد خود را داشته و اثر معکوس نسبت به مصونیت‌سازی در قبال جنگ رسانه‌ای به همراه خواهد داشت؟

در نهایت در قسمت تحلیل داده‌ها، عوامل شناسایی شده مصونیت‌ساز در قبال جنگ رسانه‌ای است، پرداخته‌شده و در آخر راهبردهایی که حاصل از این بخش بوده، ذکر خواهند شد.

۱- ارزیابی عوامل داخلی و خارجی

پس از تفکیک شاخص‌ها در جداول چهارگانه، اکنون با استفاده از تحلیل «swot» در ابتدا به تفکیک عوامل درونی و بیرونی و سپس تبیین نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها و در نهایت در راستای رتبه‌بندی شاخص‌های طراحی شده و ارزش‌گذاری آنها به تدوین پرسشنامه پرداخته شد که در جدول‌های ذیل بدین صورت می‌باشند.

در این مرحله، تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی صورت می‌گیرد. اصولاً ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی در راستای ارائه تدوین راهبرد مناسب صورت می‌گیرد بدین صورت که پس از تجزیه و تحلیل داده‌های آماری و بررسی میزان امتیازات و اهمیت شاخص‌ها در نهایت می‌توان به تدوین راهبردی مناسب مبادرت ورزید. تجزیه و تحلیل شاخص‌ها و میزان اهمیت و امتیاز هر یک در ماتریس عوامل داخلی و خارجی به صورت ذیل است:

مدل مطلوب تدوین کتاب درسی سواد رسانه‌ای با رویکرد مصونیت‌بخشی به جنگ رسانه‌ای

جدول ۲- تجزیه و تحلیل شاخص‌ها و میزان اهمیت و امتیاز هریک در ماتریس عوامل داخلی و خارجی

ردیف	نقاط قوت	میانگین ضریب اهمیت	ضریب اهمیت نرمالیزه شده	میانگین رتبه	امتیاز موزون
۱	افزایش سطح تفکر انتقادی و قدرت تجزیه و تحلیل و تفسیر پیام‌های رسانه‌ای	۰/۶۲	۰/۰۶۲	۳/۳	۰/۲۰
۲	تبدیل شدن دانش‌آموزان منفعل به مخاطبین واقع‌بین و فعال رسانه‌ها	۰/۶۵	۰/۰۶۵	۳/۶	۰/۲۳
۳	تفکر محوری محتوای کتاب به جای حافظه محوری	۰/۶۵	۰/۰۶۵	۳/۶	۰/۲۳
۴	افزایش سطح توان تحلیل و ارزیابی و ژرف اندیشی	۰/۶۰	۰/۰۶۰	۳/۳	۰/۱۹
۵	آگاهی دهی نسبت به ابعاد و مفاهیم پنهان پیام‌های رسانه‌ای	۰/۷۰	۰/۰۷۰	۳/۶	۰/۲۵
۶	آگاهی دهی نسبت به مفهوم بازنمایی رسانه‌ای و باورها و تفکرات قالبی (کلیشه‌ها)	۰/۷۳	۰/۰۷۳	۳/۶	۰/۲۶
۷	به روز بودن نسبی محتواها و افزایش باور پذیری، جذابیت و درگیر شدن بیشتر دانش‌آموزان	۰/۶۳	۰/۰۶۳	۳/۳	۰/۲۰
۸	تأکید بر مشاهده فیلم و لطیفه‌های رسانه‌ای و در ادامه پذیرش و اثرگذاری بیشتر محتواها	۰/۶۳	۰/۰۶۳	۳/۳	۰/۲۰
۹	مسئله محور بودن عناوین و موضوعات	۰/۶۶	۰/۰۶۶	۳/۶	۰/۲۳
۱۰	تأکید بر فعالیت‌های گروهی و ترغیب دانش‌آموزان به جمع گرایی و کار گروهی به جای فردگرایی	۰/۶۹	۰/۰۶۹	۳/۶	۰/۲۴
۱۱	تحقق رژیم مصرف رسانه‌ای و جلوگیری از اعتیاد اینترنتی	۰/۵۸	۰/۰۵۸	۳/۳	۰/۱۹
۱۲	طراحی گرافیکی مناسب و نسبتاً جذاب (به‌ویژه در قیاس با سایر کتب درسی)	۰/۶۲	۰/۰۶۲	۳/۳	۰/۲۰
۱۳	تبیین بی معنا بودن بی طرفی در عرصه رسانه	۰/۶۱	۰/۰۶۱	۳/۳	۰/۲۰
۱۴	تبیین ۵ سؤال کلیدی و اساسی سواد رسانه‌ای	۰/۷۵	۰/۰۷۵	۳/۶	۰/۲۷
۱۵	توجه دادن مخاطبین به لایه‌های پنهان و پشت پرده‌های یک پیام رسانه‌ای	۰/۶۵	۰/۰۶۵	۳/۶	۰/۲۳

ردیف	نقاط قوت	میانگین ضریب اهمیت	ضریب اهمیت نرمالیزه شده	میانگین رتبه	امتیاز موزون
۱۶	آشنایی با تکنیک‌ها و فنون اقناع سازی	۰/۷۱	۰/۵۷۱	۳/۶	۰/۲۵
۱۷	افزایش روحیه پرسشگری نسبت به منبع، دلیل و اثرات پیام	۰/۶۲	۰/۵۶۲	۳/۳	۰/۲۰
۱۸	معرفی و تبیین مفهوم عناصر و ارزش‌های خبری	۰/۶۳	۰/۵۶۳	۳/۳	۰/۲۰
۱۹	تبیین کلان از نظریه‌ها و دیدگاه‌های مربوط به تأثیر رسانه‌ها بر مخاطب	۰/۶۱	۰/۵۶۱	۳/۳	۰/۲۰
۱	غفلت از واقعیت درگیر بودن کشور در جنگ تمام عیار رسانه‌ای و کم توجهی نسبت به اهداف و راهبردهای اصلی دشمنان در جنگ نرم رسانه‌ای در حوزه‌های مختلف سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی	۰/۶۵	۰/۵۶۵	۱/۶	۰/۱۰
۲	عدم تناسب محتوا و مدل آموزش با فرهنگ، اعتقادات، اهداف و شرایط بومی کشور	۰/۶۴	۰/۵۶۴	۱/۳	۰/۰۸
۳	عدم آگاهی بخشی نسبت به نقش رسانه‌ها در شکل گیری عقاید، باورها، ارزشها و رفتارها و اثرگذاری بر زندگی دانش‌آموزان	۰/۶۵	۰/۵۶۵	۱/۶	۰/۱۰
۴	کم توجهی به معرفی و تبیین اهداف، نمادپردازیها و تکنیک‌های بازی‌های رایانه‌ای دشمنان	۰/۶۰	۰/۵۶۰	۱/۳	۰/۰۷
۵	رشد دانش به دور از رشد خرد و حکمت و تربیت رسانه‌ای مخاطبین	۰/۶۰	۰/۵۶۰	۱/۳	۰/۰۷
۶	کم توجهی به تحلیل گفتمان رسانه‌ها و تسلط بر فهم آنچه در ظاهر تصاویر و پیام‌ها نیست (سواد گفتمانی)	۰/۶۳	۰/۵۶۳	۱/۳	۰/۰۸
۷	عدم ایجاد حساسیت نسبت به درستی یا غلطی و یا راست یا دروغ بودن هر پیام رسانه‌ای و عدم باور و اعتماد کامل به آنها	۰/۶۰	۰/۵۶۰	۱/۳	۰/۰۷
۸	ناتوانی در جهت دهی صحیح به علایق متریبان و عدم معرفی و تبیین فرصت‌های فضای مجازی و و تأکید بر رویکرد رسانه‌هراسانه، محدودیت‌ساز و تهدیدمحور	۰/۶۴	۰/۵۶۴	۱/۳	۰/۰۸
۹	عدم توانمندسازی در افزایش خودکنترلی و خودمراقبتی و تقوای رسانه‌ای	۰/۶۲	۰/۵۶۲	۱/۳	۰/۰۸

مدل مطلوب تدوین کتاب درسی سواد رسانه ای با رویکرد مصونیت بخشی به جنگ رسانه ای

ردیف	نقاط قوت	میانگین ضریب اهمیت	ضریب اهمیت نرمالیزه شده	میانگین رتبه	امتیاز موزون
۱۰	کم توجهی به امر خلاقیت و تولید پیام های رسانه ای بر اساس ذائقه مخاطبان به منظور مقابله یا خنثی سازی اهداف دشمنان	۰/۶۱	۰/۵۶۱	۱/۳	۰/۵۷
۱۱	ناتوانی در ایجاد امکان شناسایی محتوای سالم و ناسالم رسانه در ابعاد مختلف	۰/۵۶	۰/۵۵۶	۱/۳	۰/۵۷
۱۲	عدم ظرفیت سازی جهت تعامل با دیگران و ایجاد شبکه ارتباطات	۰/۵۵	۰/۵۵۵	۱/۳	۰/۵۷
۱۳	متن محوری به جای تصویر محوری در بخش هایی از کتاب	۰/۶۳	۰/۵۶۳	۱/۳	۰/۵۸
۱۴	کم توجهی در ایجاد توان گزینشگری، معنایی و معناسازی در مواجهه با پیام های رسانه ای	۰/۵۹	۰/۵۵۹	۱/۳	۰/۵۷
۱۵	پراکنده گویی و عدم انسجام و پیوستگی منطقی بخشی از عناوین و محتواهای کتاب	۰/۶۰	۰/۵۶۰	۱/۳	۰/۵۷
۱۶	عدم جامعیت و تحت پوشش قرار ندادن برخی موضوعات مهم حوزه سواد رسانه ای	۰/۶۶	۰/۵۶۶	۱/۶	۰/۱۰
۱۷	ثقیل و خشک بودن بخش هایی از محتوای کتاب برای رنج سنی دانش آموزان	۰/۶۵	۰/۵۶۵	۱/۳	۰/۵۸
۱۸	عدم ارائه قالب های متنوع آموزشی همچون فیلم، کلیپ، پاورپوینت، صوت و بازی به پیوست کتاب	۰/۶۳	۰/۵۶۳	۱/۳	۰/۵۸
۱۹	عدم بهره برداری از تصاویر به روز و جذاب در بخش هایی از محتوای کتاب	۰/۶۰	۰/۵۶۰	۱/۳	۰/۵۷
۲۰	کم توجهی به نقش حامیان، مالکین و بازیگردانان اصلی و عقبه های مالی و ایدئولوژیک رسانه ها و ارتباط آن با محتوا	۰/۶۳	۰/۵۶۳	۱/۳	۰/۵۸
۲۱	ناتوانی در ایجاد حساسیت نسبت به مصرف رسانه ای و ایجاد رژیم رسانه ای مناسب با توجه به رشد سرگرمی های مجازی	۰/۵۸	۰/۵۵۸	۱/۳	۰/۵۷
۲۲	عدم پرداختن به سواد بصري، هنري و زیبایی شناسي در بررسی نمادها و نشانه ها	۰/۵۷	۰/۵۵۷	۱/۳	۰/۵۷

ردیف	نقاط قوت	میانگین ضریب اهمیت	ضریب اهمیت نرمالیزه شده	میانگین رتبه	امتیاز موزون
۲۳	عدم تبیین چالش‌ها و مخاطرات حضور بیش از حد در فضای مجازی	۰/۵۸	۰/۵۵۸	۱/۳	۰/۰۷
۲۴	به حاشیه رانده شدن موضوع اخلاق رسانه‌ای و ناتوانی در افزایش اخلاق حرفه‌ای مخاطبین	۰/۵۹	۰/۵۵۹	۱/۳	۰/۰۷
۲۵	عدم تمرکز کافی بر روی مقوله بسیار مهم شبکه‌های اجتماعی	۰/۶۱	۰/۵۶۱	۱/۳	۰/۰۷
۲۶	عدم افزایش آگاهی نسبت به مفهوم رسانه و انواع رسانه‌ها و سیر تحول ارتباطات در طول تاریخ	۰/۵۸	۰/۵۵۸	۱/۳	۰/۰۷
۲۷	کلی و مبهم بودن تعریف سواد رسانه‌ای	۰/۵۲	۰/۵۵۲	۱/۳	۰/۰۶
۲۸	کم‌رنگ بودن محتوای مبتنی بر معرفی و تبیین نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات در دنیای امروز	۰/۵۵	۰/۵۵۵	۱/۳	۰/۰۷
۲۹	عدم انداز نسبت به آسیب‌ها و معایب وقت سپاری بیش از حد در بازی‌های رایانه‌ای و تبیین مضادفی پیش‌برد اهداف دشمنان از این روش	۰/۶۰	۰/۵۶۰	۱/۳	۰/۰۷
۳۰	عدم تبیین مزایای فراگیری سواد رسانه‌ای و معایب عدم یادگیری آن برای عموم مردم و مسئولین	۰/۵۵	۰/۵۵۵	۱/۳	۰/۰۷
۳۱	عدم تبیین عواقب مرجعیت رسانه‌ای سلبریتی‌ها در رسانه و جامعه	۰/۶۰	۰/۵۶۰	۱/۳	۰/۰۷
۳۲	عدم تبیین آثار مثبت و سازنده نشر خبر خوب در جامعه	۰/۶۲	۰/۵۶۲	۱/۳	۰/۰۸
۳۳	عدم آگاهی بخشی و معرفی پایگاه‌های اینترنتی مفید و سازنده	۰/۶۱	۰/۵۶۱	۱/۳	۰/۰۷
۳۴	عدم آموزش روش‌های اصولی تحلیل	۰/۶۰	۰/۵۶۰	۱/۳	۰/۰۷
۳۵	ناتوانی در گفتمان سازی مثبت و پذیرش نسبی برخی گفتمان‌های غلط غالب	۰/۵۸	۰/۵۵۸	۱/۳	۰/۰۷
۳۶	عدم توانمندسازی در برخورد سریع و مناسب با عوامل تهدیدزا	۰/۵۷	۰/۵۵۷	۱/۳	۰/۰۷

مدل مطلوب تدوین کتاب درسی سواد رسانه ای با رویکرد مصونیت بخشی به جنگ رسانه ای

ردیف	نقاط قوت	میانگین ضریب اهمیت	ضریب اهمیت نرمالیزه شده	میانگین رتبه	امتیاز موزون
۳۷	عدم تناسب محتواها با فرهنگ و آداب و رسوم متنوع بخش‌ها و شهرهای مختلف کشور	۰/۵۷	۰/۵۵۷	۱/۳	۰/۵۷
۳۸	سوق دهی دانش‌آموزان به تمرکز و تحلیل برنامه‌های مخاطب پسند (مانند نود و خندوانه)	۰/۶۰	۰/۵۶۰	۱/۳	۰/۵۷
۳۹	زمان بر بودن فعالیت‌های گروهی و انتظار انجام گروهی فعالیت‌های در خانه	۰/۶۰	۰/۵۶۰	۱/۳	۰/۵۷
۴۰	اقتباسی و دانلودی بودن تصاویر	۰/۶۶	۰/۵۶۶	۱/۶	۰/۱۰
۴۱	به حاشیه رانده شدن رسانه‌های سنتی اثرگذار مانند کتاب	۰/۶۰	۰/۵۶۰	۱/۳	۰/۵۷
۴۲	دامن زدن به کلیشه‌های جنسیتی به ویژه در موضوع کلیشه بدن	۰/۶۲	۰/۵۶۲	۱/۳	۰/۵۸
۴۳	ایجاد نگاه غیرواقع‌بینانه و ایده‌آل‌گرا و فانتزی به شرایط و اوضاع زمان در جهان	۰/۵۵	۰/۵۵۵	۱/۳	۰/۵۷
۴۴	انباشت و حجیم بودن اطلاعات و محتواهای دانشی و غفلت از رویکرد مهارتی سواد رسانه ای	۰/۵۷	۰/۵۵۷	۱/۳	۰/۵۷
۴۵	ناتوانی در کاهش رفتارهای احساسی و افراط و تفریط‌ها و سیاه و سفید دیدن‌ها	۰/۵۵	۰/۵۵۵	۱/۳	۰/۵۷
۴۶	تبلیغات برخی شرکت‌های خاص تجاری و اقتصادی در طرح موضوع فنون اقناع سازی	۰/۵۵	۰/۵۵۵	۱/۳	۰/۵۷
۴۷	عدم ایجاد توانایی و روحیه فعال و کنشگر و صرفاً تقویت رویکرد انفعالی و واکنشی نسبت به تهاجمات رسانه‌ای و بحران‌ها	۰/۶۲	۰/۵۶۲	۱/۳	۰/۵۸
نمره نهایی عوامل داخلی (نقاط قوت و ضعف)		۷/۵۵			

جدول ۳ - فرصت‌ها و تهدیدها

ردیف	فرصت‌ها	میانگین ضریب اهمیت	ضریب اهمیت نرمالیزه شده	میانگین رتبه	امتیاز موزون
۱	ترویج روحیه دغدغه مندی و مسئولیت پذیری و پرهیز از بی تفاوتی در عرصه‌های مختلف	۰/۶۵	۰/۰۶۵	۳/۶	۰/۲۳
۲	انتقال، نهادینه سازی و انگاره سازی مناسب آموزه‌ها و معارف ناب دینی و ارزشهای ملی و انقلابی	۰/۵۹	۰/۰۵۹	۳/۳	۰/۱۹
۳	تقویت امید به آینده	۰/۵۷	۰/۰۵۷	۳/۳	۰/۱۸
۴	انذار نسبت به روابط ناسالم، فساد اخلاقی، فرهنگ اباحه گری، انحرافات جنسی و حیازدایی	۰/۵۶	۰/۰۵۶	۳/۳	۰/۱۸
۵	ترویج سبک زندگی اسلامی-ایرانی و ایجاد ذائقه فرهنگی متناسب با آن	۰/۵۸	۰/۰۵۸	۳/۳	۰/۱۹
۶	اثرات منفی فرهنگ ارباب رعیتی، اشرافی‌گری، مادی‌گرایی، مسابقه ثروت‌اندوزی، پول پرستی و لذت طلبی	۰/۶۴	۰/۰۶۴	۳/۳	۰/۲۱
۷	تقبیح گرایش به ظواهر دین و غفلت از مسائل بنیادی دین و همچنین تقویت و استحکام اعتقادات و باورهای دینی	۰/۵۸	۰/۰۵۸	۳/۳	۰/۱۹
۸	الگودهی و معرفی ابعاد شخصیتی شخصیت‌های تراز انقلاب اسلامی از قبیل شهید سلیمانی و...	۰/۵۸	۰/۰۵۸	۳/۳	۰/۱۹
۹	تقبیح دین زدگی و دین گریزی در جامعه	۰/۵۹	۰/۰۵۹	۳/۳	۰/۱۹
۱۰	ایجاد یا تقویت روحیه اعتماد به نفس و عزت نفس ملی	۰/۶۱	۰/۰۶۱	۳/۳	۰/۲۰
۱۱	اثرات منفی فرهنگ باهم‌جواری (مدگرایی، چشم و هم‌چشمی، رواج خرافات و...)	۰/۶۵	۰/۰۶۵	۳/۳	۰/۲۱
۱۲	افزایش سطح معنویت و ایجاد علاقه مندی به شعائر دینی مانند مساجد و محافل مذهبی و ...	۰/۵۵	۰/۰۵۵	۳/۳	۰/۱۸
۱۳	ترویج عفت و فرهنگ حجاب و پوشش	۰/۵۵	۰/۰۵۵	۳/۳	۰/۱۸
۱۴	تبیین راه‌های قانونی و مسالمت آمیز حل معضلات فرهنگی-اجتماعی برای جلوگیری از تبدیل شدن این معضلات به بحران‌ها و پدیده‌های سیاسی جریان ساز	۰/۵۷	۰/۰۵۷	۳/۳	۰/۱۸
۱۵	تثبیت و تقویت ارزش‌ها و مفاهیم سیاسی نظام اسلامی نظیر انقلاب اسلامی، استکبارستیزی، گفتمان مقاومت، استقلال سیاسی و ...	۰/۶۰	۰/۰۶۰	۳/۳	۰/۱۹

مدل مطلوب تدوین کتاب درسی سواد رسانه ای با رویکرد مصونیت بخشی به جنگ رسانه ای

ردیف	فرصت ها	میانگین ضریب اهمیت	ضریب اهمیت نرمالیزه شده	میانگین رتبه	امتیاز موزون
۱۶	تقویت باور نسبت به مفهوم کارآمدی نظام اسلامی به‌ویژه با مقایسه واقع بینانه پیشرفت‌ها و دستاوردهای قبل و بعد از انقلاب و نیز مقایسه و تحلیل عالمانه نسبت به کشورهای منطقه و جهان	۰/۶۰	۰/۰۶۰	۳/۳	۰/۱۹
۱۷	تبیین دلایل واقعی برخی عقب‌ماندگی‌ها، کاستی‌ها و رشدنایافتگی‌ها در کشور و تقبیح ناامیدی از اصلاح امور در آینده	۰/۵۶	۰/۰۵۶	۳/۳	۰/۱۸
۱۸	تبیین پیوند دین و سیاست و تقبیح نفوذ آشکار یا پنهان سکولاریسم در لایه‌های مختلف فکری و رفتاری	۰/۵۶	۰/۰۵۶	۳/۳	۰/۱۸
۱۹	تبیین کلی سواد سیاسی و تقبیح همزمان سیاست زدگی و سیاست گرایی	۰/۵۳	۰/۰۵۳	۳/۳	۰/۱۷
۲۰	تقبیح جریان فتنه، سازش، و عناصر تجدید نظرطلب در حاکمیت	۰/۵۶	۰/۰۵۶	۳/۳	۰/۱۸
۲۱	تبیین درست و دقیق از آرمان ها، افکار و عقاید بنیانگذار انقلاب	۰/۵۹	۰/۰۵۹	۳/۳	۰/۱۹
۲۲	تقویت روحیه وفاق و همبستگی بین مردم و مسئولین و تبیین صحیح چرایی شکاف آنها در برهه‌هایی از تاریخ انقلاب	۰/۵۵	۰/۰۵۵	۳/۳	۰/۱۸
۲۳	یادآوری هدفمند حافظه تاریخی مردم در موضوعات مهم و سرنوشت‌ساز	۰/۵۵	۰/۰۵۵	۳/۳	۰/۱۸
۲۴	تبیین اثر واقعی مشارکت سیاسی مردم در عرصه‌های مختلف حکومت و لزوم انتخاب‌های درست توسط مردم به‌جای ترویج فرهنگ حکومت‌ستیزی	۰/۵۱	۰/۰۵۱	۳/۳	۰/۱۶
۲۵	تبیین آسیب‌ها و مضرات روند و فرهنگ مصرف گرایی و مصرف زدگی	۰/۵۹	۰/۰۵۹	۳/۳	۰/۱۹
۲۶	گفتمان سازی نسبت به مقوله اقتصاد مقاومتی و تبیین راهبردها و راهکارها	۰/۵۵	۰/۰۵۵	۳/۳	۰/۱۸
۲۷	تبیین واقعی از وضعیت اقتصادی کشور	۰/۵۲	۰/۰۵۲	۳/۳	۰/۱۷
۲۸	تبیین نقش، جایگاه و فرصت‌های صنعت رسانه در اقتصاد، اشتغال، کارآفرینی و... در فضای بین المللی و داخلی	۰/۵۷	۰/۰۵۷	۳/۳	۰/۱۸
۲۹	تبیین حقیقی آثار و پیامدهای تحریم اقتصادی یا برداشته شدن تحریم ها	۰/۵۱	۰/۰۵۱	۳/۳	۰/۱۶

ردیف	فرصت‌ها	میانگین ضریب اهمیت	ضریب اهمیت نرمالیزه شده	میانگین رتبه	امتیاز موزون
۳۰	تبیین و روشن‌گری نسبت به نفوذ اقتصادی و حقیقت برخی ناهنجاری‌های اقتصادی	۰/۵۲	۰/۰۵۲	۳/۳	۰/۱۷
۳۱	افزایش اعتماد عمومی به تولیدات داخلی و تبیین آثار کلان اقتصادی در صورت خرید محصولات داخلی	۰/۵۵	۰/۰۵۵	۳/۳	۰/۱۸
۳۲	بیان تاریخچه و هدف آموزش سواد رسانه‌ای در برخی کشورها (که با رویکرد مقابله با تهاجم فرهنگی علیه کشورهاشان است)	۰/۵۶	۰/۰۵۶	۳/۳	۰/۱۸
۳۳	تبیین حقیقت وجودی دشمن و انواع آن و نیز اهداف راهبردی دشمنان در مقابله و اعمال فشار علیه جمهوری اسلامی ایران	۰/۵۵	۰/۰۵۵	۳/۳	۰/۱۸
۳۴	سیر تطور جنگ‌ها و دشمنی‌ها از منظر تاریخی و تبیین ویژگی‌ها و تفاوت‌های جنگ سخت و جنگ نرم	۰/۵۵	۰/۰۵۵	۳/۳	۰/۱۸
۳۵	جنگ روانی از منظر تاریخ اسلام و تبیین نزاع همیشگی جبهه‌ها و جریان‌های حق و باطل	۰/۵۲	۰/۰۵۲	۳/۳	۰/۱۷
۳۶	تبیین مفهوم و مصادیق جنگ و عملیات روانی	۰/۵۴	۰/۰۵۴	۳/۳	۰/۱۷
۳۷	تبیین مفهوم و مصادیق پروپاگاندا، تبلیغات سیاسی، جنگ شناختی و ...	۰/۵۱	۰/۰۵۱	۳/۳	۰/۱۶
۳۸	تبیین مفاهیم استعمار، استعمار نو و استعمار فرانو	۰/۵۴	۰/۰۵۴	۳/۳	۰/۱۷
۳۹	روشن‌گری اهداف راهبردی و خطرناک و مهلک دشمنان در جنگ نرم و هوشمند به همراه بیان مصادیق جریان‌سازی‌های رسانه‌ای در راستای این اهداف	۰/۵۶	۰/۰۵۶	۳/۳	۰/۱۸
۴۰	اهمیت و جایگاه افکار عمومی در عصر جدید	۰/۵۳	۰/۰۵۳	۳/۳	۰/۱۷
۴۱	تبیین حقایق پنهان غرب در حوزه‌های مختلف سیاسی و اجتماعی و فرهنگی	۰/۵۵	۰/۰۵۵	۳/۳	۰/۱۸
۴۲	تبیین چرایی و تاریخچه دشمنی‌های استکبار جهانی قبل و بعد از انقلاب	۰/۵۳	۰/۰۵۳	۳/۳	۰/۱۷
۴۳	عدم تبیین صحیح جنگ روایت‌ها توسط رسانه‌ها	۰/۵۴	۰/۰۵۴	۳/۳	۰/۱۷
۴۴	تبیین بایدها و نبایدهای مقوله فیلترینگ	۰/۵۵	۰/۰۵۵	۳/۳	۰/۱۸
۴۵	معرفی، تحلیل و نقد گلچینی از فیلم‌های سینمایی، مستندها، انیمیشن‌ها، بازی رایانه‌ای و کتاب متناسب با اهداف و موضوعات سواد رسانه	۰/۶۰	۰/۰۶۰	۳/۳	۰/۱۹
۴۶	تبیین اهمیت ایجاد شبکه ملی اطلاعات به عنوان مولد مزیت‌های متنوع اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی و ...	۰/۵۳	۰/۰۵۳	۳/۳	۰/۱۷

مدل مطلوب تدوین کتاب درسی سواد رسانه‌ای با رویکرد مصونیت‌بخشی به جنگ رسانه‌ای

ردیف	فرصت‌ها	میانگین ضریب اهمیت	ضریب اهمیت نرمالیزه شده	میانگین رتبه	امتیاز موزون
۴۷	تبیین مفهوم، ابعاد و زوایای تهاجم و جنگ نرم رسانه‌ای	۰/۵۸	۰/۰۵۵۸	۳/۳	۰/۱۹
۴۸	تبیین نظام قانونی و رگولاتوری کشورهای توسعه یافته در مواجهه با رسانه‌ها و فضای مجازی	۰/۵۰	۰/۰۵۵۰	۳/۳	۰/۱۶
۴۹	تبیین مفهوم هنر ارزشی و متعهد و شاخصه‌های آن	۰/۵۲	۰/۰۵۵۲	۳/۳	۰/۱۷
۵۰	عدم آگاهی دهی به جریان رسانه‌های اصلی و معرفی مصداقی و عینی این رسانه‌ها در فضای بین‌المللی	۰/۵۵	۰/۰۵۵۵	۳/۳	۰/۱۸
۵۱	معرفی انواع مغالطات و انواع خطاهای در تفکر و استدلال	۰/۵۳	۰/۰۵۵۳	۳/۳	۰/۱۷
۵۲	تحلیل واقعی و سیستمی از چرایی آمارهای موجود تعجب‌برانگیز ناهنجاری‌ها، آسیب‌ها، معضلات و چالش‌ها و بزهکاری‌های اجتماعی در کشور	۰/۵۲	۰/۰۵۵۲	۳/۳	۰/۱۷
۵۳	تبیین جایگاه، اهمیت، نقش و کارکرد بنیان خانواده و نیز فواید تشکیل خانواده	۰/۵۶	۰/۰۵۵۶	۳/۳	۰/۱۸
۵۴	تقبیح قانون‌گریزی و ترویج قانون‌مداری	۰/۶۰	۰/۰۶۰۰	۳/۳	۰/۱۹
۵۵	تقویت همبستگی اجتماعی و نکوداشت خلیفات و آداب و رسوم ملی و اقوام اصیل ایرانی	۰/۵۸	۰/۰۵۵۸	۳/۳	۰/۱۹
۵۶	تبیین قابلیت رسانه‌های اجتماعی در امر ظرفیت‌سازی در فضای مجازی با هدف عضوگیری، جذب، سازماندهی و ساختارسازی به منظور کنشگری اجتماعی	۰/۵۵	۰/۰۵۵۵	۳/۳	۰/۱۸
۵۷	انذار نسبت به بالاتر رفتن سن ازدواج و معضل طلاق	۰/۵۴	۰/۰۵۵۴	۳/۳	۰/۱۷
۵۸	تقبیح خوی اشرافی‌گری، مد‌گرایی و زوال فرهنگ ساده‌زیستی	۰/۶۰	۰/۰۶۰۰	۳/۳	۰/۱۹
۵۹	مقایسه هدفمند سرانه مطالعه و مصرف رسانه‌ای و تبیین تفاوت اثربخشی مطالعه کتاب با مطالعه سطحی و روزمره در فضای مجازی	۰/۶۰	۰/۰۶۰۰	۳/۳	۰/۱۹
۶۰	تبیین خطر بزرگ تحدید نسل برای آینده کشور و لزوم ازدیاد نسل و افزایش جمعیت	۰/۵۴	۰/۰۵۵۴	۳/۳	۰/۱۷
۶۱	اهمیت کسب مهارت شغلی و تقبیح تب‌مدرک‌گرایی	۰/۵۳	۰/۰۵۵۳	۳/۳	۰/۱۷
۶۲	انذار نسبت به اعتیاد به مواد مخدر، داروهای روان‌گردان و کاهش سن اعتیاد	۰/۶۰	۰/۰۶۰۰	۳/۳	۰/۱۹
۱	عدم اعتقاد به استقلال فرهنگی و ترویج فرهنگ‌های محلی و جهانی شدن	۰/۵۳	۰/۰۵۵۳	۱/۳	۰/۰۶

ردیف	فرصت‌ها	میانگین ضریب اهمیت	ضریب اهمیت نرمالیزه شده	میانگین رتبه	امتیاز موزون
۲	دسترسی و استفاده نامتعارف از رسانه‌های دیجیتال و نوظهور	۰/۵۵	۰/۵۵۵	۱/۳	۰/۰۷
۳	علنی بودن برخی القائات	۰/۵۲	۰/۵۵۲	۱/۳	۰/۰۶
۴	اعمال و داخل نمودن نظرات شخصی و تعلقات حزبی و جناحی در محتوای درسی و در نظر نگرفتن مصالح ملی	۰/۵۰	۰/۵۵۰	۱/۳	۰/۰۶
۵	خلاقیت کشی و کم توجهی به عناصر ابتکار و خلاقیت و شکوفایی استعدادها	۰/۰۶	۱/۳	۰/۵۵۱	۰/۵۱
۶	چندگانگی فرهنگی در جامعه (ایرانی، اسلامیت، قومیت، فرهنگ پایتخت، فرهنگ غرب و ...)	۰/۵۶	۰/۵۵۶	۱/۳	۰/۰۷
۷	غلبه رویکرد کمیت محور و سطحی به رویکرد کیفیت محور	۰/۵۶	۰/۵۵۶	۱/۳	۰/۰۷
۸	القای ناخواسته فرد گرایی	۰/۵۶	۰/۵۵۶	۱/۳	۰/۰۷
۹	از خود بیگانگی فرهنگی و رشد نفوذ تفکر و فرهنگ غربی از طریق تصویرسازی مثبت نسبت به غرب	۰/۵۸	۰/۵۵۸	۱/۳	۰/۰۷
۱۰	بی اعتمادی مخاطبین بعثت عدم بی طرفی و سکوت و یا کم توجهی به برخی وقایع چالشی یا خوانش‌های متفاوت	۰/۵۵	۰/۵۵۵	۱/۳	۰/۰۷
۱۱	فقدان دیدگاه جامع سیاست گذاران نسبت به برنامه‌ریزی برای کاهش مخاطرات رسانه‌های دشمن	۰/۵۴	۰/۵۵۴	۱/۳	۰/۰۷
۱۲	مشارکت پایین نهادها و ارگان‌های متخصص و صاحب نظر در عرصه جنگ رسانه‌ای جهت افزایش مصونیت و آمادگی‌ها	۰/۵۶	۰/۵۵۶	۱/۳	۰/۰۷
۱۳	بی توجهی به آسیب پذیری‌ها و تفاوت‌های شخصیتی و سنی در قبال پیام‌های رسانه‌ای	۰/۵۵	۰/۵۵۵	۱/۳	۰/۰۷
۱۴	کم توجهی به عدم رعایت حریم خصوصی شخصیت‌ها و چهره‌ها	۰/۵۰	۰/۵۵۰	۱/۳	۰/۰۶
۱۵	اعمال سلیقه‌های شخصی سیاست گذاران و دست اندرکاران کتاب درسی	۰/۶۲	۰/۵۶۲	۱/۳	۰/۰۸
۱۶	ترویج و افزایش هیجانات، خوشی‌ها، تفریحات و سرگرمی‌های کاذب	۰/۶۲	۰/۵۶۲	۱/۳	۰/۰۸
	نمره نهایی عوامل خارجی (فرصت‌ها و تهدیدها)				۹/۳۶

تعیین راهبردهای مناسب و اولویت بندی آنها

هر کدام از راهبردهای چهارگانه ذکر شده در روش «SWOT»، به صورت کنشگر یا واکنشی در جهت رشد سیستم گام برمی دارند.

الف- راهبردهای تهاجمی SO : این راهبردها از برخورد قوت های درونی با فرصت های بیرونی حاصل می شوند و سعی بر استفاده حداکثری از فرصت های محیطی با به کارگیری نقاط قوت دارند. این راهبرد به دنبال این است که چگونه می توان با بهره گیری از نقاط قوت حداکثر بهره برداری را از فرصت ها انجام داد. این راهبرد می تواند یک حالت هم افزایی در سازمان (یا محصول) ایجاد کند. هر سازمانی به دنبال این است که در این موقعیت قرار داشته باشد تا بتواند با بهره گیری از توانمندیها، استفاده از فرصت ها را به حداکثر برساند. این حالت، مطلوب ترین و مناسب ترین حالت برای سازمان است و به این معنی است که سازمان ضمن آن که از توانایی ها و نقاط قوت در خور و قابل اتکایی برخوردار است، در محیط تعاملی و زمینه ای خود نیز با فرصت های مناسب و گران بهایی مواجه است. بنابراین، این دسته از راهبردها چگونگی به کارگیری توان موجود سازمان در جهت بهره برداری حداکثری از فرصت های مغتنم محیطی را بیان می دارد (احمدی، ۱۳۹۰، ۶۹)

ب- راهبردهای انطباقی WO : این راهبردها از برخورد ضعف های درونی با فرصت های بیرونی حاصل می شوند و در راستای استفاده از مزیت های بالقوه ای که در فرصت های محیطی نهفته است، برای جبران نقاط ضعف موجود تدوین می شود. این راهبرد به دنبال این است که چگونه باید با بهره گیری از فرصت ها نقاط ضعف را تبدیل به نقطه قوت کرد یا از شدت نقاط ضعف کاست. این راهبرد براساس توانمندی شرکت در مقابل تهدیدات بنا شده است و هدف آن افزایش توانمندی های موجود و کاهش تهدیدات با طراحی دوره های آموزشی است. احمدی و دیگران، (۱۳۸۹: ۱۰۹) هدف این راهبرد، کاهش نقاط ضعف و افزایش فرصت هاست. گاه سازمان ها به دلیل برخورداری از ضعف های اساسی، امکان استفاده از فرصت های به دست آمده را ندارند، لذا طراحی دوره های آموزشی

به منظور از بین بردن نقاط ضعف می‌تواند آنان را در استفاده از فرصت‌ها توانمند کند. در این حالت، هر چند فرصت‌های متعدد و گران‌بهای برای سازمان در محیط فراهم است ولی از سوی دیگر ضعف‌ها و ناتوانی‌ها و آسیب‌پذیری‌های جدی نیز آن در بر گرفته است، بنابراین، با استفاده از راهبردهای (W0) باید نهایت تلاش خود را برای جبران ضعف‌ها و ناتوانی‌های خود با استفاده از فرصت‌های محیطی به کار بندد.

ج- راهبردهای اقتضایی ST : این راهبردها از برخورد قوت‌های درونی با تهدیدهای بیرونی حاصل می‌شوند و سعی بر استفاده از نقاط قوت برای ممانعت از مواجه شدن با تهدیدها دارد. این راهبرد به دنبال این است که چگونه با استفاده از نقاط قوت می‌توان اثر تهدیدات را حذف کرد یا کاهش داد. در این حالت، سازمان هر چند از قوت‌ها و توانایی‌های قابل‌اتکایی برخوردار است ولی، در محیط تعاملی و زمینه‌های خود نیز با چالش‌ها و تهدیدهای متعدد و جدی روبرو است. بنابراین، این دسته از راهبردها چگونگی بهره‌گیری از حداکثر توان موجود برای مقابله بهینه با فشارها، چالش‌ها و تهدیدهای محیطی را ترسیم می‌کند.

د- راهبردهای تدافعی WT : این راهبردها از برخورد ضعف‌های درونی با تهدیدهای بیرونی حاصل می‌شوند و برای به حداقل رساندن زیان‌های ناشی از تهدیدها و نقاط ضعف هستند. این حالت بدترین دشوارترین و مخاطره‌آمیزترین شرایط را برای فعالیت سازمان ترسیم می‌کند. زیرا، علیرغم آن که با ضعف‌ها و ناتوانی‌های متعدد و قابل‌توجهی مواجه است، در محیط‌های تعاملی یا زمینه‌ای خود نیز با فشارها، چالش‌ها و تهدیدهای گوناگونی باید مقابله کند. (Duarte & et al, 2006, 34) از این رو، با استفاده از راهبردهای (WT) سازمان می‌تواند نقاط ضعف خود را پوشش دهد یا آسیب‌پذیری‌های خود را از ناحیه تهدیدهای محیطی به حداقل رساند و حتی در صورت امکان، خود را از گزند این آسیب‌ها و تهدیدها مصون و به دور نگه دارد به تعبیری سازمان به دنبال این است که چگونه باید با کاهش دادن نقاط ضعف تاثیر تهدیدها را کاهش داد یا حذف کرد. هدف این راهبرد، کاهش نقاط ضعف و تهدیدات تا حد امکان است.

مدل مطلوب تدوین کتاب درسی سواد رسانه ای با رویکرد مصونیت بخشی به جنگ رسانه ای

طبق محاسبات، ماتریس داخلی- خارجی از تلفیق ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و ماتریس ارزیابی عوامل خارجی به دست می آید و نتیجه آن، راهبرد اتخاذی را نشان می دهد. با توجه به نتایج کسب شده از ماتریس های بالا، نمره نهایی هر دوحیط داخلی و خارجی را به ۲ تقسیم می کنیم. دلیل این امر، دو زیرمجموعه متفاوتی است که هریک از این دو محیط از آنها تشکیل شده اند (نقاط قوت، ضعف در محیط داخلی و فرصت ها و تهدیدها در محیط خارجی). ماتریس داخلی- خارجی به شکل زیر ترسیم می شود.

جدول ۴- ماتریس داخلی- خارجی

۳/۷۷	امتیاز ماتریس ارزیابی عوامل داخلی
۴/۶۸	امتیاز ماتریس ارزیابی عوامل خارجی



شکل ۲ - امتیاز ماتریس

همانطور که مشاهده می‌شود، نقطه تلاقی امتیازهای عوامل داخلی و خارجی، در بخش به‌کارگیری راهبردهای تهاجمی است. به طور کلی هدف از این استراتژی طبق آنچه ذکر شد، استفاده حداکثری از فرصت‌های محیطی با به‌کارگیری نقاط قوت بوده و کم کردن نقاط ضعف داخلی و پرهیز از تهدیدات ناشی از محیط خارجی مورد تأکید است.

نتیجه‌گیری

از جمله سؤالاتی که ضروری به نظر می‌رسید به آن پرداخته شده و پاسخ‌های درخوری به آن داده شود، این بود که قوت‌ها و ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدات درس کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای آموزش و پرورش چیست؟ طبق آنچه براساس مطالعات کتابخانه‌ای و نظرات کارشناسان جمع آوری گردید، تعداد ۱۴۴ سنجه در قالب نقاط قوت (۱۹ شاخص)، نقاط ضعف (۴۷ شاخص)، فرصت‌ها (۶۲ شاخص) و تهدیدها (۱۶ شاخص) تفکیک گردید. با توجه با اعلام نظرات کارشناسی، تعداد ۷ اولویت ابتدائی هر یک از این بخش‌ها و عناوین، در جدول زیر ذکر می‌گردد:

جدول ۵- نتیجه‌گیری

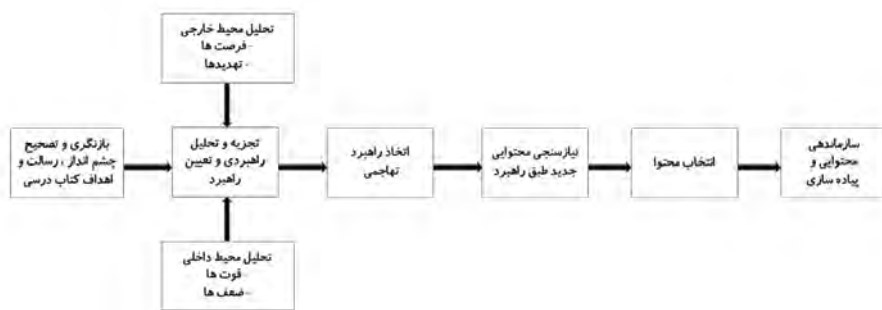
نقاط قوت
تبیین ۵ سوال کلیدی و اساسی سواد رسانه‌ای
آشنایی با تکنیک‌ها و فنون اقناع سازی
آگاهی دهی نسبت به مفهوم بازنمایی رسانه‌ای و باورها و تفکرات قالبی (کلیشه‌ها)
افزایش روحیه پرسشگری نسبت به منبع، دلیل و اثرات پیام
تبدیل شدن دانش‌آموزان منفعل به مخاطبین واقع بین و فعال رسانه‌ها
افزایش سطح تفکر انتقادی و قدرت تجزیه و تحلیل و تفسیر پیام‌های رسانه‌ای
آگاهی دهی نسبت به ابعاد و مفاهیم پنهان پیام‌های رسانه‌ای
نقاط ضعف
غفلت از واقعیت درگیر بودن کشور در جنگ تمام عیار رسانه‌ای و کم توجهی نسبت به اهداف و راهبردهای اصلی دشمنان در جنگ نرم رسانه‌ای در حوزه‌های مختلف سیاسی، اقتصادی، اتماعی، فرهنگی و رسانه‌ای
عدم تناسب محتوا و مدل آموزش با فرهنگ، اعتقادات، اهداف و شرایط بومی کشور

مدل مطلوب تدوین کتاب درسی سواد رسانه‌ای با رویکرد مصونیت‌بخشی به جنگ رسانه‌ای

عدم تبیین عواقب مرجعیت رسانه‌ای سلبریتی‌ها در رسانه و جامعه
عدم تبیین آثار مثبت و سازنده نشر "خبر خوب" در جامعه
ثقیل و خشک بودن بخش‌هایی از محتوای کتاب برای رنج سنی دانش‌آموزان
کم توجهی به امر خلاقیت و تولید پیام‌های رسانه‌ای براساس ذائقه مخاطبان به منظور مقابله با خنثی سازی اهداف دشمنان
ناتوانی در جهت دهی صحیح به علایق متریبیان و عدم معرفی و تبیین فرصت‌های فضای مجازی و و تأکید بر رویکرد رسانه هراسانه، محدودیت ساز و تهدیدمحور
فرصت‌ها
ترویج روحیه دغدغه مندی و مسئولیت پذیری و پرهیز از بی تفاوتی در عرصه‌های مختلف
انتقال، نهادینه سازی و انگاره سازی مناسب آموزه‌ها و معارف ناب دینی و ارزشهای ملی و انقلابی
تبیین مفهوم و مصادیق جنگ و عملیات روانی
تبیین حقایق پنهان غرب در حوزه‌های مختلف سیاسی و اجتماعی و فرهنگی
تبیین حقیقت وجودی دشمن و انواع آن و نیز اهداف راهبردی دشمنان در مقابله و اعمال فشار علیه جمهوری اسلامی ایران
تقویت باور نسبت به مفهوم کارآمدی نظام اسلامی به‌ویژه با مقایسه واقع بینانه پیشرفت‌ها و دستاوردهای قبل و بعد از انقلاب و نیز مقایسه و تحلیل عالمانه نسبت به کشورهای منطقه و جهان
تقویت امید به آینده
تهدیدها
از خود بیگانگی فرهنگی و رشد نفوذ تفکر و فرهنگ غربی از طریق تصویرسازی مثبت نسبت به غرب
مشارکت پایین نهادها و ارگان‌های متخصص و صاحب نظر در عرصه جنگ رسانه‌ای جهت افزایش مصونیت و آمادگی‌ها
اعمال سلیقه‌های شخصی سیاست‌گذاران و دست اندرکاران کتاب درسی
غلبه رویکرد کمیت محور و سطحی به رویکرد کیفیت محور
علنی و مستقیم بودن برخی القائات
عدم اعتقاد به استقلال فرهنگی و ترویج فرهنگ‌های محلی و جهانی شدن
فقدان دیدگاه جامع سیاست‌گذاران نسبت به برنامه‌ریزی برای کاهش مخاطرات رسانه‌های دشمن

مدل مطلوب تدوین کتاب درسی سواد رسانه‌ای با رویکرد مصونیت‌بخشی به جنگ رسانه‌ای

همچنین پاسخ به این سؤال که چه مدل و راهبردی برای آموزش سواد رسانه‌ای بومی با تأکید بر مصونیت‌بخشی نسبت به جنگ رسانه‌ای، مناسب و مطلوب خواهد بود، در طرحواره زیر به آن پاسخ داده شده است.



شکل ۳- طرحواره مدل و راهبرد آموزش سواد رسانه‌ای با تأکید بر مصونیت‌بخشی

از مجموع پاسخ‌ها نیز این نتیجه حاصل شد که با استفاده از راهبرد تهاجمی که از برخورد قوت‌های درونی با فرصت‌های بیرونی حاصل می‌شوند، سعی بر استفاده حداکثری از فرصت‌های محیطی با به کارگیری نقاط قوت صورت پذیرد. این راهبرد به دنبال این است که چگونه می‌توان با بهره‌گیری از نقاط قوت حداکثر بهره‌برداری را از فرصت‌ها انجام داد. طبق این استراتژی می‌بایست مدلی بومی آموزش سواد رسانه‌ای با رویکرد تجهیز نوجوانان در برابر بمباران اطلاعاتی و حمله‌های فرهنگی و رسانه‌ای دشمنان تدوین و تدریس گردد. لزوم مصونیت‌سازی و حراست از فرهنگ کشور در مقابل تهاجم یا ورود فرهنگ‌های بیگانه و تحقق اهداف سوء یا استعماری آنان و نیز افزایش توانمندی عموم مردم و حتی نخبگان و مسئولین نسبت به جنگ رسانه‌ای دشمنان، می‌بایست از اصول این آموزش قرار گیرد. در این صورت دانش‌آموزان به حقیقت وجود دشمن، اعتقاد راسخی داشته و در اذهان خود، آن را توهمی و انتزاعی نمی‌دانند؛ اینکه طبق آموزه‌های دینی، باور و تصور درستی از صحنه نبرد دائمی جریان حق و باطل داشته باشند؛ اینکه نسبت به واقعیت‌های موجود در دوره کنونی و وقوع جنگ هوشمند ترکیبی، آگاهی داشته باشند؛ اینکه به صورت مصداقی و عینی، از صاحبان، اهداف، برنامه‌ها و ترفندهای منابع رسانه‌ای و خبری دشمنان آگاه باشند؛ اینکه فهم محتوایی و

مدل مطلوب تدوین کتاب درسی سواد رسانه‌ای با رویکرد مصونیت‌بخشی به جنگ رسانه‌ای

توانمندی در کشف معانی پنهان و درک و تحلیل ایدئولوژی و گفتمان‌های غالب از روی پیام‌های رسانه‌ای داشته باشند؛ اینکه پاسخی برای شبهات تکراری سیاسی، اعتقادی، فرهنگی و... که رسانه‌ها به آنان القاء و پمپاژ کرده‌اند، یافته باشند؛ اینکه در امر خطیر تولید محتوای رسانه‌ای برای پاسخ دهی و روشننگری نسبت به حقایق، توانمند باشند و...؛ همه و همه نشانه‌هایی از توفیق در تحقق این کارکرد مهم آموزش سواد رسانه‌ای بومی است. به این منظور، بایست مراحل برنامه‌ریزی درسی که شامل نیازسنجی و انتخاب محتوا است به درستی صورت پذیرد و گام‌های الگوی نیازسنجی پیشنهادی کلاین در برنامه‌ریزی درسی محقق گردد.

پیشنهادهای

- ❖ بررسی شاخص‌های سنجش سواد رسانه‌ای در ایران در مدل بومی.
- ❖ بررسی الگوی آموزش سواد رسانه‌ای در کشورهای همچون کانادا که به مصونیت‌بخشی فرهنگی اعتقاد دارند.
- ❖ بررسی سرفصل‌های آموزشی مورد نیاز برای آموزش سواد رسانه‌ای بومی در سطوح مختلف تحصیلی.
- ❖ بررسی مهارت‌های مورد نیاز معلمان جهت آموزش سواد رسانه‌ای بومی در سطوح مختلف تحصیلی.
- ❖ هم‌افزایی و تقویت کارگروه آموزش سواد رسانه‌ای در شورای عالی آموزش و پرورش با حضور اساتید ارتباطات و پژوهشگران حوزه سواد رسانه‌ای و متخصصین جنگ روانی و رسانه‌ای.
- ❖ تشکیل کارگروهی تخصصی برای مطالعه و تحقیق به صورت عمیق در حوزه جنگ روانی.
- ❖ تألیف بسته آموزشی سواد رسانه‌ای بومی متناسب با نیازهای دانش‌آموزان مناطق مختلف کشور.
- ❖ فراهم کردن زمینه بحث و گفت و گو در محیط خانواده با موضوع نقد و بررسی محتوای به روزرسانی شده.

مدل مطلوب تدوین کتاب درسی سواد رسانه‌ای با رویکرد مصونیت بخشی به جنگ رسانه‌ای

- ❖ بررسی سرفصل‌ها و طرح درس آموزشی مورد نیاز جهت آموزش سواد رسانه‌ای بومی در سطوح مختلف.
- ❖ لزوم تشکیل کارگروهی با هدف تهیه یک بانک اطلاعاتی از متخصصان، افراد با سابقه و صاحب نظر در حوزه‌های مختلف فنی، هنری، خبری و دیگر موارد مرتبط با جنگ رسانه‌ای و روانی؛ و مشورت گیری از آنها در موارد لزوم.
- ❖ برگزاری دوره‌هایی با هدف آشنا کردن دبیران با مدل بومی آموزش سواد رسانه‌ای.
- ❖ طراحی الگوی مطلوب تهاجم به رسانه‌های معاند.
- ❖ ایجاد کارگروه عملیاتی به منظور بهره‌برداری از محتوای تولید شده توسط کاربر.
- ❖ آینده‌پژوهی برای شناسایی میزان سواد رسانه‌ای مخاطبان در آینده.
- ❖ مطالعه آینده‌پژوهی برای شناسایی بستر و محتوای مطلوب مخاطب و ویژگی‌های مخاطبان در آینده.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

فهرست منابع

۱. احمدی، م. (۱۳۹۵). *تست کتاب*، تهران.
۲. اژدری، ر. (۱۳۹۳). *جنگ نرم ایران و آمریکا*، تهران: مؤسسه فرهنگی هنری قدر ولایت.
۳. بهرامی، ع. (۱۳۹۸). *بررسی نقش آموزش سواد رسانه‌ای در مقابله با تهاجم فرهنگی از دیدگاه کارشناسان*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت رسانه، دانشکده علوم ارتباطات.
۴. پاتر، د. (۱۳۹۳). *نظریه سواد رسانه‌ای رهیافتی شناختی*، (مترجمان: ن. اسدی؛ م. سلطانی‌فر؛ و ش. هاشمی)، تهران: انتشارات سیمای شرق.
۵. تقی زاده، ع. (۱۳۹۳). *نقش دوره آموزش سواد رسانه‌ای بر توانایی پردازش پیام‌های رسانه‌ای دانش‌آموزان مقطع متوسطه*، مطالعه موردی دانش‌آموزان سال اول متوسطه شهر کرمان در سال تحصیلی، رساله دکتری، دانشکده علوم اجتماعی، رشته علوم ارتباطات.
۶. حاذق نیکو، ح. (۱۳۹۱). «نظام مقابله با جنگ نرم دشمن»، *مطالعات عملیات روانی*، شماره ۳۲، ۶۷ - ۲۵.
۷. خداینده بایگی، ا. (۱۳۹۵). *شناسایی راهبردهای تحولی سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران متناسب با افزایش سواد رسانه‌ای*، پایان‌نامه مقطع کارشناسی ارشد مدیریت رسانه، دانشگاه علامه طباطبائی.
۸. خوشنویس، ن. (۱۳۸۹). *سواد رسانه‌ای: ساز و کار مقاومت در برابر تهاجم رسانه‌ها*، انجمن روابط عمومی ایران.
۹. صلواتیان، س؛ حسینی، س. ب؛ و معتضدی، س. (۱۳۹۵). *طراحی الگوی آموزش سواد رسانه‌ای به نوجوانان*. دو فصلنامه مطالعات برنامه‌ریزی آموزشی، دوره ششم، شماره دهم، پاییز و زمستان ۱۳۹۵، ۷۴-۴۹.
۱۰. ضیائی‌پرور، ح. (۱۳۹۵). *آسیب‌شناسی جنگ نرم ایران در فضای سایبر و رسانه‌ای*.

مدل مطلوب تدوین کتاب درسی سواد رسانه‌ای با رویکرد مصونیت‌بخشی به جنگ رسانه‌ای

۱۱. عبدلی زفرقندی، م. (۱۳۹۶). نقد و بررسی کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای پایه دهم متوسطه.

۱۲. فتحی واجارگاه، ک. (۱۳۹۵). اصول و مفاهیم اساسی برنامه‌ریزی درسی، تهران: علم استادان.

۱۳. نائینی، ع. (۱۳۸۸). «شناخت جنگ نرم از دیدگاه رهبر انقلاب اسلامی»، مطالعات عملیات روانی، شماره ۲۴، ۸۵ - ۲۳.

14. p.Y.K. koo, L.C. (2009). A hybrid of balanced scorecard, SWOT analysis and quality function deployment. BSQ strategic formulation framework, Published : new York

