



طراحی الگوی سواد فرهنگی با تاکید بر قدرت نرم در عصر جهانی شدن مصطفی حسنی رستم آبادی^۱؛ حاجیه رجبی فرجاد^۲ صدیقه طوطیان اصفهانی^۳؛ محسن عامری شهرابی^۴

۳۷

دوره ۱۴، شماره ۲، پیاپی ۳۷
تابستان ۱۴۰۳

مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت:
۱۴۰۲/۱۰/۰۹
تاریخ پذیرش:
۱۴۰۳/۰۳/۰۸
صص: ۳۱-۷

شابا چاپی: ۵۵۸۰-۲۲۲۲

رتبه علمی

ب

بررسی سخت کوهی در:
JOURNALS.MSRT.IR

چکیده
در عصر جهانی شدن و گسترش تکنولوژیهای اطلاعاتی و ارتباطاتی شاهد اهمیت روزافزون قدرت اطلاعات هستیم باتوجه به اهمیت سوادفرهنگی به عنوان ابزاری برای قدرت نرم و جنگ های شناختی در عصر جهانی شدن، این پژوهش با هدف تدوین الگوی سواد فرهنگی با تاکید بر قدرت نرم در عصر جهانی شدن درصدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران انجام شد. پژوهش حاضر از لحاظ هدف، توسعه‌ای و از نظر روش-شناسی تحقیق حاضر از نوع کیفی است که با روش گراندد تئوری (نظریه داده بنیاد) انجام شده است. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه متولیان و کارشناسان فرهنگی و آشنا به مباحث قدرت نرم بودند که برای انتخاب نمونه‌ها به صورت هدفمند و از روش نمونه‌گیری گلوله برفی استفاده شد روش گردآوری داده ها کتابخانه ای و میدانی بود. بدین منظور با تعداد ۲۳ نفر از خبرگان مصاحبه انجام پذیرفت که در واقع از مصاحبه ۱۶ به بعد تکرار در اطلاعات دریافتی مشاهده شد؛ اما برای اطمینان بیشتر تا مصاحبه ۲۳ ادامه یافت. روایی و پایایی کیفی نیز تایید شد. براساس یافته های پژوهش در مجموع ۸۷ کد ایجاد شد؛ بر پایه قرابت مفهومی و معنایی در گروه خاص خود قرار گرفتند و به ۲۱ مقوله فرعی تقلیل یافتند و نهایتاً بر اساس کدهای باز ثانویه، ۹ مقوله اصلی ایجاد شد. در این مدل توسعه سواد فرهنگی، عوامل اقتصادی، زیرساختی توجه به اسناد بالا دستی، پژوهش و توسعه، طراحی مکانیزم‌های اصلاح سیستم مدیریت فرهنگی به عنوان ابزاری برای مقابله به قدرت نرم از یافته های این تحقیق بود بر اساس نتایج پژوهش عملیاتی نکردن بیانات رهبری از مهمترین عوامل علی سواد فرهنگی صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران در عصر جهانی شدن بود.

کلیدواژه‌ها: سواد فرهنگی، عصر جهانی شدن، صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران، قدرت نرم.

DOR: 20.1001.1.23225580.1403.14.2.1.2

۱. دانشجوی دکتری، مدیریت برنامه ریزی فرهنگی، دانشکده مدیریت، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.
۲. دانشیار، گروه مدیریت منابع انسانی، دانشکده منابع سازمانی، دانشگاه علوم انتظامی امین، تهران، ایران. (نویسنده مسئول)
Tootian_ir@yahoo.com
۳. دانشیار، گروه مدیریت دولتی، دانشکده علوم انسانی و مدیریت، واحد تهران غرب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
۴. دانشیار، گروه مدیریت، دانشکده مدیریت، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

مقدمه

هیرش^۱ (۲۰۰۲) سواد فرهنگی را مجموعه‌ای از دانش، اطلاعات و توانمندی‌هایی که یک فرد برای بقا و رشد در عصر حاضر باید بداند تعریف می‌کند او سواد فرهنگی را مؤلفه‌هایی همچون تاریخ ملی، تاریخ جهانی، ادبیات ملی، ادبیات جهانی، هنر و سبک معماری، علوم مدنی، نویسندگان مشهور، جغرافیا، علوم زندگی، ریاضیات و اقتصاد، موسیقی، اسطوره و دین، علوم فیزیکی، اصطلاحات و نقل قول‌ها و فناوری است. میدانند. سواد فرهنگی شامل صلاحیت فرهنگی است اما علاوه بر صلاحیت فرهنگی می‌توان به تعریف سواد فرهنگی، توانایی واکنش‌های خلاقانه و در صورت لزوم تغییر در فرهنگ خود را نیز اضافه کرد. چهار مهارت کلیدی برای سواد فرهنگی شامل، آگاهی میان فرهنگی، آگاهی فرهنگ محلی، تفکر خلاقانه و قدرت واکنش و مهارت‌های فردی برای مقابله با عوامل تغییر است. همچنین توانایی تحلیل و مقایسه رفتارهای غالب فرهنگی در مقایسه با سایر فرهنگ‌ها را نیز جزو سواد فرهنگی به حساب می‌آورند، برای نمونه تأثیر جهانی‌سازی یا مشارکت‌های بین فرهنگی در سراسر جهان که ممکن است عناصر استعمارگرایی‌های از سوی شرکت‌های چندملیتی غربی در کشورهای درحال توسعه اجرا شود و افراد دارای سواد فرهنگی بالا قادر به درک آن باشند (پولستینا، ۲۰۱۷: ۵). مفهوم سواد فرهنگی از دو منظر قابل بررسی است، نخست از منظر درون جامعه‌ای که مشتمل بر شناخت عناصر اساسی تشکیل‌دهنده‌ی فرهنگ محلی و ملی و شناخت آن دسته از عناصر جهانی است که بر فرهنگ ملی تأثیرگذار هستند و دوم، از منظر برون جامعه‌ای به معنای برخورداری از سواد فرهنگی در مورد سایر ملت‌ها که در عصر جهانی شدن، توسعه‌ی سواد فرهنگی شهروندان از منظر برون جامعه‌ای، اهمیت کلیدی پیدا کرده است (خاکسار ازغندی، ۱۳۹۸). در کشور ما تنوع و تکثر فرهنگی، نژادی، قومی، دینی و زبانی به‌عنوان یکی از مشخص‌ترین مؤلفه‌های مسلط هست که همسو با فرصت‌ها و قابلیت‌هایی که یقیناً برای هر جامعه‌ای خلق می‌کند، می‌تواند در صورت نادیده گرفته شدن، منجر به بسترسازی بسیاری از مشکلات و چالش‌های اجتماعی گردد (بیات و یزدان‌پناه، ۱۳۹۸). همچنین یکی از مهمترین چالش‌های عصر جهانی شدن در سطح کلان، نفوذپذیری مرزها و انتشار بی حد و مرز پیام‌های رسانه‌ای در جوامع است و در سطح خرد نیز دیگر دیوارهای منازل چارچوب

1. hirsh
2 Polistina

انحصاری و شخصی شهروندان محسوب نمی‌شوند بلکه فضایی برای نفوذ امواج رسانه‌ای هستند. در شرایط فوق، چگونه می‌توان زمینه‌های شناختی و انگیزشی لازم را در شهروندان ایجاد کرد تا به صورت خود انگیخته نسبت به محتوا و عملکرد رسانه‌ها واکنش نشان دهند و در مواجهه خود با رسانه‌ها و محتوای آن از راه تحلیل و تعمق، معنا بخشند (نصیری و بخشی، ۱۳۹۹: ۱۵۵). مساله اساسی در فضای دهکده جهانی و فضای «دور-نزدیک»، تاثیر «جهانی‌شدن» بر فرهنگ است. در این میان دو خوانش اساسی در این زمینه وجود دارد: نخست، برخی از اندیشمندان از جهانی‌شدن به‌مثابه یک رویکرد سلبی نگاه می‌کنند و جهانی‌شدن را روندی می‌دانند که جهان را به «همخوانی فرهنگی» دعوت می‌کند. برای نمونه، «تئودور لویت» از پیشتازان بازارهای جهانی بر این باور است که جهانی‌شدن ساختار و سلیقه جهان را همگن‌تر می‌کند (لویت، ۱۹۸۳: ۸۱). اینان بر این باورند که جهانی‌شدن معرف فرهنگ جهانی واحدی مبتنی بر مصرف‌گرایی، همگونی فرهنگی، رسانه‌های گروهی و آمریکایی‌گری و زبان انگلیسی را بر مردم جهان تحمیل می‌کند (گل‌محمدی، ۱۳۸۱: ۸۱). جهانی‌شدن ناظر به جریانی از فشردگی زمان و فضا در جهان است که بواسطه آن مردم دنیا به‌صورتی کم‌وبیش آگاهانه در جامعه جهانی ادغام می‌شوند. فرآیند جهانی‌شدن با افزایش دادن چشمگیر برخوردهای فرهنگی، آگاهی انسان‌ها از عناصر فرهنگی دیگر، سرزمین‌زدایی و تضعیف پیوندهای فرهنگ و دین با مکان، نظام‌های معنایی را از لنگرگاه خود آزاد ساخته، تهدیداتی از قبیل عرفی‌شدن ارزش‌ها و بحران هویت را برای فرهنگ دینی ایران بوجود آورده است که نمودهایی از آن در جامعه قابل مشاهده است. با این وجود نمی‌توان با مشاهده این ظواهر جزئی از فرهنگ غربی که در برخی رفتارها مشاهده می‌شود و با تکیه بر تئوری‌های جامعه‌شناسان غربی، رأی به تحول فرهنگ دینی ایران داد؛ چرا که جلوه‌ها و واقعیات فرهنگ دینی ایران و تحقیقات انجام شده در زمینه نگرش‌ها، ارزش‌ها و هویت جامعه، با آن که سطوحی از نفوذ جهانی‌شدن و فرهنگ غربی را نشان می‌دهد، بیانگر حاکم بودن فرهنگ دینی و شیعی در جامعه می‌باشد (حقیقی، ۱۳۸۹). دوم، موافقان بر این باورند که جهانی‌شدن موجب پایداری و افزایش تنوع فرهنگی خواهد شد. ارتباطات، بازارهای جهانی و ... با بافت‌های محلی تعدیل خواهد شد و جهانی‌شدن فرصتی برای توسعه فرهنگی خواهد شد (آرت شولت، ۱۳۹۲: ۱۸). به بیانی دیگر، جهانی‌شدن فرهنگی، موجب آمیختگی و تحول فرهنگی، همزیستی فرهنگ‌های محلی و جهانی خواهد شد (حسنی و عبدی، ۱۴۰۱: ۱۴). آنچه

مدیریت رسانه در شرایط کنونی (جهانی شدن) با آن روبه‌روست، چگونگی تعامل با تغییرات سریع محیطی است. از این میان، توسعه فناوری‌های ارتباطی از اهمیت ویژه‌ای برخوردارند، این دو عامل محیطی فراگیر، به نوعی بر همه نظام‌های مدیریتی رسانه‌ها تأثیر گذاشته و فرصت‌ها و چالش‌هایی را برای آن‌ها به وجود آورده‌اند. بر این اساس، ضرورت ایجاد می‌کند که برای اداره مطلوب سازمان‌های رسانه‌ای و هدایت جوامع، مدیران از اطلاعاتی گسترده در سطح ملی و بین‌المللی برخوردار شوند (خوانچه سپهر و همکاران، ۱۳۹۰). این مسئله زمانی مهم‌تر می‌نماید که ظهور انقلاب اسلامی سبب شده است تا نظم نوینی بر مناسبات سیاسی و فرهنگی جهان حاکم گردد و دشمنان این انقلاب، به سبب عدم شناخت این پدیده نوظهور، انواع روش‌ها را برای مقابله با آن آزموده‌اند و پس از ناکامی مستقیم، دست به تغییر رویه‌ای آشکار زدند و مقابله را در عرصه نرم و فرهنگی ادامه داده‌اند. این مهم از دید رهبر بیدار و فرزانه‌مان حضرت آیت‌الله خامنه‌ای (مدظله العالی) پنهان نمانده است و در فرازی فرموده‌اند: اولویت آن چیزی است که به آن می‌گویند نبرد نرم؛ یعنی نبرد به وسیله ابزارهای فرهنگی، به وسیله نفوذ، به وسیله دروغ، به وسیله شایعه پراکنی، با ابزارهای پیشرفته‌ای که امروز وجود دارد. ابزارهای ارتباطی که ده سال قبل و پانزده سال قبل و سی سال قبل نبود (رهبر معظم انقلاب اسلامی، ۱۳۸۸). حال این پرسش در ذهن متبادر می‌گردد، که متولیان فرهنگی کشور باید چه رویه‌ای را در پیش بگیرند تا کشور را از تهدیدات جهانی شدن در حوزه فرهنگ، هویت ملی، دینی و اجتماعی در امان نگاه دارند و بتواند به نحو شایسته‌ای از فرصت‌های این پدیده استفاده کنند و در شناساندن عناصر و مولف‌های فرهنگ ایرانی-اسلامی اثرگذار باشد.

از آنجایی که قدرت نرم بر توانایی شکل دادن به ترجیحات دیگران استوار است. تهدید نرم در حوزه‌های سیاسی، فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و دفاعی-امنیتی وجود دارد. به ویژه در حوزه فرهنگی-اجتماعی با نفوذ ارزشهای خاص امپریالیسم فرهنگی را بر کشورها و بازیگران تحمیل کرده است (لعل علیزاده، احمدپور، ۱۹۶، ۱۳۹۰). بر این اساس، به نظر می‌رسد که یکی از ابزارهای مقابله با قدرت نرم و جنگ رسانه‌ای، آموزش سواد رسانه‌ای، فرهنگی و اولویت دادن به آنها به عنوان مهارتی حیاتی برای شهروندان در قرن ۲۱ است. در حقیقت، سواد رسانه‌ای و فرهنگی می‌تواند پادزهری باشد در مقابل هژمونی رسانه‌ای و شهروندان را در مواجهه با محتوای پیام‌های رسانه‌ای واکنش‌ناپذیر نماید. همچنین

۱ بیانات حضرت آیت‌الله خامنه‌ای (مدظله العالی) در دیدار با بسیجیان کشور ۸۸/۹/۴

آموزش سواد رسانه ای به عنوان مهارتی جهت مقابله با جنگ رسانه ای است که منجر به افزایش ظرفیت تحلیل شهروندان در مواجهه با رسانه‌ها می‌گردد و سبب می‌شود تا آنان بجای آنکه تسلیم محتوای پیام های رسانه ای شوند و منفعلانه هر آنچه دریافت می‌کنند، بپذیرند و تلاش نمایند تا به عنوان یک مخاطب فعال معنای نهفته در پیامها را درک و به رمزگشایی و ارزیابی پیام ا بپردازند و برخوردی فعالانه با پیامهای رسانه ای داشته باشند. از این به نظر می‌رسد برخورداری سواد رسانه ای و فرهنگی در صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران، می‌تواند علاوه بر آموزش سواد رسانه‌ای شهروندان، مسایل و وقایع را به درستی تعبیر و تفسیر نمایند.

علاوه بر آنچه بیان گردید، ضرورت یادآوری این نکته است که سواد فرهنگی فی‌نفسه به‌خودی‌خود کارا نیست، بلکه باید عناصر و مولفه‌های آن را برای عصر فن‌آوری‌های ارتباطی و یا «دهکده جهانی» شناسایی کرد تا بتوان به الگویی مناسب برای مقابله به این مجموعه‌های فرهنگی مجهز شد. از میان دستگاه‌ها و سازمان‌های متولی فرهنگ، نقش سازمان صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران به‌مثابه یک رسانه ملی و یا به تعبیر رهبر کبیر انقلاب اسلامی حضرت امام خمینی (قدس سره شریف) به سبب پوشش و گستردگی مخاطبان از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. به سبب اینکه نه‌تنها هنوز هیچ پژوهش جامعی برای دستیابی به الگوی سواد فرهنگی در کشور انجام نشده، بلکه تعداد پژوهش‌های انجام‌شده درباره سواد فرهنگی به تعداد انگشتان دست هم نمی‌رسد، لذا انجام این پژوهش یک ضرورت مهم است. از همین رو، پژوهش حاضر در پی تدوین الگوی سواد فرهنگی با تاکید بر قدرت نرم در عصر جهانی شدن در صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران است تا متولیان فرهنگی بتوانند در مواجهه با جهانی شدن و در عرصه مناسبات فرهنگی به‌طور عام و سواد فرهنگی به‌طور خاص به الگویی متناسب دست پیدا کنند و بر مبنای آن بتوانند در مبادلات فرهنگی تاثیرگذار باشند. با توجه به مطالب گفته شده این پژوهش به دنبال پاسخ سوالات زیر است.

- ❖ الگوی سواد فرهنگی با تاکید بر قدرت نرم در عصر جهانی شدن کدام است؟
- ❖ ابعاد و مولفه‌ها و شاخص‌های الگوی سواد فرهنگی با تاکید بر قدرت نرم در عصر جهانی شدن کدام است؟

روش شناسی تحقیق

این تحقیق با هدف ارایه الگوی سواد فرهنگی با تاکید بر قدرت نرم در عصر جهانی شدن انجام گرفت. پارادایم پژوهش حاضر تفسیرگرا، روش آن کیفی، استراتژی پژوهش داده بنیاد و منطق استدلال پژوهش استقرایی بود. پژوهش از لحاظ نتیجه جزء تحقیقات توسعه‌ای- کاربردی است که جامعه آماری این پژوهش کلیه خبرگان متولیان و کارشناسان فرهنگی و متخصص در حوزه فرهنگ و قدرت نرم می باشند که حداقل ۱۰ سال سابقه کار در زمینه امور رهنگی و دارای مدرک کارشناسی ارشد بودند و نمونه‌گیری به روش گلوله برفی تا زمانی ادامه داشت که نظرات این خبرگان به نقطه اشباع رسید و جهت اجرای تحقیق بعد از طراحی سوالات کلی و تدوین فرآیند مصاحبه، مصاحبه‌های عمیق با خبرگان و کارشناسان انجام شد. مصاحبه‌ها به مدت ۶۰ الی ۱۰۰ دقیقه و به صورت باز و با هر کدام از صاحب‌نظران به طول انجامید. بعد از اتمام هر مصاحبه، مصاحبه‌ها به صورت کامل بر روی کاغذ پیاده‌سازی و اقدام به کدگذاری اولیه شد تا مفاهیم اولیه استخراج شود. در این مطالعه ۲۳ مصاحبه نیمه ساختاریافته رودرو با متخصصان انجام شد که پس از مصاحبه ۱۶ به بعد تکرار اطلاعات دریافتی مشاهده شد اما برای اطمینان بیشتر تا مصاحبه ۲۳ ادامه یافت. کوال (۱۹۹۶) بیان کرده است که با توجه به زمان و منابع قابل دسترس است تعداد نمونه برای انجام مصاحبه (۱۰±۱۵) نفر کافی خواهد بود برای بررسی روایی یافته‌های پژوهش را برای مشارکت‌کنندگان ارائه و متن نظریه توسط آنها مطالعه و نقطه نظرات آنها اعمال شد. در پایان این پژوهش توسط اساتید مورد مطالعه و بازبینی قرار گرفت و مواردی جهت اصلاح یا تغییر نظریه نهایی بیان شد. پایایی داده‌ها از طریق نشان دادن مسیر تصمیمات پژوهشگران و همچنین قرار دادن تمامی داده‌های خام تحلیل شده، کدها، مقوله‌ها، فرآیند مطالعه اهداف اولیه و سوالات در اختیار اساتید دانشگاهی قرار گرفت و اصلاحات موردنظر اعمال شد. پایایی بازآزمون معمولاً از میان مصاحبه‌ای انجام گرفته چند مصاحبه برای نمونه انتخاب می‌شود. هر یک از مصاحبه‌ها در فاصله زمانی کوتاه و مشخص شد دو بار کدگذاری شده سپس کدهای مشخص شده با یکدیگر مقایسه شدند. این روش برای ارزیابی ثبات کدگذاری پژوهشگر به کار می‌رود. در هر یک از مصاحبه‌ها کدهایی که در فاصله زمانی مشابه یکدیگرند، به عنوان توافق و کدهای غیرمشابه به عنوان عدم توافق مشخص می‌کرد. در راستای تجزیه و تحلیل داده‌ها از تحلیل شماتیک و نظریه داده بنیاد استفاده شد. داده‌های حاصل از مصاحبه طی سه مرحله کدگذاری باز محوری تحلیل انجام شد. استفاده از کدگذاری باز مقوله‌ای مدل شناسایی شد و سپس در مرحله کدگذاری محوری

پیوند این مقاله‌ها در قالب پارادایم تعیین شد. بخش کیفی بر اساس استخراج کدها انجام شد. نتایج مصاحبه با استفاده از روش داده بنیاد تجزیه و تحلیل گردیده است.

یافته‌ها

در پژوهش حاضر، جهت تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها، از فرآیند سه مرحله‌ای کدگذاری باز، محوری و انتخابی استفاده شد که در مجموع ۸۷ کد اولیه از مجموع ۲۳ مصاحبه ایجاد شد؛ سپس به دلیل کثرت کدهای مشابه بر پایه قرابت مفهومی و معنایی در گروه خاص خود قرار گرفتند و به ۲۱ مقوله فرعی تقلیل یافتند و نهایتاً بر اساس کدهای باز ثانویه، ۹ مقوله اصلی ایجاد شد. در جدول شماره (۱) نحوه کدگذاری و تشکیل مقولات اصلی پژوهش نشان داده شده است.

جدول (۱). کدگذاری نهایی نتایج تحلیل محتوای مصاحبه‌ها

مقوله اصلی	کدهای باز ثانویه	کدهای باز اولیه (مفاهیم)
توسعه سواد فرهنگی در جهت مقابله با قدرت نرم اسلامی صدا و سیما	توسعه نهادی، ساختار و مالکیت	ایجاد اراده واقعی جهت سواد فرهنگی صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران در عصر جهانی شدن- اجماع و استراتژی کلان در کشور برای سواد فرهنگی صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران در عصر جهانی شدن- رفع موانع (اجرایی، سیاسی، فرهنگی و اقتصادی) سواد فرهنگی صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران در عصر جهانی شدن - عدم دخالت‌های بیش از حد دولت در امور صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران - کمبود نهادهای حمایتی سازمان یافته فرهنگی در صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران در عصر جهانی شدن- توسعه نظام سواد فرهنگی در صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران
	توسعه رسانه‌های	آشنایی و توانایی کار با رسانه‌های مکمل و مجازی - تعدیل تعداد رسانه‌های داخلی در مقایسه با رسانه‌های بین‌المللی - آگاهی و توجه به ترندهای رسانه‌های استکباری برای فریفتن مخاطبان - طراحی برنامه‌های ترویج‌کننده و توسعه دهنده‌ی اسلامی - ایرانی در سطح بین‌المللی - زمینه‌سازی/بومی‌سازی برنامه‌های مفید بین‌المللی برای تطابق با بافت فرهنگی کشور
	توسعه علمی پژوهشی	توجه به موضوعات مرتبط با شاخص‌های سواد فرهنگی در صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران در پایان نامه‌های تحصیلات تکمیلی دانشگاه‌ها- توجه

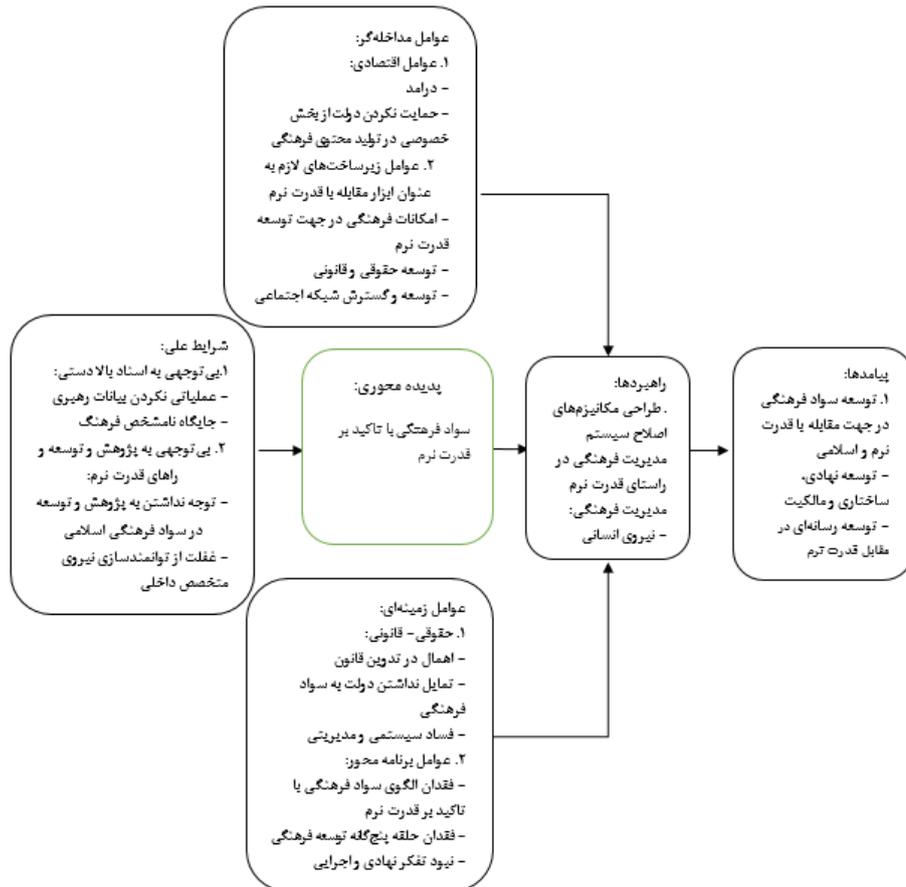
		<p>به موضوعات مرتبط با سواد فرهنگی در صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران در پژوهش‌های مراکز پژوهشی کشور- افزایش همکاری پژوهشگران حوزه مدیریت فرهنگی با سایر رشته‌های مرتبط با موضوع نظیر جامعه‌شناسی، علوم اسلامی، حقوق و ... در قالب پروژه‌های پژوهشی مشترک</p>
<p>طراحی مکانیزم- های اصلاح سیستم مدیریت فرهنگی در راستای قدرت نرم</p>	<p>مشاهیر و ادبیات</p>	<p>آشنایی با مشاهیر، نمادهای فرهنگی، هنر، سینما، معماری و سایر مولفه‌های فرهنگی ایرانی - اسلامی - آشنایی با ادیان و مذاهب مختلف موجود در کشور- آشنایی با تاریخ جامعه و اقوام ایرانی- شناخت چهره‌ها و استعدادهای فرهنگی، ادبی کشور و ایجاد ارتباط و تبادل نظر با آنان در رابطه با مسائل فرهنگی و ادبی- آشنایی با ادیان، مذاهب و تاریخ مختلف در سطوح جهان</p>
	<p>نیروی انسانی</p>	<p>ثبات در مدیریت‌ها در سطوح مختلف صدا و سیما- استفاده از مدیران خلاق و تخصص‌های فرهنگی و جهانی شدن با تمرکز بر سواد فرهنگی- بهره‌گیری از دوره‌های آموزشی و دانش افزایی به منظور ارتقاء سطح سواد فرهنگی و جهانی شدن- برقراری معیارهای سواد فرهنگی ویژه نیروی انسانی اسلامی برای صدا و سیما</p>
<p>سواد فرهنگی با تاکید قدرت نرم</p>	<p>سواد فرهنگی و قدرت نرم</p>	<p>تأمین و توسعه امکانات و تسهیلات سواد فرهنگی در صدا و سیما در عصر جهانی شدن- نقش حمایتی مدیران عالی در ایجاد تحول در سواد فرهنگی در صدا و سیما در عصر جهانی شدن- نقش پررنگ مدیریت منابع انسانی در سواد فرهنگی در صدا و سیما در عصر جهانی شدن- ترغیب و تشویق جامعه نسبت به دانش‌اندوزی و ارتقای سطح آگاهی‌های فرهنگی- توانایی اعتبارسنجی پدیده‌ها و ادعاهای فرهنگی در رسانه‌ها</p>
<p>زیرساخت‌های لازم به عنوان ابزار مقابله با قدرت نرم</p>	<p>امکانات مبارزه با قدرت نرم و تهاجم فرهنگی</p>	<p>عزم و پیگیری دولت و مجلس برای ایجاد و بهینه سازی زیر ساخت‌های سواد فرهنگی مورد نیاز صدا و سیما در عصر جهانی شدن- رعایت استانداردهای ویژه سواد فرهنگی در صدا و سیما- عزم و پیگیری دولت و مجلس برای ایجاد و بهینه سازی امکانات سواد فرهنگی مورد نیاز صدا و سیما در عصر جهانی شدن</p>
	<p>توسعه حقوقی و قانونی</p>	<p>مشخص شدن ماهیت حقوقی سواد فرهنگی در صدا و سیما- پیگیری مدیران در سواد فرهنگی صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران- بهره‌گیری از متخصصان علم مدیریت فرهنگی توسط سطوح مختلف صدا و سیما- برقراری قوانین حقوق سواد فرهنگی در صدا و سیما</p>

	توسعه و گسترش شبکه‌های اجتماعی	افزایش شبکه‌های اجتماعی فرهنگی توسعه سواد فرهنگی در صدا و سیما- افزایش شبکه‌های اجتماعی آموزشی بازاریابی جهت توسعه فرهنگی توليدات صدا و سیما- توسعه شبکه‌های اجتماعی فرهنگی آنلاین جهت توسعه سواد فرهنگی در صدا و سیما
عوامل حقوقی- قانونی	اهمال در تدوین قانون	قوانین الزامی حمایتی از سواد فرهنگی- صدور دستورالعملهای عملیاتی و اجرائی- تصویب قوانین الزام آور توسط مجلس - در نظرگرفتن قوانین سخت‌تر جهت سواد فرهنگی
	تمایل نداشتن دولت به الگوی سواد فرهنگی با تاکید بر قدرت نرم	حمایت نکردن دولت از سواد فرهنگی در صدا و سیما در عصر جهانی شدن - بی‌علاقگی دولت به سواد فرهنگی در صدا و سیما در عصر جهانی شدن - نبود عزم و اراده ملی برای سواد فرهنگی در صدا و سیما در عصر جهانی شدن
	فساد سیستمی و مدیریتی	وجود فساد در سیستم دولتی- وجود فساد در بیشتر دستگاههای مرتبط با صدا و سیما- نبود سازوکار مشخص فرهنگی در نهادهای مرتبط- توجه به منافع فردی به جای منافع ملی در بین مدیران بالا دست
عوامل برنامه محوری	فقدان الگوی سواد فرهنگی	نبود الگوی فرهنگ اسلامی در دولت - نبود توانایی الگوگیری فرهنگی اسلامی از کشورهای دیگر
	فقدان حلقه پنج‌گانه توسعه فرهنگی	ضعف در دانش تولید سواد فرهنگی با محوریت فرهنگ اسلامی- ضعف در دانش مدیریت فرهنگی- نقصان در دانش استفاده از منابع فرهنگی- حمایت کم از دولت- وضع نشدن قوانین الزام‌آور توسط مجلس
	نبود تفکر نهادی و اجرائی سواد فرهنگی اسلامی در مدیران	بررسی وضعیت فرهنگ اسلامی بر مبنای وضعیت مذهبی کشور - ایجاد تفکر عملیاتی در اجرای سواد فرهنگی در صدا و سیما در عصر جهانی شدن در مدیران صدا و سیما - نبود تعهد ملی در بین مدیران صدا و سیما - نهادینه نشدن مفهوم سواد فرهنگی در صدا و سیما در عصر جهانی شدن در بین مستولان- رعایت نکردن سیاست فرهنگ اسلامی توسط صدا و سما
	عملیاتی نکردن بیانات رهبری	نبود فرهنگ اسلامی و سواد فرهنگی در اولویت سران دولت - اعلام علاقه‌مندی به فرهنگ اسلامی و سواد فرهنگی درحالیکه درعمل اینگونه نیست- اجرانکردن فرهنگ اسلامی و سواد فرهنگی

ضعف در مدیریت صحیح سواد فرهنگی با رویکرد اسلامی - جایگاه نامشخص سواد فرهنگی با رویکرد اسلامی در بین دولتمردان- نبود ثبات مدیریتی در حوزه مدیریت فرهنگی - فقدان اعتمادسازی مدیران صدا و سیما	جایگاه نامشخص فرهنگ	بی توجهی به اسناد بالادستی
نقصان از کسب درآمد از منابع فرهنگی - ناتوانی در مدیریت منابع فرهنگی - ضعف در استفاده از سایر منابع درآمدی - به کار نگرفتن بهینه منابع موجود فرهنگی	درآمد	عوامل اقتصادی
واگذار نشدن پروژه‌های کلان فرهنگی به بخش خصوصی - نبود حمایت از برون سپاری در تولید داخلی - اجازه ندادن فعالیت به بخش خصوصی در بخش مدیریت فرهنگی - وجود محدودیت‌هایی برای فعالیت بخش خصوصی - پشتوانه قوی نبودن دولت برای بخش خصوصی	حمایت نکردن دولت از حضور بخش خصوصی در تولید محتوای فرهنگی	
ضعف در علوم سواد فرهنگی - ضعف در به‌کارگیری فناوری‌های روز - توجه کم به توسعه علمی در حیطه سواد فرهنگی - عدم توسعه دانش مدیریت فرهنگی و سواد رسانه - نبود برنامه عملیاتی اجرای سواد فرهنگی	توجه نداشتن به پژوهش و توسعه در سواد فرهنگی اسلامی	بی توجهی به پژوهش و توسعه
استعدادیابی نیروهای توانمند داخلی - نبود سیستم پرورش نیروی داخلی توانمند - استفاده نکردن نهادهای صدا و سیما از نیروی متخصص مدیریت فرهنگی - نبود نظام نامشخص در استخدام نیروی انسانی متخصص مدیریت فرهنگی - ضعف در گزینش نیروی انسانی	غفلت از توانمندسازی نیروی متخصص داخلی	و راهای قدرت نرم

در مرحله بعد هنگامی که مقوله‌ها شکل گرفتند محقق اقدام به انتخاب یک مقوله که ردپای آن در تمام بخش‌های مختلف داده‌ها نمایان است، می‌نماید؛ این مقوله که مقوله محوری نام دارد تحت کدگذاری محوری داده‌ها استخراج شده و می‌توان سرمنشأ و ریشه تمامی مباحث مربوط به سواد فرهنگی در صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران را در آن یافت. در این مرحله محقق تلاش نموده تا دریابد رابطه هر یک از دیگر مقوله‌ها با مقوله محوری به چه نحوی است. در این مرحله جایگاه دیگر مقوله‌ها حول مقوله محوری مشخص شده است؛ یعنی محقق از میان دیگر مقوله‌ها، اقدام به شناسایی شرایط علی، شرایط مداخله‌گر، شرایط زمینه‌ای، راهبردها و پیامدها نموده است؛ سپس نحوه دخالت هر یک از این مقوله‌ها در رخداد مقوله محوری به صورت روایت گونه تشریح شد. این کار

با به کار بردن یک الگوی پارادایمی شامل شرایط علی، پدیده، زمینه، شرایط مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها انجام شد که نتایج در شکل شماره ۴-۱ ارائه شده است.

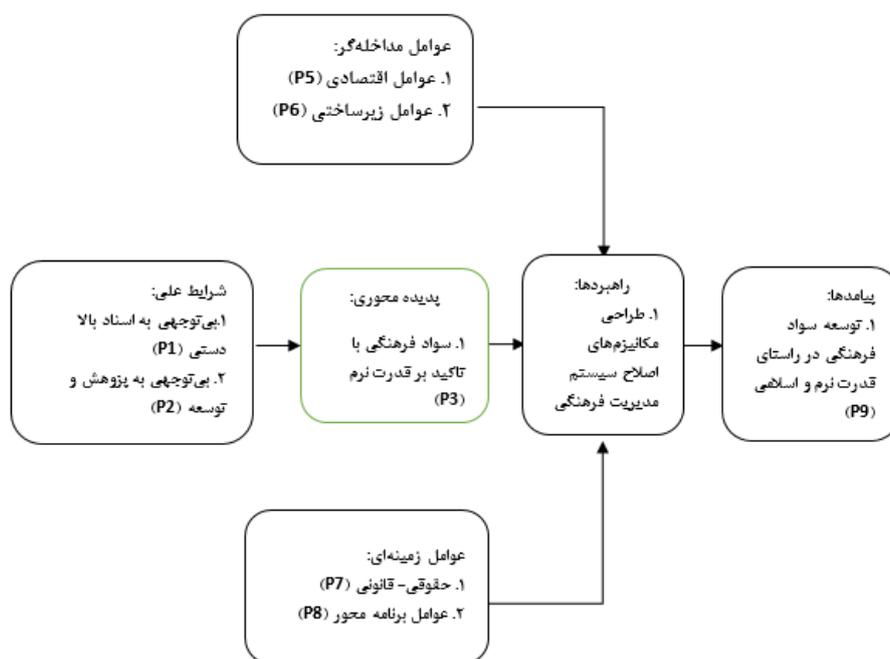


شکل ۴-۱. الگوی پارادایمی کدگذاری محوری تدوین الگوی سواد فرهنگی با تاکید بر قدرت نرم در

عصر جهانی شدن

در مرحله پایانی از طریق بازبینی، پالایش و تکمیل مقوله‌ها و مفاهیم مستخرج از داده‌ها، نظریه مربوط به سواد فرهنگی با تاکید بر قدرت نرم در صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران خلق شده است. در این مرحله پژوهشگر برحسب فهم خود از متن پدیده مورد مطالعه، یا چارچوب مدل پارادایم را به صورت روایتی عرضه می‌کند یا مدل پارادایم را به هم می‌ریزد و به صورت ترسیم

نظریه نهایی را نشان می‌دهد (دانایی فرد و امامی، ۱۳۸۶). در این مرحله با استفاده از کدگذاری انتخابی، به طراحی الگوی نهایی تدوین الگوی سواد فرهنگی صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران در عصر جهانی شدن پرداخته شد که این الگو مشتمل بر ۹ مفروضه می‌باشد که نتایج آن در شکل شماره ۴-۲ ارائه شده است.



شکل ۴-۲. مدل پارادایمی تدوین الگوی سواد فرهنگی صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران در عصر جهانی شدن

مفروضه‌ها:

- (P1): بی‌توجهی به اسناد بالادستی در راستای الگوی سواد فرهنگی با تاکید بر قدرت نرم صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران در عصر جهانی شدن می‌باشد.
- (P2): بی‌توجهی به پژوهش و توسعه در راستای الگوی سواد فرهنگی با تاکید بر قدرت نرم صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران در عصر جهانی شدن می‌باشد.

- (P3): با استفاده از مدیریت صحیح منابع انسانی می‌توان تغییرات بزرگی در زمینه سواد فرهنگی با تاکید بر قدرت نرم صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران در عصر جهانی شدن ایجاد کرد.
- (P4): یکی از مهم‌ترین راهبردها برای توسعه سواد فرهنگی با تاکید بر قدرت نرم در صدا و سیما جمهوری اسلامی در عصر جهانی شدن بهبود طراحی مکانیزم‌های اصلاح سیستم مدیریت فرهنگی می‌باشد.
- (P5): چرخه اقتصادی عامل مهمی در الگوی سواد فرهنگی با تاکید بر قدرت نرم صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران در عصر جهانی شدن می‌باشد.
- (P6): تأسیس، اصلاح و بهبود زیرساخت‌ها، لازمه دستیابی به الگوی سواد فرهنگی با تاکید بر قدرت نرم صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران در عصر جهانی شدن می‌باشد.
- (P7): با تدوین آیین‌نامه‌ها و قوانین می‌توان تحولات اساسی سواد فرهنگی با تاکید بر قدرت نرم صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران در عصر جهانی شدن را ایجاد کرد.
- (P8): با بررسی عوامل برنامه‌محور می‌توان تحولات اساسی سواد فرهنگی با تاکید بر قدرت نرم صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران در عصر جهانی شدن را ایجاد کرد.
- (P9): توسعه سواد فرهنگی و اسلامی از جمله نتایج عوامل فوق می‌باشد.

بحث و نتیجه‌گیری

مطالعه حاضر با هدف تدوین الگوی سواد فرهنگی با تاکید بر قدرت نرم صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران در عصر جهانی شدن انجام گرفت. نتایج مطالعه حاضر نشان داد که شرایط علی بر سواد فرهنگی با تاکید بر قدرت نرم صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران در عصر جهانی شدن تاثیرگذارند و به ترتیب عوامل عملیاتی نکردن بیانات رهبری، غفلت از توانمندسازی نیروی متخصص داخلی، جایگاه نامشخص فرهنگ و در نهایت توجه نداشتن به پژوهش و توسعه در سواد فرهنگی اسلامی با تاکید بر قدرت نرم مهمترین عوامل پیش‌بینی‌کننده سواد فرهنگی با تاکید بر قدرت نرم صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران در عصر جهانی شدن می‌باشند. در پژوهش حاضر عملیاتی نکردن بیانات رهبری از مهمترین عوامل علی سواد فرهنگی با تاکید بر قدرت نرم صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران در عصر جهانی شدن بود. در این مورد نتایج کدگذاری مصاحبه‌ها حاکی از این بود که نبود فرهنگ اسلامی و سواد فرهنگی در اولویت سران دولت، اعلام علاقه‌مندی به فرهنگ اسلامی و سواد فرهنگی در حالیکه

در عمل اینگونه نیست، و اجرا نکردن فرهنگ اسلامی و سواد فرهنگی از گزاره‌های اصلی مرتبط می‌باشد. همچنین غفلت از توانمندسازی نیروی متخصص داخلی عوامل علی سواد فرهنگی با تاکید بر قدرت نرم صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران در عصر جهانی شدن بود. در این عامل تاکید بر گزاره‌های نبود سیستم پرورش نیروی داخلی توانمند، استفاده نکردن نهادهای صدا و سیما از نیروی متخصص مدیریت فرهنگی، نبود نظام نامشخص در استخدام نیروی انسانی متخصص مدیریت فرهنگی و ضعف در گزینش نیروی انسانی بود. علاوه بر این، در شرایط علی سواد فرهنگی با تاکید بر قدرت نرم صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران در عصر جهانی شدن، گزاره‌های ضعف در مدیریت صحیح سواد فرهنگی با رویکرد بر قدرت نرم، جایگاه نامشخص سواد فرهنگی با رویکرد اسلامی در بین دولت-مردان، نبود ثبات مدیریتی در حوزه مدیریت فرهنگی و فقدان اعتمادسازی مدیران صدا و سیما مربوط به جایگاه نامشخص فرهنگ در توسعه سواد فرهنگی با تاکید بر قدرت نرم صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران در عصر جهانی شدن می‌باشد. علاوه بر این، بی‌توجهی به پژوهش و توسعه در سواد فرهنگی اسلامی در تبیین شرایط علی نقش دارد. در این مورد در مصاحبه با خبرگان تاکید بر ضعف در علوم سواد فرهنگی، ضعف در به‌کارگیری فناوری‌های روز، توجه کم به توسعه علمی در حیطه سواد فرهنگی، عدم توسعه دانش مدیریت فرهنگی و سواد رسانه و نبود برنامه عملیاتی اجرای سواد فرهنگی بود. نتایج مطالعه حاضر در بخش تاثیر شرایط علی بر سواد فرهنگی با تاکید بر قدرت نرم صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران در عصر جهانی شدن به صورت غیرمستقیم با مطالعه احمدی پور و همکاران (۱۳۹۹) همخوان است. در این مورد احمدی پور و همکاران (۱۳۹۹) نشان دادند که قوانین و مقررات حاکم بر جامعه از عوامل علی تعیین کننده در ارتقای سواد فرهنگی در آموزش و پرورش ایران می‌باشد که این یافته تاحدودی با یافته مطالعه حاضر و در بحث عملیاتی نکردن بیانات رهبری همسو می‌باشد. علاوه بر این، نتایج مطالعه حاضر به طور غیرمستقیم با یافته جمالی و همکاران (۱۳۹۸) همخوان می‌باشد. جمالی و همکاران (۱۳۹۸) در بررسی وضعیت موجود مدیریت ارتقای سواد فرهنگی در آموزش و پرورش ایران نشان دادند که در عامل تهدیدها، فراهم بودن شرایط و فضای حضور و بروز چالش‌زا و تنش برانگیز خرده فرهنگ‌ها و قومیت‌ها، و در نقاط ضعف، عدم نگرش به آموزش و پرورش به عنوان نهاد تشکیل دهنده سرمایه انسانی و اجتماعی در ارتقای سواد فرهنگی در آموزش و

پرورش ایران نقش دارند، این یافته تاحدودی با یافته مطالعه حاضر و در بحث جایگاه نامشخص فرهنگ در صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران همسو می‌باشد.

در این پژوهش زمینه‌ای که پدیده سواد فرهنگی با تاکید بر قدرت نرم صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران در عصر جهانی شدن را فراهم می‌سازد و بر پدیده محوری (توسعه سواد فرهنگی) تاثیرگذارند شامل فقدان حلقه پنج‌گانه توسعه فرهنگی، نبود تفکر نهادی و اجرایی فرهنگ اسلامی در مدیران، اهمال در تدوین قانون، فقدان الگوی سواد فرهنگی، تمایل نداشتن دولت به سواد فرهنگی و در نهایت فساد سیستمی و مدیریتی می‌باشند. در عامل فقدان حلقه پنج‌گانه توسعه فرهنگی، مصاحبه با خبرگان بر گزاره‌هایی کلیدی این قانون از جمله ضعف در دانش تولید سواد فرهنگی با محوریت فرهنگ اسلامی، ضعف در دانش مدیریت فرهنگی، نقصان در دانش استفاده از منابع فرهنگی، حمایت کم از دولت و وضع نشدن قوانین الزام‌آور توسط مجلس تاکید داشتند. همچنین، در مصاحبه با خبرگان در عامل نبود تفکر نهادی و اجرایی فرهنگ اسلامی در مدیران تاکید بر گزاره‌های کلیدی من جمله بررسی وضعیت فرهنگ اسلامی بر مبنای وضعیت مذهبی کشور، ایجاد تفکر عملیاتی در اجرای سواد فرهنگی در صدا و سیما در عصر جهانی شدن در مدیران صدا و سیما، نبود تعهد ملی در بین مدیران صدا و سیما، نهادینه نشدن مفهوم سواد فرهنگی در صدا و سیما در عصر جهانی شدن در بین مسئولان و رعایت نکردن سیاست فرهنگ اسلامی توسط صدا و سیما می‌باشد. در مصاحبه با خبرگان گزاره‌های قوانین الزامی حمایتی از سواد فرهنگی، صدور دستورالعمل‌های عملیاتی و اجرایی، تصویب قوانین الزام آور توسط مجلس و در نظر گرفتن قوانین سخت‌تر جهت سواد فرهنگی از گزاره‌های مربوط به اهمال در تدوین قانون در سواد فرهنگی صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران در عصر جهانی شدن بود. از جمله عوامل کلیدی زمینه‌ای دیگر در سواد فرهنگی در عصر جهانی شدن در صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران فقدان الگوی سواد فرهنگی می‌باشد، در این مورد نبود الگوی فرهنگ اسلامی در دولت و نبود توانایی الگوگیری فرهنگی اسلامی از کشورهای دیگر از مهمترین گزاره‌های مصاحبه با خبرگان بود. علاوه بر عوامل ذکر شده عوامل تمایل نداشتن دولت به سواد فرهنگی (حمایت نکردن دولت از سواد فرهنگی با تاکید بر قدرت نرم در صدا و سیما در عصر جهانی شدن، بی‌علاقگی دولت به سواد فرهنگی در صدا و سیما در عصر جهانی شدن، نبود عزم و اراده ملی برای سواد فرهنگی در صدا و سیما در عصر جهانی شدن) و فساد سیستمی و مدیریتی (وجود فساد در سیستم دولتی، وجود فساد در

بیشتر دستگاه‌های مرتبط با صدا و سیما، نبود سازوکار مشخص فرهنگی در نهادهای مرتبط و توجه به منافع فردی به جای منافع ملی در بین مدیران بالا دست) از جمله عوامل سواد فرهنگی با تاکید بر قدرت نرم در عصر جهانی شدن در صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران می‌باشد. نتایج مطالعه حاضر در بخش تاثیر شرایط زمینه‌ای بر سواد فرهنگی صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران در عصر جهانی شدن به صورت غیرمستقیم با مطالعه احمدی پور و همکاران (۱۳۹۹) همخوان است. در این مورد احمدی پور و همکاران (۱۳۹۹) نشان دادند که عوامل قانونی (سیاست‌های کلان فرهنگی، اسناد و برنامه‌های تحول و بنیادین و برنامه‌های مصوب درسی) از عوامل زمینه‌ای تعیین کننده در ارتقای سواد فرهنگی در آموزش و پرورش ایران می‌باشد که این یافته تاحدودی با یافته مطالعه حاضر و در بحث عوامل حقوقی و قانونی (اهمال در تدوین قانون، تمایل نداشتن دولت به سواد فرهنگی و فساد سیستمی و مدیریتی) همسو می‌باشد. علاوه بر این، نتایج پژوهش حاضر به طور غیرمستقیم با یافته جمالی و همکاران (۱۳۹۸) همخوان می‌باشد. جمالی و همکاران (۱۳۹۸) در بررسی وضعیت موجود مدیریت ارتقای سواد فرهنگی در آموزش و پرورش ایران نشان دادند که در عامل تهدیدها، ناتوانی در معرفی و تبلیغ الگوهای مناسب و شایسته فرهنگی به نسل نو، بی‌توجهی به اصل نشاط و پویایی در نهادینه سازی فرهنگی، مصرف گرایی مفرط فرهنگ غیرخودی و کاهش تعلق به هویت دینی ملی در ارتقای سواد فرهنگی در آموزش و پرورش ایران نقش دارند، این یافته تاحدودی با یافته مطالعه حاضر و در بحث اهمال در تدوین قانون، فقدان الگوی سواد فرهنگی و نبود تفکر نهادی و اجرایی فرهنگ اسلامی در مدیران همسو می‌باشد.

دیگر نتایج پژوهش حاضر در مورد شرایط مداخله‌گر می‌باشد. شرایط مداخله‌گر که شرایط علی را تسهیل می‌کنند یا بر اثر شرایط تداخل ایجاد کرده و مانع آن می‌شود در پژوهش حاضر در قالب پنج مقوله درآمد، توسعه حقوقی قانونی، حمایت نکردن دولت از حضور بخش خصوصی در تولید محتوای فرهنگی، امکانات و توسعه و گسترش شبکه‌های اجتماعی شناسایی شد. نتایج پژوهش حاضر نشان داد که عوامل مداخله‌گر بر سواد فرهنگی با تاکید بر قدرت نرم صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران در عصر جهانی شدن تاثیر معنی داری دارد و به ترتیب عوامل درآمد، توسعه حقوقی قانونی، حمایت نکردن دولت از حضور بخش خصوصی در تولید محتوای فرهنگی، امکانات و در نهایت توسعه و گسترش شبکه‌های اجتماعی به ترتیب از مهمترین عوامل پیش‌بینی کننده مداخله‌گر در سواد فرهنگی با تاکید بر

قدرت نرم صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران در عصر جهانی شدن می‌باشند. در پژوهش حاضر درآمد به عنوان مهمترین عوامل مداخله‌گر سواد فرهنگی صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران در عصر جهانی شدن شناسایی شد. در مصاحبه با خبرگان به گزاره‌هایی مانند نقصان از کسب درآمد از منابع فرهنگی، ناتوانی در مدیریت منابع فرهنگی، ضعف در استفاده از سایر منابع درآمدی و به کار نگرفتن بهینه منابع موجود فرهنگی به عنوان عوامل درآمدی در سواد فرهنگی صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران در عصر جهانی شدن اشاره شد. در این بخش خبرگان به گزاره‌هایی مانند مشخص شدن ماهیت حقوقی سواد فرهنگی با تاکید بر قدرت نرم در صدا و سیما، پیگیری مدیران در سواد فرهنگی صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، بهره‌گیری از متخصصان علم مدیریت فرهنگی توسط سطوح مختلف صدا و سیما و برقراری قوانین حقوق سواد فرهنگی در صدا و سیما به عنوان توسعه حقوقی قانونی در سواد فرهنگی با تاکید بر قدرت نرم صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران در عصر جهانی شدن اشاره کردند. همچنین از دیگر عوامل موثر بر سواد فرهنگی صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران در عصر جهانی شدن حمایت نکردن دولت از حضور بخش خصوصی در تولید محتوی فرهنگی بود. در این مورد خبرگان به واگذار نشدن پروژه‌های کلان فرهنگی به بخش خصوصی، نبود حمایت از برون‌سپاری در تولید داخلی، اجازه ندادن فعالیت به بخش خصوصی در بخش مدیریت فرهنگی، وجود محدودیت‌هایی برای فعالیت بخش خصوصی و پشتوانه قوی نبودن دولت برای بخش خصوصی به عنوان عوامل تاثیرگذار اشاره داشتند. از دیگر عوامل مداخله‌گر در سواد فرهنگی با تاکید بر قدرت نرم صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران در عصر جهانی شدن، امکانات بود. خبرگان در مصاحبه به گزاره‌هایی همانند عزم و پیگیری دولت و مجلس برای ایجاد و بهینه سازی زیر ساخت‌های سواد فرهنگی با تاکید بر قدرت نرم مورد نیاز صدا و سیما در عصر جهانی شدن، رعایت استانداردهای ویژه سواد فرهنگی در صدا و سیما و عزم و پیگیری دولت و مجلس برای ایجاد و بهینه سازی امکانات سواد فرهنگی با تاکید بر قدرت نرم مورد نیاز صدا و سیما در عصر جهانی شدن اشاره داشتند. علاوه بر این، تمامی این نیازها به گسترش و توسعه شبکه‌های اجتماعی مورد نیاز است. در این مورد، خبرگان در مصاحبه‌ها اعتقاد داشتند که افزایش شبکه‌های اجتماعی فرهنگی توسعه سواد فرهنگی با تاکید بر قدرت نرم در صدا و سیما، افزایش شبکه‌های اجتماعی آموزشی بازاریابی جهت توسعه فرهنگی تولیدات صدا و سیما و توسعه شبکه‌های اجتماعی فرهنگی آنلاین جهت توسعه سواد فرهنگی با تاکید بر قدرت نرم در صدا

و سیما می‌تواند در توسعه سواد فرهنگی صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران در عصر جهانی شدن موثر باشد. نتایج پژوهش حاضر به طور غیرمستقیم با یافته جمالی و همکاران (۱۳۹۸) همخوان می‌باشد. جمالی و همکاران (۱۳۹۸) در بررسی وضعیت موجود مدیریت ارتقای سواد فرهنگی در آموزش و پرورش ایران نشان دادند که در عامل تهدیدها، قدرت هدایت افکار عمومی از طریق رسانه‌ها و فرهنگ-سازی در شرایط بحرانی، قدرت هدایت افکار عمومی از طریق رسانه‌ها و فرهنگ‌سازی در شرایط بحرانی، پرهزینه‌سازی فعالیت فرهنگی در قبال فعالیت‌های اجتماعی، عدم انطباق تقاضاهای فرهنگی با امکانات و تمهیدات فرهنگی و ناتوانی در معرفی و تبلیغ الگوهای مناسب و شایسته فرهنگی به نسل نو در ارتقای سواد فرهنگی در آموزش و پرورش ایران نقش دارند، این یافته تاحدودی با یافته مطالعه حاضر و در بحث درآمد، امکانات و توسعه و گسترش شبکه‌های اجتماعی همسو می‌باشد. همچنین، نتایج مطالعه حاضر در بخش تاثیر شرایط مداخله‌گر بر سواد فرهنگی صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران در عصر جهانی شدن به صورت غیرمستقیم با مطالعه احمدی پور و همکاران (۱۳۹۹) همخوان است. در این مورد احمدی پور و همکاران (۱۳۹۹) نشان دادند که عوامل اقتصادی و فضای مجازی از عوامل مداخله‌گر تعیین‌کننده در ارتقای سواد فرهنگی در آموزش و پرورش ایران می‌باشد که این یافته تاحدودی با یافته مطالعه حاضر و در بحث عوامل درآمد و توسعه و گسترش شبکه‌های اجتماعی همسو می‌باشد.

دیگر نتایج پژوهش حاضر نشان داد که راهبردها بر سواد فرهنگی با تاکید بر قدرت نرم صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران در عصر جهانی شدن تاثیر معنی‌داری دارد و به ترتیب منابع انسانی و مشاهیر و ادبیات به ترتیب از مهمترین عوامل پیش‌بینی‌کننده عوامل راهبردی در سواد فرهنگی صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران در عصر جهانی شدن می‌باشند. در راهبردهای موثر بر سواد فرهنگی صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران در عصر جهانی شدن، مهمترین عامل منابع انسانی می‌باشد. در مصاحبه با خبرگان در پژوهش حاضر بر گزاره‌هایی مانند ثبات در مدیریت‌ها در سطوح مختلف صدا و سیما، استفاده از مدیران خلاق و تخصص‌های فرهنگی و جهانی شدن با تمرکز بر سواد فرهنگی، بهره‌گیری از دوره‌های آموزشی و دانش‌افزایی به منظور ارتقاء سطح سواد فرهنگی و جهانی شدن و برقراری معیارهای سواد فرهنگی ویژه نیروی انسانی اسلامی برای صدا و سیما اشاره شد. همچنین مشاهیر و ادبیات از دیگر عوامل راهبردی موثر بر سواد فرهنگی با تاکید بر قدرت نرم صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران در عصر جهانی شدن بود که خبرگان بر گزاره‌هایی مانند آشنایی با مشاهیر،

نمادهای فرهنگی، هنر، سینما، معماری و سایر مولفه های فرهنگی ایرانی - اسلامی، آشنایی با ادیان و مذاهب مختلف موجود در کشور، آشنایی با تاریخ جامعه و اقوام ایرانی، شناخت چهره ها و استعداد های فرهنگی، ادبی کشور و ایجاد ارتباط و تبادل نظر با آنان در رابطه با مسائل فرهنگی و ادبی و آشنایی با ادیان، مذاهب و تاریخ مختلف در سطوح جهان تاکید داشتند. این یافته مطالعه حاضر به صورت غیرمستقیم با یافته مطالعه احمدی پور و همکاران (۱۳۹۹) همخوان است. در این مورد احمدی پور و همکاران (۱۳۹۹) نشان دادند ارتقای سواد فرهنگی در آموزش و پرورش ایران از طریق چندین راهبرد اساسی تحت عنوان ادبیات، معماری، مشاهیر، آثار باستانی، موسیقی، دین و مذهب، ضرب المثل ها، آثار فرهنگی ملی و جهانی، صنایع دستی، نمایش، اقوام و ادب و رسوم، ورزش، بای و تفریح و پادشاهان و سلسله های پادشاهی محقق خواهد شد که این یافته تاحدودی با یافته مطالعه حاضر و در بحث عوامل مشاهیر و ادبیات همسو می باشد. همچنین، نتایج پژوهش حاضر به طور غیرمستقیم با یافته جمالی و همکاران (۱۳۹۸) همخوان می باشد. جمالی و همکاران (۱۳۹۸) در بررسی وضعیت موجود مدیریت ارتقای سواد فرهنگی در آموزش و پرورش ایران نشان دادند که در عامل فرصت ها، جوان بودن جمعیت کشور، تراکم قابلیت های اشتراک ساز مذهبی، قومی، نژادی، و گویشی در چند افق جغرافیایی و ملی و سابقه دوستی و همزیستی دیرینه اقوام و ادیان ایرانی در چارچوب مرزهای ملی و در عامل نقاط قوت حرکت به سوی سامان دهی نیروی انسانی متناسب با صلاحیت های حرفه ای و تخصصی در ارتقای سواد فرهنگی در آموزش و پرورش ایران نقش دارند، این یافته تاحدودی با یافته مطالعه حاضر و در بحث منابع انسانی و مشاهیر و ادبیات همسو می باشد.

نتایج پژوهش حاضر در بحث پیامدها حاصل از شکل گیری سواد فرهنگی با تاکید بر قدرت نرم صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران در عصر جهانی شدن در سه مقوله توسعه علمی - پژوهشی، توسعه رسانه ای و توسعه نهادی، ساختار و مالکیت قابل ارائه است. نتایج پژوهش حاضر نشان داد که پیامدها بر سواد فرهنگی صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران در عصر جهانی شدن تاثیر معنی داری دارد و به ترتیب عوامل توسعه علمی - پژوهشی، توسعه رسانه ای و در نهایت توسعه نهادی، ساختار و مالکیت به ترتیب از مهمترین عوامل پیش بینی کننده پیامدها در سواد فرهنگی با تاکید بر قدرت نرم صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران در عصر جهانی شدن می باشند. نتایج پژوهش حاضر بر اهمیت توسعه علمی - پژوهشی در شکل گیری سواد فرهنگی با تاکید بر قدرت نرم صدا و سیمای جمهوری اسلامی

ایران در عصر جهانی شدن تاکید دارد. در این مورد در مصاحبه با خبرگان بر اهمیت گزاره‌هایی همانند توجه به موضوعات مرتبط با شاخص‌های سواد فرهنگی با تاکید بر قدرت نرم در صدا و سیما و جمهوری اسلامی ایران در پایان نامه‌های تحصیلات تکمیلی دانشگاه‌ها، توجه به موضوعات مرتبط با سواد فرهنگی در صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران در پژوهش‌های مراکز پژوهشی کشور و افزایش همکاری پژوهشگران حوزه مدیریت فرهنگی با سایر رشته‌های مرتبط با موضوع نظیر جامعه‌شناسی، علوم اسلامی، حقوق و ... در قالب پروژه‌های پژوهشی مشترک تاکید شده است. همچنین، توسعه رسانه‌ای از دیگر عوامل مرتبط با پیامدهای شکل‌گیری سواد فرهنگی با تاکید بر قدرت نرم صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران در عصر جهانی شدن می‌باشد که در این مورد بر آشنایی و توانایی کار با رسانه‌های مکمل و مجازی، تعدیل تعداد رسانه‌های داخلی در مقایسه با رسانه‌های بین‌المللی، آگاهی و توجه به ترفندهای رسانه‌های استکباری برای فریفتن مخاطبان، طراحی برنامه‌های ترویج‌کننده و توسعه دهنده‌ی اسلامی - ایرانی در سطح بین‌المللی و زمینه‌سازی/بومی‌سازی برنامه‌های مفید بین‌المللی برای تطابق با بافت فرهنگی کشور تاکید شده است. در مصاحبه با خبرگان در پژوهش حاضر بر عامل توسعه نهادی، ساختار و مالکیت در پیامدهای شکل‌گیری سواد فرهنگی با تاکید بر قدرت نرم در صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران در عصر جهانی شدن تاکید شده است که در این مورد خبرگان بر گزاره‌هایی همانند ایجاد اراده واقعی جهت سواد فرهنگی صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران در عصر جهانی شدن، اجماع و استراتژی کلان در کشور برای سواد فرهنگی صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران در عصر جهانی شدن، رفع موانع (اجرایی، سیاسی، فرهنگی و اقتصادی) سواد فرهنگی با تاکید بر قدرت نرم صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران در عصر جهانی شدن، عدم دخالت‌های بیش از حد دولت در امور صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، کمبود نهادهای حمایتی سازمان یافته فرهنگی در صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران در عصر جهانی شدن و توسعه نظام سواد فرهنگی در صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران تاکید دارند. نتایج پژوهش حاضر به طور غیرمستقیم با یافته جمالی و همکاران (۱۳۹۸) همخوان می‌باشد. جمالی و همکاران (۱۳۹۸) در بررسی وضعیت موجود مدیریت ارتقای سواد فرهنگی در آموزش و پرورش ایران نشان دادند که در عامل فرصت‌ها، گسترش فناوری‌های نوین اطلاعات و ارتباطات، امکان بهره‌مندی از رسانه‌های مکتوب و غیرمکتوب در راستای جذب مخاطبان و اطلاع‌رسانی فرهنگی با ابزارهای مدرن و حضور قابل توجه صدا و سیما در قریب

به اتفاق اسکان جمعیتی در ارتقای سواد فرهنگی در آموزش و پرورش ایران نقش دارند، این یافته تاحدودی با یافته مطالعه حاضر و در بحث توسعه رسانه‌ای همسو می‌باشد.

پیشنهادات

با توجه به نتایج به دست آمده در پژوهش حاضر و شناسایی الگوی پارادایمی نظامند سواد فرهنگی با تاکید بر قدرت نرم صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران در عصر جهانی شدن شامل عوامل علی، زمینه‌ای، مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها، پیشنهادات زیر ارائه می‌شود:

- تدوین سیاست‌های آموزشی در راستای افزایش سطح سواد فرهنگی با تاکید بر قدرت نرم کارکنان و متولیان صدا و سیما از طریق برگزاری جلسات هم‌اندیشی و دانش‌افزایی در این زمینه
- بالا بردن کیفیت تدریس مبتنی بر مولفه‌های سواد فرهنگی با تاکید بر قدرت نرم از طریق نیازسنجی، طراحی و اجرای دوره‌های ضمن خدمت کاربردی و مرتبط
- مقابله با پدیده منفی از خودبیبگانگی فرهنگی و تلاش در جهت بالا بردن عزت نفس متولیان و دست اندرکاران صدا و سیما از طریق ایجاد نگرش مثبت و علاقه در آنها نسبت به دوره‌های مهم تاریخ ایران و وقایع و آثار تاریخی
- سرلوحه قرار دادن مولفه دین و مذهب به عنوان یکی از مهم‌ترین مولفه‌های سواد فرهنگی با تاکید بر قدرت نرم و ارزش‌های اسلامی
- تدوین سیاست‌های کلان فرهنگی و اسناد و برنامه‌های تحول در صدا و سیما در راستای ایجاد و توسعه سواد فرهنگی
- امکانات و تجهیزات مورد نیاز دبرای دستیابی به سواد فرهنگی با تاکید بر قدرت نرم فراهم و در اختیار ذیربطان قرار گیرد.
- آموزش ادبیات برای آشنایی مسئولان با آثار شعرا و نویسندگان ملی و جهانی، زندگی‌نامه‌ها، ضرب‌المثل‌ها و ... در دستور کار قرار گیرد.
- آشنایی و شناخت مشاهیر بزرگ ایران و جهان
- آشنایی با تاریخ ملی و جهانی
- آشنایی با آداب و رسوم ملی و مذهبی هر کشور

- طراحی و تدوین بسته آموزشی چندبعدی تحت عنوان ماتریس سواد فرهنگی.
- جایگزینی رویکرد اجتماعی به جای رویکرد شناختی در تلقی نسبت به مقوله سواد فرهنگی
- لزوم ترویج و تقویت گفت‌وگوهای شناسی فرهنگی
- بازتعریف مفهوم سواد و زیرمجموعه‌های آن از جمله سواد فرهنگی و تقویت آن در حوزه فرهنگ عمومی
- طراحی اینترنت آموزشی و بهره‌گیری از آموزش مجازی با استفاده از رسانه‌های تعاملی و ابزارهای نوین مجازی با محوریت بهبود سطح سواد فرهنگی
- استفاده از چند رسانه‌ای‌ها در طراحی و استقرار بانک اطلاعات سواد فرهنگی

فهرست منابع

- آرت شولت، یان (۱۳۸۲). نگاهی موشکافانه بر پدیده جهانی شدن، ترجمه مسعود کرباسیان. تهران: انتشارات علمی فرهنگی.
- آشفته تهرانی، امیر (۱۳۹۲). جهانی شدن رسانه و هویت فرهنگی جوانان (مطالعه موردی: جوانان شهرستان هرسین)، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز.
- آبرو، مارتین (۱۳۸۱). عصر جهانی، جامعه شناسی پدیده جهانی شدن، ترجمه نادر سالارزاده امیری، تهران: نشر آزاد اندیشان.
- آنتونی گیدنز، (۱۳۸۰). پیامد های مدرنیت، ترجمه محسن ثلاثی، چاپ دوم، تهران: نشر مرکز.
- براندا، واتسن (۱۳۷۹). تدریس مؤثر تربیت دینی. ترجمه و تلخیص بهرام محسن پور. در مجموعه مقالات تربیت اسلامی جلد ۳، قم: گروه مرکز تربیت اسلامی، ۱۱۸-۱۳۰.
- بلقریز، عبدالله. (۱۳۸۲). جهانی شدن و هویت فرهنگی، جهانی شدن فرهنگ یا فرهنگ جهانی شدن؟ در جهان عرب و جهانی شدن. مجموعه بحث و بررسی های نشست اندیشه سیاسی مرکز مطالعات سیاسی و بین المللی، تهران: وزارت امور خارجه.
- بیات کمیتکی، مهناز و یزدان پناه، زین العابدین. (۱۳۹۸). حق بر داشتن سواد رسانه ای؟، تحقیقات حقوقی، ۲۲(۸۶)، ۳۵۲-۳۲۷.
- بیدارمنش، محمد (۱۳۸۹). جهانی شدن و فرهنگ شیعه؛ فرصت ها و محدودیت ها، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه باقرالعلوم.
- بهادری خسروشاهی، جعفر و برقی، عیسی. (۱۳۹۷). نقش سواد رسانه ای والدین و هویت اجتماعی بر مصرف رسانه ای دانش آموزان، مطالعات رسانه های نوین، ۴(۱۴)، ۳۱۶-۲۹۰.
- تقی بنیاد، صبا (۱۳۹۲). جهانی شدن و زنان در جهان اسلام، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه گیلان.
- حسینی، رفیق و عبدی، دلنیا. (۱۴۰۱). مفهوم سواد رسانه ای در کتاب های تفکر و سواد رسانه ای متوسطه دوم از منظر تحلیل محتوای کیفی، مطالعات بین رشته ای در رسانه و فرهنگ، ۱۲(۲)، ۲۰-۱.
- حقیقی، عدالت (۱۳۸۹). تاثیر فرآیند جهانی شدن بر فرهنگ دینی ایران. پایان نامه کارشناسی ارشد دانشکده الهیات و معارف اسلامی. دانشگاه قم.

- حقیقی، عدالت (۱۳۸۹). تاثیر فرآیند جهانی شدن بر فرهنگ دینی ایران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشکده الهیات و معارف اسلامی. دانشگاه قم.
- خاکسار ازغندی، عبدالله. (۱۳۹۸). بررسی رابطه بین سواد رسانه ای و قربانی سایبری، پویش در آموزش علوم تربیتی و مشاوره، ۳(۱۰)، ۹۱-۱۰۵.
- خوانچه سپهر، شیرزاد، ناصری، عرفان و معروفی، فخرالدین. (۱۳۹۰). مدیریت رسانه در عصر جهانی شدن (مقایسه تطبیقی نظام‌های مدیریت رسانه). پژوهش‌های ارتباطی، ۱۸(۲)، ۳۷-۷۲.
- دانایی، نسرین. (۱۳۸۸). رسانه شناسی. تهران: مبنای خرد.
- رزاقی، افشین (۱۳۸۱). نظریه‌های ارتباطات اجتماعی. تهران، پیکان.
- زارعی متین، حسن؛ رحمتی، سیدمحمد حسن؛ موسوی، محمد مهدی و دادی، احمد. (۱۳۹۳). طراحی مدل شایستگی مدیران در سازمان‌های فرهنگی کشور. مدیریت سازمان‌های دولتی، ۸، ۱۲-۲۶.
- لعل‌علیزاده، محمد و احمدپور اردجانی، مژگان (۱۳۹۰). جهانی شدن فرهنگی و قدرت نرم؛ ضرورت سیاستگذاری جدید با رویکرد نرم افزارانه، مطالعات قدرت نرم، ۱(۳)، ۱۹۳-۲۱۷.
- محمدی فشارکی، محمدحسین. (۱۳۹۶). شناسایی فرصت‌ها و تهدیدات جهانی شدن فرهنگ بر قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران با تأکید بر دیپلماسی رسانه از دیدگاه کارشناسان فرهنگی شهر اصفهان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، دانشکده علوم اجتماعی.
- معمدنژاد، کاظم (۱۳۵۳). وسایل ارتباط جمعی. تهران: دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی، چاپ اول.
- نهادن‌دیان، محمد. (۱۳۸۵). ما و جهانی شدن. تهران: مرکز مطالعات جهانی شدن.
- نصیری، بهاره و بخشی، بهاره (۱۳۹۹). اهمیت آموزش سواد رسانه‌ای در قرن بیست و یکم، مطالعات رسانه‌ای، ۷(۱۸)، ۱۶۱-۱۴۹.

Flew, T. (2016). Entertainment media, cultural power, and post-globalization: The case of China's international media expansion and the discourse of soft power. *Global Media and China*, 1(4), 278-294.

Giddens, A. (1990), *The Consequence of Modernity*, Oxford, Basil Blackwell.

global knowledge transparency. *The Journal of Strategic Information Systems*, 19(2), 69-77.

Graff, H. J. (1989). Critical literacy versus cultural literacy—Reading signs of the times?. *Interchange*, 20(1), 46-52.

- Hirsch Jr, E. D., Kett, J. F., & Trefil, J. S. (1988). Cultural literacy: What every American needs to know. Vintage.
- Hirsch, E.D. (2002). *The New Dictionary of Cultural Literacy; What Every American Needs to Know*. New York: Houghton Mifflin Company
- Masny, D. (2005). Multiple literacies: An alternative OR beyond Freire. *Portraits of literacy across families, communities, and schools: Intersections and tensions*, 71-84.
- Masny, D. (2010). Multiple literacies theory: How it functions, what it produces. *Perspectiva*, 28(2), 337-352.
- Masny, D., & Cole, D. R. (2007). Applying multiple literacies in Australian and Canadian contexts.
- Masny, D., & Waterhouse, M. (2011). Mapping territories and creating nomadic pathways with multiple literacies theory. *Journal of Curriculum Theorizing*, 27(3).
- Ochoa, G. G., McDonald, S., & Monk, N. (2018). Adapting Open-space Learning Techniques to Teach Cultural Literacy. *Open Cultural Studies*, 2(1), 510-519.
- Okland, O. (2004). *Globalization, media and youth culture: Young high school students in Vennesla, Norway, between the local and the global*. Trinity Evangelical Divinity School.
- Pamment, J. (2014). Articulating influence: Toward a research agenda for interpreting the evaluation of soft power, public diplomacy and nation brands. *Public Relations Review*, 40(1), 50-59.
- Pentony, J. F. (1992). Cultural literacy: A concurrent validation. *Educational and psychological measurement*, 52(4), 967-972.
- Polistina, K. (2009). Cultural literacy: Understanding and respect for the cultural aspects of sustainability. *The Handbook for Sustainability Literacy: Skills for a changing world*, 117-123.
- Polistina, K. (2017). Outdoor leisure and the sustainability agenda: critical pedagogy on neoliberalism and the employment obsession in higher education. *Tourism Recreation Research*, 32(2) :57-66.