

Original Article (Mixed)

Analysis of Fajr Festival Posters Based on Parsons' AGIL Theory: Strategies for Improving Educational and Cultural Effectiveness

Mohammadali Daneshsedigh¹ , Abolfazl Davodi Roknabadi² , Mohammadreza Sharifzadeh³ , Pejman Dadkhah⁴ 

- 1- PhD student of comparative and analytical history of Islamic arts, Department of Art, Kish International Branch, Islamic Azad University, Kish Island, Iran
- 2- Professor, Textile and Clothing Design Department, Yazd Branch, Islamic Azad University, Yazd, Iran.
- 3- Professor of Philosophy of Art, Art Department, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.
- 4- Assistant Professor, Department of Photography, Faculty of Art, Iqbal Lahori Institute of Higher Education, Mashhad, Iran.

Receive:

02 May 2025

Revise:

07 July 2025

Accept:

18 August 2025

Keywords:

Fajr Festival, Parsons AGIL theory, cultural management, educational effectiveness, poster design, fuzzy screening

Abstract

This research aimed to analyze the educational and cultural effectiveness of Fajr Festival posters based on Parsons' AGIL theory (adaptation, goal achievement, coherence, maintaining patterns). The method of this research is based on the paradigm of pragmatism and from the perspective of the objective it is a developmental research that has been conducted in a single cross-sectional manner; the method of this study is qualitative/quantitative from the perspective of the result, such that the research strategy in the first step is qualitative content analysis of the interview text of the informants regarding the criteria for evaluating the educational and cultural effectiveness of Fajr Festival posters, and in the second step is fuzzy screening and the method of data collection was library in the first step and field in the second step using a questionnaire tool. The festival posters were evaluated by experts using the fuzzy screening method in the four functions of Parsons' theory and based on five key criteria: learning and knowledge enhancement, attitude and behavior change, participation and interaction, satisfaction, and long-term impact. The results showed that among Parsons' four functions, "adaptability" (attracting the audience and matching visual taste) is the most important in cultural educational effectiveness. After that, "achieving the goal" (conveying a specific educational message) and "maintaining the model" (promoting the values of committed cinema) are placed, and "coherence" (using national and religious symbols) has a moderate effect on cultural educational effectiveness, despite its strong presence in posters. This study has provided suggestions for artists, cultural policymakers, and managers interested in promoting the role of posters as an educational medium and a means of transmitting cultural values.

Please cite this article as (APA): Daneshsedigh, M., Davodi Roknabadi, A., Sharifzadeh, M. and Dadkhah, P. (2026). Analysis of Fajr Festival Posters Based on Parsons' AGIL Theory: Strategies for Improving Educational and Cultural Effectiveness. *Management and Educational Perspective*, 7(4), 306-328.



<https://doi.org/10.22034/jmep.2025.532395.1538>



Authors retain the copyright and full publishing rights.

Published by Research Center of Resource Management Studies and Knowledge-Based Business. This article is an open access article licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Publisher: Research Center of Resource Management Studies and Knowledge-Based Business

Corresponding Author: Abolfazl Davodi Roknabadi

Email: davodi@gmail.com



Extended abstract

Introduction

As one of the most efficient visual media, advertising posters have always played a pivotal role in educational systems and the transmission of cultural messages (Pan et al., 2025). Studies show that posters, by combining visual and textual elements, have a unique capacity to instill educational concepts and shape the collective unconscious (Kumar et al., 2025). Especially in societies undergoing cultural transition, these visual media can serve as an efficient tool for educational management goals (Thakur et al., 2025). Recent research emphasizes that the design of advertising posters in recent decades has moved from purely advertising approaches to educational and culture-building models. This development has made posters a valuable source for analyzing cultural policies (Gelan, 2025).

The Islamic Revolution of Iran in 1979 was a turning point in redefining the educational and cultural system of Iranian society. By breaking with previous patterns, this development established new foundations for the production of committed and educational art (Takaloo & Darvishi Se Talani, 2021). Studies show that after the revolution, visual arts were especially used to serve educational and training purposes, and cultural analyses confirm that the Islamic Revolution turned concepts such as cultural independence and the fight against arrogance into the focus of artistic production (Majidi Vizane et al., 2022). These developments created a dynamic space for the creation of works of art with educational functions.

The Fajr decade, as a symbol of the victory of the Islamic Revolution, is considered an important vehicle for the implementation of cultural and educational programs in the calendar of the Islamic Republic of Iran. Research shows that the programs of this decade have become an opportunity to transmit revolutionary and educational values to new generations (Maqhsoodi & Alipour, 2011). Content analysis of the programs of this decade indicates that advertising posters have a major contribution to the reproduction of educational discourse; these works act as “visual educational media” that can effectively convey cultural concepts (Manifar & Haji Alimohammadi, 2022). Parsons’ social systems theory, emphasizing the four functions of “adaptation, goal achievement, coherence, and pattern maintenance,” provides an analytical framework for examining the role of posters in the educational system. Recent studies show that this theory can be used to analyze the educational functions of visual media (Hahighhatian et al., 2015). Researchers believe that promotional posters, within the framework of this theory, have the function of “preserving cultural and educational patterns” (Mahmoodi & Kichi, 2016).

Despite numerous studies on the Islamic Revolution, a systematic analysis of the posters of the Fajr decade from the perspective of educational management and cultural policy-making has been neglected. This research, using the screening method, examines the impact of Fajr Festival posters based on Parsons’ AGIL theory on educational and cultural effectiveness. The innovation of this research lies in screening the most important features of Parsons’ theory hidden in the posters of the Fajr Festival of the Islamic Revolution as one of the most important cultural events after the Islamic Revolution of Iran based on the main criteria of cultural and educational effectiveness, which emphasizes the undeniable importance of cultural/educational developments affected by changes in visual productions, especially the posters of this important Iranian event after the Islamic Revolution.

Theoretical Framework

As one of the most effective visual communication tools, advertising posters play a pivotal role in educational systems and the transmission of cultural messages (Kobayashi et al., 2018). Studies show that these visual media, by intelligently combining visual and textual elements, have a unique capacity to instill educational concepts and shape audience attitudes

(Gee et al., 2018). From the perspective of educational management, posters not only play an advertising function, but also an educational-promotional role and can serve as an efficient tool to serve learning goals (Zanjanbar, 2025). New research in the field of educational communication emphasizes that analyzing posters from the perspective of cultural policymaking can reveal effective patterns in designing educational content. Comparative studies have shown that the design of cultural-educational posters in different countries follows the principles of learning psychology and visual communication (Salman & Ali, 2025).

The concept of educational/cultural effectiveness as a multidimensional construct (Majda et al., 2021) in the literature of educational and cultural sciences indicates the success of integrated programs in achieving predetermined goals by creating desirable changes at three levels of knowledge, attitude, and behavior (Kim et al., 2020). This concept can be evaluated using five key indicators: the learning index, which measures the extent to which cognitive and skill goals are achieved using quantitative and qualitative methods; the attitude change index, which measures changes in the beliefs, values, and cultural orientations of the audience; the active participation index, which evaluates the level of interaction and involvement of stakeholders in the implementation process; the satisfaction index, which examines the perceived quality of the program from the audience's perspective in various content, method, and implementation dimensions; and the impact sustainability index, which evaluates the sustainability and institutionalization of the program's achievements in the long term (Aldowah et al., 2015). These main evaluation criteria allow for comprehensive and systematic evaluation. It provides the effectiveness of educational-cultural actions, content, approaches and programs at the micro, meso and macro levels (Biesta, 2015).

Talcott Parsons, as one of the most systematic theorists of structural functionalism, has presented the AGIL model for the analysis of social systems. By proposing four basic functions of adaptation, goal attainment, integration and pattern maintenance (Latency), this model provides a powerful analytical tool for examining educational institutions (Maghsoodi & Tonadvoli, 2014). Recent studies show that this theoretical framework is very useful for analyzing the educational functions of visual arts (Baloch et al., 2022). Especially in examining the relationship between cultural productions and the educational goals of social systems, Parsons' theory provides valuable insights (Sciortino, 2021). Numerous studies have used this framework to analyze educational content and systems. For example, studies have examined the function of preserving educational patterns in visual media (Weichelt, 2024) or the cohesive role of educational posters (Nabavi-Zadeh Namazi et al., 2024). Research has also been conducted on the analysis of educational posters in China (Suglo, 2022) and Iran (Rastegar et al., 2019) with this theory. In the field of education in Iran, studies such as the study by Ghadiri et al. (2022) have examined the representation of educational concepts in visual media.

Research Method

The method of this research is based on the paradigm of pragmatism and; from the perspective of orientation, is fundamental on the one hand because it seeks to find criteria for measuring the effectiveness of educational culture in media productions, including poster art; and on the other hand, it is applicable in that it uses a questionnaire tool to try to apply Parsons' theory in analyzing the content of Fajr Festival posters as the most important event after the Islamic Revolution of Iran. This research uses an inductive approach and was conducted as a single cross-sectional study and adopted two qualitative/quantitative research strategies from the perspective of the results, such that the research strategy was content



analysis in the first step and fuzzy screening in the second step. The data collection method was library in the first step and field in the second step using a questionnaire.

Research findings

This study aimed to analyze the educational and cultural effectiveness of Fajr Film Festival posters based on Parsons' AGIL theory. The importance of this study is that posters, as powerful visual media, can play an effective role in conveying educational messages and promoting cultural values. By combining qualitative and quantitative methods, this study provided a systematic approach to evaluating this effectiveness. In the first stage of the research, key criteria for the educational and cultural effectiveness of posters screened for the Fajr Islamic Revolution Festival were identified through interviews with 18 academic and artistic experts. The most important of these criteria included learning and knowledge enhancement, attitude and behavior change, participation and interaction, satisfaction, and long-term impact. These findings indicate that festival posters should not be seen as mere advertising tools, but can have a high capacity for indirect education and shaping cultural attitudes. The results of the second stage of the research, which was conducted using the fuzzy screening method, showed that among Parsons' four functions, "compatibility" (attracting the audience and matching visual taste) is the most important in cultural educational effectiveness. After that, "achieving the goal" (conveying a specific educational message) and "maintaining the model" (promoting the values of committed cinema) are placed. Interestingly, "coherence" (integrated use of national and religious symbols) despite its strong presence in posters has a moderate effect on cultural educational effectiveness.

Conclusion

Visual attractiveness (compatibility) is a necessary condition for increasing the effectiveness of posters as effective content from a cultural educational perspective, but it is not sufficient alone and must be accompanied by targeted educational messages (achieving the goal). The mere use of national and religious symbols (coherence) without an organic connection with educational content does not have the desired effectiveness in the field of cultural education. It is suggested that poster design committees for this important festival in Iran use these findings to create a balance between visual appeal and depth of content; also, holding joint workshops between poster designers and cultural educators can lead to the creation of works that are both pleasing to the eye and carry effective educational messages that can help effectively convey the cultural values of the Islamic Revolution. Policymakers and macro-decision makers in cultural fields can develop a "smart design framework" for Fajr Festival posters to create a design guideline based on the findings of this study that combines visual appeal (compatibility) and targeted educational messages (goal achievement). They can also work towards forming a joint committee consisting of graphic designers, educational experts, and cultural specialists to monitor the content of the posters, holding specialized workshops on "Posters as Educational Media," as well as training poster designers on the principles of conveying educational and cultural messages through visual elements, and inviting media psychologists to analyze the impact of colors, symbols, and compositions on learning and changing attitudes toward designing interactive posters with links to cultural educational content.

علمی پژوهشی (آمیخته)

تحلیل پوسترهای جشنواره فجر بر اساس نظریه AGIL پارسونز: راهکارهایی برای بهبود اثربخشی آموزشی و فرهنگی

محمدعلی دانش صدیق^۱، ابوالفضل داودی رکن آبادی^۲، محمدرضا شریف زاده^۳، پژمان دادخواه^۴

- ۱- دانشجوی دکتری تاریخ تطبیقی و تحلیلی هنرهای اسلامی، گروه هنر، واحد بین الملل کیش، دانشگاه آزاد اسلامی، جزیره کیش، ایران.
- ۲- استاد طراحی پارچه و لباس، گروه طراحی پارچه و لباس، واحد یزد، دانشگاه آزاد اسلامی، یزد، ایران.
- ۳- استاد فلسفه هنر، گروه هنر، واحد تهران مرکز، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.
- ۴- استادیار گروه عکاسی، دانشکده هنر، موسسه آموزش عالی اقبال لاهوری، مشهد، ایران.

چکیده

این پژوهش با هدف تحلیل اثربخشی آموزشی فرهنگ پوسترهای جشنواره فجر بر اساس نظریه AGIL پارسونز (سازگاری، دستیابی به هدف، انسجام، حفظ الگوها) انجام شد. روش انجام این پژوهش، مبتنی بر پارادایم پراگماتیسم بوده و از منظر هدف نیز پژوهشی توسعه‌ای است که به صورت تک مقطعی انجام شده است؛ روش این مطالعه از منظر نتیجه، کیفی-کمی بوده به این صورت که استراتژی پژوهش در گام اول تحلیل محتوای کیفی متن مصاحبه با خبرگان در خصوص معیارهای ارزیابی اثربخشی آموزشی فرهنگ پوسترهای جشنواره فجر و در گام دوم غربال سازی فازی بوده و نحوه جمع آوری داده‌ها نیز در گام اول کتابخانه‌ای و در گام دوم میدانی با استفاده از ابزار پرسشنامه بوده است. پوسترهای جشنواره در روش غربال سازی فازی در چهار کارکرد نظریه پارسونز و بر اساس پنج معیار کلیدی یادگیری و دانش افزایی، تغییر نگرش و رفتار، مشارکت و تعامل، رضایتمندی و تأثیر بلندمدت توسط خبرگان ارزیابی شده و نتایج نشان داد که از میان کارکردهای چهارگانه پارسونز، «سازگاری» (جذب مخاطب و تناسب با ذائقه بصری) بیشترین اهمیت را در اثربخشی آموزشی فرهنگ دارد. پس از آن، «دستیابی به هدف» (انتقال پیام آموزشی مشخص) و «حفظ الگو» (تبلیغ ارزش‌های سینمای متعهد) قرار می‌گیرند و «انسجام» (استفاده از نمادهای ملی و مذهبی) با وجود حضور پررنگ در پوسترها، تأثیر متوسطی بر اثربخشی آموزشی فرهنگ دارد. این مطالعه برای هنرمندان، سیاست‌گذاران فرهنگی و مدیران علاقه مند به ارتقای نقش پوستر به عنوان یک رسانه آموزشی و ابزار انتقال ارزش‌های فرهنگی پیشنهاداتی ارائه داده است.

تاریخ دریافت: ۱۲ اردیبهشت ۱۴۰۴


تاریخ بازنگری: ۱۶ تیر ۱۴۰۴

تاریخ پذیرش: ۲۷ مرداد ۱۴۰۴

کلید واژه‌ها:

جشنواره فجر،
نظریه AGIL پارسونز،
مدیریت فرهنگی،
اثربخشی آموزشی،
طراحی پوستر،
غربال سازی فازی.

لطفاً به این مقاله استناد کنید (APA): دانش صدیق، محمدعلی، داودی رکن آبادی، ابوالفضل، شریف زاده، محمدرضا و دادخواه، پژمان. (۱۴۰۴). تحلیل پوسترهای جشنواره فجر بر اساس نظریه AGIL پارسونز: راهکارهایی برای بهبود اثربخشی آموزشی و فرهنگی. فصلنامه رویکردهای نوین در مدیریت و بازاریابی، ۷(۴)، ۳۰۶-۳۲۸.

 <https://doi.org/10.22034/jmep.2025.532395.1538>



Authors retain the copyright and full publishing rights.
Published by Research Center of Resource Management Studies and Knowledge-Based Business. This article is an open access article licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

ناشر: مرکز پژوهشی مطالعات مدیریت منابع و کسب و کار دانش محور

نویسنده مسئول: ابوالفضل داودی رکن آبادی

ایمیل: davodi@gmail.com

مقدمه

پوسترهای تبلیغاتی به عنوان یکی از کارآمدترین رسانه‌های تصویری، همواره نقشی محوری در نظام‌های آموزشی و انتقال پیام‌های فرهنگی ایفا کرده‌اند. (Pan et al., 2025) مطالعات نشان می‌دهند که پوسترها با ترکیب عناصر بصری و متنی، ظرفیت منحصر به فردی در القای مفاهیم آموزشی و شکل‌دهی به ناخودآگاه جمعی دارند (Kumar et al., 2025)، به‌ویژه در جوامعی که در حال گذار فرهنگی هستند، این رسانه‌های تصویری می‌توانند به‌عنوان ابزاری کارآمد در خدمت اهداف مدیریت آموزشی قرار گیرند (Thakur et al., 2025). پژوهش‌های اخیر تأکید دارند که طراحی پوسترهای تبلیغاتی در دهه‌های اخیر، از رویکردهای صرفاً تبلیغاتی به سمت الگوهای آموزشی و فرهنگ‌ساز حرکت کرده‌است؛ این تحول، پوسترها را به منبعی ارزشمند برای تحلیل سیاست‌گذاری‌های فرهنگی تبدیل کرده‌است (Gelan, 2025)؛ با این حال، علیرغم اهمیت پوسترها در انتقال ارزش‌های فرهنگی و آموزشی، پژوهش‌های موجود عمدتاً بر جنبه‌های زیبایی‌شناختی یا تبلیغاتی متمرکز بوده‌اند و کمتر به تحلیل نظام‌مند اثربخشی آموزشی و فرهنگی آنها پرداخته‌اند. این خلأ پژوهشی به‌ویژه در مورد پوسترهای جشنواره فجر، به‌عنوان یکی از مهم‌ترین رویدادهای فرهنگی ایران پس از انقلاب اسلامی، مشهود است.

انقلاب اسلامی ایران در سال ۱۳۵۷ نقطه عطفی در بازتعریف نظام آموزشی و فرهنگی جامعه ایران بود. این تحول با ایجاد گسست از الگوهای پیشین، مبانی جدیدی برای تولید هنر متعهد و آموزشی پایه‌ریزی کرد و پس از انقلاب، پوسترهای جشنواره فجر به‌عنوان رسانه‌ای برای تبلیغ ارزش‌های انقلابی و آموزشی مورد استفاده قرار گرفتند (Takaloo & Darvishi Se Talani, 2021). مطالعات نشان می‌دهند که پس از انقلاب، هنرهای تجسمی به‌ویژه در خدمت اهداف آموزشی و تربیتی قرار گرفت و تحلیل‌های فرهنگی مؤید آن است که انقلاب اسلامی، مفاهیمی مانند استقلال فرهنگی و مبارزه با استکبار را به کانون تولیدات هنری تبدیل کرد (Majidi Vizane et al., 2022). این تحولات، فضایی پویا برای خلق آثار هنری با کارکردهای آموزشی ایجاد نمود.

دهه فجر به‌عنوان نماد پیروزی انقلاب اسلامی، محملی مهم برای اجرای برنامه‌های فرهنگی و آموزشی در تقویم جمهوری اسلامی ایران محسوب می‌شود. پژوهش‌ها نشان می‌دهند که برنامه‌های این دهه، به فرصتی برای انتقال ارزش‌های انقلابی و آموزشی به نسل‌های جدید تبدیل شده‌است (Maqhsoodi & Alipour, 2011). تحلیل محتوای برنامه‌های این دهه بیانگر آن است که پوسترهای تبلیغاتی، سهم عمده‌ای در بازتولید گفتمان آموزشی دارند؛ این آثار، به‌مثابه «رسانه‌های آموزشی بصری» عمل می‌کنند که می‌توانند مفاهیم فرهنگی را به شیوه‌ای مؤثر منتقل نمایند (Manifar & Haji Alimohammadi, 2022).

نظریه سیستم‌های اجتماعی پارسونز با تأکید بر کارکردهای چهارگانه «سازگاری، دستیابی به هدف، انسجام و حفظ الگوها» چارچوبی تحلیلی برای بررسی نقش پوسترها در نظام آموزشی ارائه می‌کند. مطالعات متأخر نشان می‌دهند که این نظریه می‌تواند برای تحلیل کارکردهای آموزشی رسانه‌های تصویری به کار رود (Haghighatian et al., 2015). پژوهشگران معتقدند پوسترهای تبلیغاتی در چارچوب این نظریه، کارکرد «حفظ الگوهای فرهنگی و آموزشی» را بر عهده دارند (Mahmoodi & Kichi, 2016)؛ ضرورت این پژوهش از دو جنبه نظری و کاربردی قابل تبیین است: از جنبه نظری، این مطالعه با به‌کارگیری نظریه AGIL پارسونز، چارچوبی نوین برای تحلیل پوسترها به‌عنوان رسانه‌های

آموزشی فرهنگی ارائه می‌دهد. از جنبه کاربردی، یافته‌های این تحقیق می‌تواند به سیاست‌گذاران فرهنگی و طراحان پوستر کمک کند تا با ترکیب بهینه عناصر بصری و محتوایی، اثربخشی آموزشی و فرهنگی پوسترها را افزایش دهند. همچنین، این پژوهش به پرکردن خلأ موجود در ادبیات مدیریت آموزشی و فرهنگی در حوزه تحلیل رسانه‌های تصویری می‌پردازد. با وجود مطالعات متعدد درباره انقلاب اسلامی، تحلیل نظام‌مند پوسترهای دهه فجر از منظر مدیریت آموزشی و سیاست‌گذاری فرهنگی مغفول مانده است. این پژوهش با استفاده از روش غربال سازی، به بررسی تأثیر پوسترهای جشنواره فجر بر اساس نظریه AGIL پارسونز بر اثربخشی آموزشی و فرهنگی می‌پردازد. نوآوری این تحقیق در غربال مهمترین ویژگی‌های نظریه پارسونز مستتر در پوسترهای جشنواره فجر انقلاب اسلامی به عنوان یکی از مهمترین رویدادهای فرهنگی بعد از انقلاب اسلامی ایران بر اساس معیارهای اصلی اثربخشی فرهنگی و آموزشی است که بر اهمیت غیر قابل انکار تحولات فرهنگی/آموزشی متأثر از تغییرات در تولیدات بصری علی‌الخصوص پوسترهای این رویداد مهم ایران پس از انقلاب اسلامی تأکید دارد؛ بر این اساس، سؤال اصلی تحقیق این است: پوسترهای جشنواره فجر بر اساس نظریه AGIL پارسونز چه اثربخشی آموزشی و فرهنگی دارند و چگونه می‌توان این اثربخشی را بهبود بخشید؟ این پژوهش با ترکیب روش‌های کیفی و کمی، به تحلیل این پرسش می‌پردازد و راهکارهای عملی برای بهینه‌سازی طراحی پوسترها ارائه می‌دهد.

مبانی نظری

پوسترهای تبلیغاتی به عنوان یکی از مؤثرترین ابزارهای ارتباط بصری، نقشی محوری در نظام‌های آموزشی و انتقال پیام‌های فرهنگی ایفا می‌کنند (Kobayashi et al., 2018). مطالعات نشان می‌دهند این رسانه‌های تصویری با تلفیق هوشمندانه عناصر بصری و متنی، ظرفیتی بی‌نظیر در القای مفاهیم آموزشی و شکل‌دهی به نگرش‌های مخاطبان دارند (Gee et al., 2018). از منظر مدیریت آموزشی، پوسترها نه تنها کارکرد تبلیغاتی، بلکه نقشی آموزشی-ترویجی ایفا می‌کنند و می‌توانند به عنوان ابزاری کارآمد در خدمت اهداف یادگیری قرار گیرند (Zanjanbar, 2025). پژوهش‌های جدید در حوزه ارتباطات آموزشی تأکید دارند که تحلیل پوسترها از منظر سیاست‌گذاری فرهنگی می‌تواند الگوهای مؤثر در طراحی محتوای آموزشی را آشکار کند. مطالعات تطبیقی نشان داده‌اند که طراحی پوسترهای فرهنگی-آموزشی در کشورهای مختلف، از اصول روان‌شناسی یادگیری و ارتباطات بصری تبعیت می‌کند (Salman & Ali, 2025). مفهوم اثربخشی آموزشی/فرهنگی به عنوان یک سازه چندبعدی (Majda et al., 2021) در ادبیات علوم تربیتی و فرهنگی، بیانگر میزان موفقیت برنامه‌های تلفیقی در دستیابی به اهداف از پیش تعیین شده از طریق ایجاد تغییرات مطلوب در سه سطح دانشی، نگرشی و رفتاری است (Kim et al., 2020). این مفهوم با بهره‌گیری از پنج شاخص کلیدی قابل ارزیابی است: شاخص یادگیری که با روش‌های کمی و کیفی، میزان تحقق اهداف شناختی و مهارتی را می‌سنجد؛ شاخص تحول نگرشی که تغییرات در باورها، ارزش‌ها و جهت‌گیری‌های فرهنگی مخاطبان را مورد سنجش قرار می‌دهد؛ شاخص مشارکت فعال که سطح تعامل و درگیری ذینفعان را در فرآیند اجرا ارزیابی می‌کند؛ شاخص رضایت‌مندی که کیفیت ادراک شده برنامه را از منظر مخاطبان در ابعاد مختلف محتوایی، روشی و اجرایی مورد بررسی قرار می‌دهد؛ و نیز شاخص پایداری اثر که به ارزیابی ماندگاری و نهادینه‌سازی دستاوردهای برنامه در بلندمدت

می‌پردازد (Aldowah et al., 2015). این معیارهای اصلی ارزیابی، امکان ارزشیابی جامع و نظام‌مند اثربخشی اقدامات، محتوا، رویکردها و برنامه‌های آموزشی-فرهنگی را در سطوح خرد، میانی و کلان فراهم می‌سازد (Biesta, 2015). تالکوت پارسونز به عنوان یکی از نظام‌مندترین نظریه‌پردازان کارکردگرایی ساختاری، الگوی AGIL را برای تحلیل سیستم‌های اجتماعی ارائه کرده است. این الگو با طرح چهار کارکرد اساسی سازگاری (Adaptation)، دستیابی به هدف (Goal attainment)، انسجام (Integration) و حفظ الگو ((Latency، ابزار تحلیلی قدرتمندی برای بررسی نهادهای آموزشی ارائه می‌دهد (Maghsoodi & Tonadvoli, 2014). مطالعات جدید نشان می‌دهند این چارچوب نظری برای تحلیل کارکردهای آموزشی هنرهای تجسمی بسیار راهگشاست (Baloch et al., 2022). به ویژه در بررسی رابطه بین تولیدات فرهنگی و اهداف آموزشی نظام‌های اجتماعی، نظریه پارسونز بینش‌های ارزشمندی ارائه می‌کند (Sciortino, 2021). پژوهش‌های متعددی از این چارچوب برای تحلیل محتواها و نظام‌های آموزشی استفاده کرده‌اند. برای مثال، مطالعاتی به بررسی کارکرد حفظ الگوهای آموزشی در رسانه‌های تصویری (Weichelt, 2024) یا نقش انسجام‌بخشی پوسترهای آموزشی (Nabavi-Zadeh Namazi et al., 2024) پرداخته‌اند؛ همچنین تحقیقاتی به تحلیل پوسترهای آموزشی در چین (Suglo, 2022) و ایران (Rastegar et al., 2019) با این نظریه انجام شده است. در حوزه آموزش و پرورش ایران، مطالعاتی مانند پژوهش (Ghadiri et al., 2022) به بررسی بازنمایی مفاهیم آموزشی در رسانه‌های تصویری پرداخته‌اند. با وجود مطالعات متعدد درباره پوسترهای تبلیغاتی و کاربرد نظریه پارسونز، تحقیقاتی که به طور خاص پوسترهای جشنواره فجر را از منظر اثربخشی آموزشی و فرهنگی و با چارچوب AGIL تحلیل کرده باشند، بسیار محدود است. بیشتر پژوهش‌های موجود یا صرفاً به جنبه‌های زیبایی‌شناختی توجه داشته‌اند (Sotoudeh et al., 2015) یا از منظرهای دیگر به موضوع نگریسته‌اند. این پژوهش با کمک روش روش غربال سازی فازی و به کارگیری نظریه AGIL، می‌کوشد شکاف موجود در ادبیات مدیریت آموزشی را پر کند. نوآوری اصلی این تحقیق در ارائه الگویی تحلیلی است که اثربخشی آموزشی/فرهنگی و تغییرات در تولیدات بصری جشنواره فجر را مبتنی بر نظریه پارسونز تبیین می‌کند. این مطالعه از چند جهت حائز اهمیت است از منظر نظری، با بکارگیری نظریه AGIL در تحلیل پوسترهای جشنواره فجر، گامی در جهت توسعه ادبیات مدیریت آموزشی و فرهنگی برمی‌دارد؛ از منظر روش‌شناسی، با استفاده از روش غربال سازی فازی، رویکردی عملی برای بررسی پوسترها ارائه می‌دهد و از منظر کاربردی، یافته‌های این تحقیق می‌تواند مبنای علمی برای طراحی پوسترهای آموزشی فرهنگی در آینده قرار گیرد. پژوهش‌های بین‌المللی نیز نشان می‌دهند که رویکردهای نوین در طراحی پوسترهای آموزشی فرهنگی به سمت استفاده از نمادهای چندفرهنگی برای افزایش درک مخاطبان بین‌المللی، الگوهای تعاملی برای جلب مشارکت فعال مخاطبان و فناوری‌های دیجیتال برای افزایش اثربخشی آموزشی و فرهنگی در حال حرکت است (Zhang et al., 2023). این در حالی است که مطالعات داخلی کمتر به این جنبه‌های نوین پرداخته‌اند. در مجموع، با توجه به خلأهای تحقیقاتی اشاره شده و اهمیت فزاینده پوسترها به عنوان ابزار آموزشی فرهنگی، انجام پژوهش حاضر می‌تواند هم از نظر توسعه دانش نظری و هم از جنبه کاربردی، حائز اهمیت باشد. این مطالعه با ارائه الگویی تحلیلی بر اساس نظریه AGIL، چارچوبی نظام‌مند برای ارزیابی و طراحی پوسترهای جشنواره فجر مؤثر بر ارتقای اثربخشی آموزشی فرهنگی در آینده خواهد داد.

پیشینه پژوهش

(Kaptan & Ustaoğlu, 2024) در مقاله‌ای با عنوان «تحلیل نشانه‌شناختی طرح‌های پوستر با رویکرد آموزش» به تحلیل نشانه‌شناختی طرح‌های پوستر با رویکرد آموزش پرداختند؛ هدف آن‌ها کشف زیرمتن‌ها با تحلیل نشانه‌های قابل مشاهده و نشانه‌های زیربنایی در طرح‌های پوستر با استفاده از نشانه‌شناسی بود. در این مطالعه، نشانه‌شناسی تحت عناوین خاصی مورد بررسی قرار گرفته و تحلیل‌هایی بر روی پوسترهای آموزشی هنرمندان بین‌المللی و ملی انجام شده و از روش فردیناند دو سوسور استفاده شد؛ نمونه‌های انتخاب شده برای تحلیل شامل پوسترهایی از یک مسابقه طراحی با داوری بود که در سال ۲۰۱۱ با موضوع «حق آموزش» برگزار شده و به موضوع آموزش از دیدگاه‌های مختلف پرداخته بود. در نتیجه انجام تحلیل‌ها، مشخص شد که روش تحلیل نشانه‌شناسی می‌تواند داده‌های واضح‌تری ارائه دهد؛ علاوه بر این، اهمیت استفاده از این تحلیل با روش مورد استفاده در تحقیق آشکار شد.

(Asadi & Sharafoddin, 2024) در پژوهشی با عنوان «بررسی تطبیقی تکامل اجتماعی از دیدگاه تالکوت پارسونز و استاد مطهری» به بررسی تطبیقی تکامل اجتماعی از دیدگاه تالکوت پارسونز و استاد مطهری پرداختند، محققان با اتکا بر روش تطبیقی دیدگاه تالکوت پارسونز و استاد مطهری در خصوص تکامل اجتماعی را با یکدیگر مقایسه کردند تا از این رهگذر به فهمی عمیق از چستی تکامل اجتماعی و دلالت‌های اجتماعی و فرهنگی آن دست یابند. یافته‌های پژوهش نشان داد این دو دیدگاه در موضوعاتی همچون اعتقاد به هستی مستقل برای جامعه، رویکرد تلفیقی به نقش آفرینی توأمان فرد و جامعه (ساختارها) در فرایند زیست اجتماعی و تکامل جامعه، چندخطی بودن مسیر تکامل اجتماعی با یکدیگر مشابهت دارند؛ همچنین این دو دیدگاه، در خصوص چستی تکامل اجتماعی، شاخص تکامل، عامل تکامل و غایت آن با یکدیگر اختلاف نظر دارند.

(Darlis et al. 2021) در پژوهشی با عنوان «جنبه‌های چندفرهنگی یادگیری قرن بیست و یکم با استفاده از پوسترهای دیجیتال» به بررسی جنبه‌های چندفرهنگی یادگیری قرن بیست و یکم با استفاده از پوسترهای دیجیتال پرداختند، این محققان یادگیری قرن بیست و یکم را نوعی از یادگیری توصیف کردند که ویژگی‌های دسترسی‌پذیری، دیجیتال‌گرایی، علم کلان‌داده را دارد و این یادگیری محدود به فاصله مکانی و زمانی نیست و ارائه پوستر، شکلی کلی از اطلاعات آموزشی است که به راحتی قابل دسترسی بوده و می‌تواند با وجود تلویزیون، گجت‌ها و اینترنت به سرعت پخش شود. روش تحقیق این پژوهش، توصیفی-کیفی بود و داده‌های تحقیق در قالب پوسترهای آموزشی ارائه شدند؛ نتایج این مطالعه در قالب الزامات رسانه پوستر که به عنوان رسانه آموزشی استفاده می‌شوند، ارائه شد و بیان کرد محتوا نباید محتوایی باشد که ممکن است به جامعه/شرکت کنندگان در یادگیری توهین کند؛ محتوای ارائه شده باید توسط مخاطبان حتی با تفاوت‌های زبانی و فرهنگی پذیرفته شود. اطلاعات باید واضح باشد، بنابراین پیام پوستر به خوبی به مخاطبان با جنبه‌های فرهنگی مختلف منتقل می‌شود. محتوا باید جذاب باشد، حاوی تصاویر مصور و نوشته‌های توضیحی باشد که مخاطبان را به پوستر علاقه‌مند کند و نیز توسعه پوستر دیجیتال با نسخه‌های مختلف زبان محلی می‌تواند مقبولیت را در بین گویندگان زبان محلی افزایش دهد.

(Hristoforova et al., 2017) در مطالعه‌ای با عنوان «پوستر به عنوان وسیله‌ای برای ارتباط در آموزش: جنبه‌های روش‌شناختی و کاربردی طراحی» به بررسی پوستر به عنوان وسیله‌ای برای ارتباط در آموزش: جنبه‌های روش‌شناختی و کاربردی طراحی پرداختند، هدف این محققان شناسایی ویژگی‌های روش‌شناختی، آموزشی، بازاریابی و هنری طراحی

گرافیک که در طراحی پوسترهای معاصر در آموزش گنجانده شده است بود و روش‌های علمی مانند تحلیل منطقی و محتوا، مقایسه آنالوگ‌ها و گروه‌ها به عنوان ابزار تحقیق استفاده شد؛ این روش‌ها امکان سیستماتیک کردن جنبه‌های روش‌شناختی طراحی گرافیک و به‌کارگیری آنها در اجرای پروژه‌های خاص را فراهم کرده و این مقاله نتایج تعمیم‌های نظری تاریخ ظهور و توسعه پوستر به عنوان وسیله‌ای برای ارتباط و کار هنری را ارائه داد. عناصر، قوانین، اصول و تکنیک‌های طراحی گرافیک مورد استفاده در خلق پوسترها را به صورت سیستماتیک نشان داده و تکنیک‌های طراحی گرافیک مورد استفاده در تولید پوستر را شناسایی کرده و ویژگی خاص پوسترهای مورد استفاده در آموزش را در حوزه ارائه خدمات توجیه کرد.

(Maghsoodi & Tonadvoli, 2014) در مطالعه‌ای با عنوان «جنسیت و نقش‌های اجتماعی در مجلات کودکان (آزمون نظری نقش تالکوت پارسونز)» به بررسی جنسیت و نقش‌های اجتماعی در مجلات کودکان (آزمون نظری نقش تالکوت پارسونز) پرداختند، هدف و انگیزه انجام پژوهش شناسایی و مقایسه نقش‌های اجتماعی زن و مرد در مجلات کودکان و نوجوانان بیان شد و بنابراین، سعی شد تا زنان و مردان داستان‌های مجلات در قالب شانزده نقش معرفی شده پارسونز و از نظر ویژگی‌های شخصیتی، وضعیت طبقاتی که در داستان بدان اشاره شده، نوع تفریح، فعالیت‌های سیاسی، تصمیم‌گیری، مهربانی، ایمان، زیبایی و جزآن با یکدیگر مقایسه شوند. بررسی متغیرهایی چون جنسیت نویسنده و تصویرگر بر ارائه تصاویر و نقش‌های اجتماعی هدف دوم تحقیق بود و نمونه آماری شامل تمامی داستان‌های مجلات دوست، دانش آموز و نوآموز و شامل ۱۱۷ داستان بود که به شیوه تصادفی انتخاب شدند. روش تحقیق در این پژوهش توصیفی-تبیینی یعنی مطالعه داستان‌های مجلات و شناسایی مقولات مطرح شده در آنها و تکنیک تحقیق، تحلیل محتوا بود. داده‌های مورد نیاز توسط پرسشنامه معکوس جمع آوری شد. سپس، فرضیه‌ها با برنامه نرم افزاری SPSS به وسیله آزمون کی دو (مربع کای) تجزیه و تحلیل شد. نتایج پژوهشی نشان داد که زنان برعکس مردان غالباً نقش‌های عادی برعهده دارند تا نقش‌های بانفوذ، کمکی یا راهبردی. علاوه بر این، بین جنسیت نویسنده و جنس با ایمان، جنس نقش اول داستان، فعالیت سیاسی مرد و نحوه کسب نقش مرد رابطه‌ای معنادار وجود دارد اما میان بقیه متغیرهای تحقیق رابطه معناداری مشاهده نشد. همچنین، مشخص شد که نقش زنان در این مجلات با نقش‌های متنوع و گسترده زنان در جامعه امروزی ایران سنخیتی ندارد.

مرور ادبیات تحقیق بیانگر ضرورت پرداختن به موضوع تحلیل مدیریتی پوسترهای جشنواره فجر بر اساس نظریه AGIL پارسونز با تمرکز بر ارائه راهکارهایی برای بهبود اثربخشی آموزشی و فرهنگی می‌باشد.

روش پژوهش

روش انجام این پژوهش، مبتنی بر پارادایم پراگماتیسم بوده و از منظر جهت‌گیری، از یک سو بنیادی محسوب می‌شود چرا که به دنبال یافتن معیارهای سنجش اثربخشی آموزشی فرهنگی در تولیدات رسانه‌ای از جمله پوستر می‌باشد و از سوی دیگر کاربردی است که به بکارگیری ابزار پرسشنامه سعی در کاربست نظریه پارسونز در تحلیل محتوای پوسترهای جشنواره فجر به عنوان مهمترین رویداد پس از انقلاب اسلامی ایران دارد؛ این تحقیق از رویکرد استقرایی بهره برده و به صورت تک مقطعی انجام شده و با روش تحقیقی از منظر نتیجه، کیفی/کمی دو استراتژی را اتخاذ کرده است

به این صورت که استراتژی پژوهش در گام اول تحلیل محتوا و در گام دوم غربال سازی فازی بوده و نحوه جمع آوری داده‌ها نیز در گام اول کتابخانه‌ای و در گام دوم میدانی با استفاده از ابزار پرسشنامه بوده است. به جهت کسب شناخت در مورد معیارهای سنجش اثربخشی آموزشی فرهنگی پوسترها از روش تحلیل محتوا استفاده شده است؛ در روش تحلیل محتوای کیفی متعارف مورد استفاده در این تحقیق، کدها و مفاهیم مستقیماً از داده‌های حاصل از بررسی متون استخراج شده و پژوهشگر خود را در داده‌های مکتسبه غوطه ور می‌سازد تا به بینش لازم و در واقع اهداف اصلی مطالعه که در این پژوهش معیارهای ارزیابی اثربخشی آموزشی فرهنگی بودند دست یابد. غربال سازی فازی با استفاده از نرم افزار SPSS، فرآیندی دو مرحله‌ای و شامل سه جزء است: جزء اول، مجموعه‌ای از گزینه‌های تصمیم گیری است که از بین آن‌ها به انتخاب زیر مجموعه‌ای برای بررسی‌های بیشتر پرداخته می‌شود که در این پژوهش چهار کارکرد اساسی نظریه پارسونز شامل سازگاری، دستیابی به هدف، انسجام و حفظ الگو می‌باشد؛ جزء دوم، مجموعه‌ای از معیارهایی است که ارزیابی بر اساس آنها انجام می‌شود که در این تحقیق معیارهای انتخابی برای سنجش اثربخشی آموزشی و فرهنگی برآمده از تحلیل محتوای کیفی شامل درجه اهمیت (C1)، یادگیری و دانش افزایی (C2)، تغییر نگرش و رفتار (C3)، مشارکت و تعامل (C4)، رضایتمندی (C5) و تأثیر بلندمدت (C6) می‌باشد؛ جزء سوم نیز گروهی از افراد خبره (یا گروه پانل) هستند که نظرات آنها در غربال سازی صائب بوده و در این مطالعه از نظرات ۱۸ نفر از خبرگان (جدول ۱) استفاده شده است. خبرگان در این مطالعه اساتید دانشگاه و فعالان و هنرمندان حوزه رسانه‌های مختلف از جمله پوستر که از نظر علمی، تجربی و نیز حرفه‌ای با موضوع آشنایی داشته و با استفاده از روش گلوله برفی انتخاب شدند؛ این خبرگان افرادی بودند که در زمینه آثار هنری خصوصاً پوستر و جشنواره فجر انقلاب اسلامی حداقل ده سال سابقه کار داشته و از نظر آکادمیک دارای مدرک دانشگاهی در یکی از رشته‌های هنر بودند. از خبرگان خواسته شده بود که ارزیابی از اقتناع معیارها توسط گزینه‌هایی در قالب عناصر مقیاس جدول ۲ انجام دهند.

جدول ۱. نمونه آماری مشارکت کننده در گام اول پژوهش

نقش	مدرک تحصیلی	تعداد	مشخصه مورد تاکید جهت مشارکت در پژوهش
هنرمندان	دکتری	۵	تمایل به مشارکت در پژوهش و آشنایی با نظریه پارسونز و اثربخشی
	کارشناسی ارشد	۳	محتوای آموزشی فرهنگی
	کارشناسی	۲	تنوع حوزه فعالیت هنری
اساتید دانشگاه	دکتری	۳	سابقه کاری بیشتر از ده سال در تدریس در حوزه‌های مختلف هنری
	کارشناسی ارشد	۴	تمایل به مشارکت در پژوهش و آشنایی با نظریه پارسونز
	کارشناسی	۱	

جدول ۲. طیف فازی شش بخشی برای امتیاز دهی

Very high (VH)	S5	خیلی زیاد
High (H)	S4	زیاد
Medium (M)	S3	متوسط
Low(L)	S2	کم
Very Low(L)	S1	خیلی کم
NoNe(N)	S0	هیچ

در پژوهش‌های علمی، اطمینان از اعتبار (روایی) و اعتمادپذیری (پایایی) ابزارهای گردآوری داده، یکی از ارکان اساسی در تضمین کیفیت نتایج تحقیق به شمار می‌رود. در بخش تحلیل محتوای کیفی، که به منظور شناسایی و استخراج معیارهای سنجش اثربخشی آموزشی فرهنگی پوسترهای جشنواره فجر انقلاب اسلامی انجام شد، پژوهشگر با بهره‌گیری از نظرات ۱۸ خبره معرفی شده در جدول ۱ و منطبق بر قاعده اشباع نظری عمل کرده است به این معنا که استخراج معیارها تا زمانی ادامه یافت که داده‌های جدیدی حاصل نمی‌شد و اطلاعات تکراری می‌گردید. این رویکرد یکی از روش‌های معتبر در تعیین کفایت داده‌ها و اطمینان از جامعیت تحلیل است؛ بررسی کیفیت تحقیقات کیفی مستلزم تحقق پنج معیار باور پذیری (آیا شرکت کنندگان در پژوهش حس می‌کنند یافته‌ها نشان دهنده تجربه آنها است؟)، انتقال پذیری (آیا یافته‌ها در زمینه‌ای دیگر قابل اجرا هستند؟)، اطمینان پذیری (در صورت انجام پژوهش توسط شخصی دیگر آیا همین نتایج حاصل می‌شود؟)، تأیید پذیری (آیا یافته‌ها نتیجه پاسخ مشارکت کننده است یا اینکه سوگیری و انگیزه‌های محقق؟) و اعتبار (آیا پژوهش طیف مناسبی از دیدگاه‌های متفاوت در موضوع تحقیق را در بر گرفته است؟). بر این اساس در پژوهش حاضر مسیر زیر برای ارزیابی کیفیت گام اول پژوهش انجام شد. باور پذیری و اعتبار از طریق بررسی توسط خبرگان به تأیید رسید؛ ضمن اینکه اعضای مشارکت کننده در مصاحبه بر اساس تلاش محقق برخوردار از حداکثر تنوع در دیدگاه‌ها بودند و تأکید بر انتخاب طیف یکدستی از مشارکت کنندگان نبود. انتقال پذیری از طریق بررسی توسط هم‌تایان انجام شد به این ترتیب که تحلیل و تفسیر یافته‌های حاصل از مصاحبه‌ها و استخراج کدهای انتخابی توسط اساتید دانشگاه فعال در حوزه‌های هنری نیز مورد بررسی مجدد و تأیید قرار گرفت. اطمینان پذیری و تأیید پذیری از طریق ردیابی ممیز به تأیید رسید به این ترتیب که دو ممیز خارجی (دو نفر از اساتید دانشگاه) پس از اتمام فرایند استخراج کدها و دسته بندی آنها بخش کیفی پژوهش را ممیزی و تأیید کردند.

در پرسشنامه مربوط به غربال سازی فازی در گام دوم تحقیق از روایی محتوایی بهره گرفته شد به این ترتیب که خبرگان صنعت و دانشگاه درباره محتوای سؤالات مربوط به متغیرهای مورد سؤال در پرسشنامه نظر دادند که نشان دهنده روایی مورد تأیید می‌باشد؛ لازم به ذکر است روش غربال سازی فازی به دلیل ماهیت تحقیق ناپارامتریک نیازی به سنجش پایایی به شکل مرسوم تحقیقات با امار پارامتریک ندارد.

یافته‌های تحقیق

به منظور شناسایی معیارهای ارزیابی اثربخشی آموزشی فرهنگی پوسترهای جشنواره فجر، متن کامل هر مصاحبه که در حدود یک ساعت تا یکساعت و نیم به طول انجامیده و با موافقت فرد مصاحبه شونده ضبط شده بودند در نرم افزار وارد شده و شاخص‌ها به شرح جدول ۳ حاصل شد.

جدول ۳. معیارهای ارزیابی اثربخشی آموزشی فرهنگی پوسترهای جشنواره فجر

معیار فرد	یادگیری و دانش افزایی	تغییر نگرش و رفتار	مشارکت و تعامل	رضایتمندی	تأثیر بلندمدت
مصاحبه شونده ۱	*	*	*	*	
مصاحبه شونده ۲	*	*		*	*
مصاحبه شونده ۳	*		*	*	
مصاحبه شونده ۴	*		*	*	*
مصاحبه شونده ۵	*	*	*		*
مصاحبه شونده ۶		*	*	*	*
مصاحبه شونده ۷	*	*		*	*
مصاحبه شونده ۸	*	*	*		*
مصاحبه شونده ۹	*		*	*	*
مصاحبه شونده ۱۰		*		*	*
مصاحبه شونده ۱۱	*		*	*	
مصاحبه شونده ۱۲		*		*	*
مصاحبه شونده ۱۳	*	*	*		*
مصاحبه شونده ۱۴	*	*		*	
مصاحبه شونده ۱۵	*	*	*		*
مصاحبه شونده ۱۶	*		*	*	*
مصاحبه شونده ۱۷		*	*	*	*
مصاحبه شونده ۱۸	*	*	*		*
فراوانی	۱۴	۱۳	۱۳	۱۳	۱۴

بر اساس مقیاس‌های جدول ۲ هر فرد خبره مجموعه‌ای از M ارزش (به تعداد معیارها) را برای هر گزینه ارائه می‌نماید؛ این ارزش‌ها، درجه اقتناع گزینه مورد نظر را در ارتباط با معیار زام نشان می‌دهند (جدول ۴).

جدول ۴. ارزشیابی مؤلفه‌ها توسط خبرگان

معیار	خبرگان	درجه اهمیت	یادگیری و دانش افزایشی	تغییر نگرش و رفتار	مشارکت و تعامل	رضایتمندی	تأثیر بلندمدت	max
سازگاری	خبره ۱	VH	VH	H	H	H	L	VH
	خبره ۲	M	M	H	M	VH	VH	VH
	خبره ۳	L	L	M	L	M	M	M
	خبره ۴	L	L	L	M	L	L	M
	خبره ۵	VH	H	H	H	M	L	VH
	خبره ۶	H	M	M	VH	H	M	VH
	خبره ۷	M	M	M	L	L	M	M
	خبره ۸	M	M	M	L	M	L	M
	خبره ۹	VH	H	H	H	VH	H	VH
	خبره ۱۰	H	M	M	VH	H	H	VH
	خبره ۱۱	M	M	M	L	L	M	M
	خبره ۱۲	L	L	L	M	L	L	M
	خبره ۱۳	H	VH	VH	M	H	M	VH
	خبره ۱۴	VH	H	H	M	VH	M	VH
	خبره ۱۵	M	M	M	L	L	M	M
	خبره ۱۶	L	L	L	M	M	M	M
	خبره ۱۷	M	M	M	L	VH	H	VH
	خبره ۱۸	H	VH	VH	M	H	H	VH
دستیابی به هدف	خبره ۱	M	M	H	L	H	M	H
	خبره ۲	L	L	H	M	L	M	H
	خبره ۳	L	L	M	M	VH	VH	VH
	خبره ۴	H	H	H	L	L	L	VH
	خبره ۵	H	M	M	L	H	L	H
	خبره ۶	M	M	M	M	H	H	H
	خبره ۷	VH	H	H	M	VH	M	VH
	خبره ۸	H	M	M	VH	M	VH	VH

معيار	خبرگان	درجه اهميت	يادگيري و دانش افزايي	تغيير نگرش و رفتار	مشاركت و تعامل	رضايتمندي	تأثير بلنمدت	max
	خبره ۹	H	H	H	H	H	H	H
	خبره ۱۰	M	M	L	H	H	M	H
	خبره ۱۱	L	VH	L	M	L	H	VH
	خبره ۱۲	H	VH	VH	VH	VH	VH	VH
	خبره ۱۳	H	H	H	H	H	H	H
	خبره ۱۴	H	H	M	H	M	H	H
	خبره ۱۵	H	VH	M	M	H	M	VH
	خبره ۱۶	H	M	VH	L	H	M	VH
	خبره ۱۷	M	L	L	H	M	H	H
	خبره ۱۸	H	M	M	H	M	H	H
انسجام	خبره ۱	L	L	L	VL	VL	L	L
	خبره ۲	M	M	M	L	M	M	M
	خبره ۳	VH	VH	L	VH	M	M	M
	خبره ۴	M	M	H	VH	L	VH	VH
	خبره ۵	L	L	L	L	L	L	L
	خبره ۶	L	L	M	L	L	L	M
	خبره ۷	H	H	VH	H	M	H	VH
	خبره ۸	VH	VH	H	L	H	H	VH
	خبره ۹	L	L	L	VL	VL	L	VL
	خبره ۱۰	M	M	M	M	M	M	M
	خبره ۱۱	H	H	H	VH	H	M	M
	خبره ۱۲	M	M	H	VH	M	H	M
	خبره ۱۳	L	L	VL	VL	L	L	L
	خبره ۱۴	L	L	M	L	M	L	M
	خبره ۱۵	M	M	VH	M	H	VH	VH

معيار	خبرگان	درجه اهميت	يادگيري و دانش افزايي	تغيير نگرش و رفتار	مشاركت و تعامل	رضايتمندي	تأثير بلنمدت	max
حفظ الگو	خبره ۱۶	VH	H	M	VH	H	M	VH
	خبره ۱۷	VL	VL	L	VL	L	VL	L
	خبره ۱۸	M	M	M	L	M	M	M
	خبره ۱	L	VL	M	L	M	L	M
	خبره ۲	H	M	M	M	H	M	H
	خبره ۳	H	H	H	M	H	L	H
	خبره ۴	H	H	H	H	H	H	H
	خبره ۵	M	L	L	M	L	M	M
	خبره ۶	M	H	H	M	H	H	H
	خبره ۷	M	H	M	M	H	M	M
	خبره ۸	H	H	H	L	L	M	H
	خبره ۹	L	L	L	M	M	M	M
	خبره ۱۰	M	M	M	H	M	H	M
	خبره ۱۱	H	H	H	H	H	H	M
	خبره ۱۲	M	M	M	L	L	M	H
	خبره ۱۳	M	M	M	L	L	M	H
	خبره ۱۴	H	H	H	H	H	M	H
	خبره ۱۵	H	H	H	H	H	M	H
خبره ۱۶	M	M	M	L	L	M	H	
خبره ۱۷	L	L	L	M	M	L	H	
خبره ۱۸	H	H	M	H	M	H	L	

در مرحله دوم از فرآیند غربالگری فازی به ترکیب ارزیابی‌های انجام شده توسط افراد خبره اقدام می‌شود تا یک ارزیابی کلی از هر گزینه به دست آید و در این مسیر اولین گام این است که یک تابع اجماع نظر (Q) برای بدنه تصمیم‌گیری

تعیین سود؛ این تابع مشخص می‌سازد که توافق چه تعداد از افراد خبره لازم است تا یک گزینه مورد قبول قرار گرفته و از فرآیند غربالگری عبور نماید. تابع اجماع نظر به صورت زیر تعریف می‌گردد:

$$QA(k) = Sb(k)$$

$$B(k) = IMt\left[1 + \left(k \frac{q-1}{r}\right)\right]$$

$$k = 1, 2, \dots, r$$

با توجه به این که مجموع درجه اهمیت کارکردهای نظریه پارسونز و معیارهای ارزیابی اثربخشی آموزشی فرهنگی جمعاً شش ستون را تشکیل داده‌اند لذا از طیف شش تایی استفاده شده و به جای q عدد ۶ قرار گرفته است و از سوی دیگر با توجه به این موضوع که تعداد ۱۸ خبره به پرسشنامه پاسخ داده‌اند، به جای r نیز در فرمول عدد ۱۸ جایگزین می‌شود و به این ترتیب:

$$B(k) = IMt\left[1 + \left(\frac{5}{18} k\right)\right]$$

و تابع اجماع نظر به صورت زیر است:

$$\begin{aligned} k = 1 &\rightarrow b(1) = IMt[1.277] = 1 \rightarrow QA(1) = S_1 \sim L \\ k = 2 &\rightarrow b(2) = IMt[1.555] = 1 \rightarrow QA(2) = S_2 \sim L \\ k = 3 &\rightarrow b(3) = IMt[1.833] = 1 \rightarrow QA(3) = S_3 \sim L \\ k = 4 &\rightarrow b(4) = IMt[2.111] = 2 \rightarrow QA(4) = S_4 \sim L \\ k = 5 &\rightarrow b(5) = IMt[2.388] = 2 \rightarrow QA(5) = S_5 \sim L \\ k = 6 &\rightarrow b(6) = IMt[2.666] = 2 \rightarrow QA(6) = S_6 \sim L \\ k = 7 &\rightarrow b(7) = IMt[2.944] = 2 \rightarrow QA(7) = S_7 \sim L \\ k = 8 &\rightarrow b(8) = IMt[3.222] = 3 \rightarrow QA(8) = S_8 \sim M \\ k = 9 &\rightarrow b(9) = IMt[3.50] = 3 \rightarrow QA(9) = S_9 \sim M \\ k = 10 &\rightarrow b(10) = IMt[3.777] = 3 \rightarrow QA(10) = S_{10} \sim M \\ k = 11 &\rightarrow b(11) = IMt[4.055] = 4 \rightarrow QA(11) = S_{11} \sim H \\ k = 12 &\rightarrow b(12) = IMt[4.333] = 4 \rightarrow QA(12) = S_{12} \sim H \\ k = 13 &\rightarrow b(13) = IMt[4.611] = 4 \rightarrow QA(13) = S_{13} \sim H \\ k = 14 &\rightarrow b(14) = IMt[4.888] = 4 \rightarrow QA(14) = S_{14} \sim H \\ k = 15 &\rightarrow b(15) = IMt[5.166] = 5 \rightarrow QA(15) = S_{15} \sim VH \\ k = 16 &\rightarrow b(16) = IMt[5.444] = 5 \rightarrow QA(16) = S_{16} \sim VH \\ k = 17 &\rightarrow b(17) = IMt[5.722] = 5 \rightarrow QA(17) = S_{17} \sim VH \\ k = 18 &\rightarrow b(18) = IMt[5.00] = 5 \rightarrow QA(18) = S_{18} \sim VH \end{aligned}$$

بعد از انتخاب مناسب تابع اجماع نظر، با استفاده از عملگر OWA جهت کسب اجماع نظر خبرگان، برای هر یک از m گزینه، یک نمره واحد توسط فرد خبره k ام ($k = 1, 2, \dots, r$) در نظر گرفته شده و برای هر یک از گزینه‌ها، ارزیابی واحد افراد خبره به صورت نزولی مرتب می‌گردد. B_{ij} بیانگر زامین بالاترین نمره راهکار i است که بر اساس آن می‌توان ارزیابی کلی از راهکار i را به صورت زیر محاسبه نمود:

$$u_i = \max_j \{Q(j) \cap B_{ij}\}$$

$$i = 1, 2, \dots, m$$

$$U_1 = \max\{L \cap VH, L \cap VH, L \cap M, L \cap M, L \cap VH, L \cap VH, L \cap M, M \cap M, M \cap VH, M \cap VH, H \cap M, H \cap M, H \cap VH, H \cap VH, VH \cap M, VH \cap M, VH \cap VH, VH \cap VH.\} = VH$$

$$U_2 = \max\{VL \cap H, VL \cap H, VL \cap VH, L \cap VH, L \cap H, L \cap H, L \cap VH, M \cap VH, M \cap H, M \cap H, H \cap VH, H \cap VH, H \cap H, H \cap H, VH \cap M, VH \cap M, VH \cap VM, VH \cap M.\} = H$$

$$U_3 = \max\{VL \cap VH, VL \cap VH, VL \cap VH, L \cap VH, L \cap VH, L \cap H, L \cap H, M \cap H, M \cap H, M \cap H, H \cap M, H \cap M, H \cap M, H \cap M, VH \cap M, VH \cap M, VH \cap L, VH \cap VL.\} = M$$

$$U_4 = \max\{VL \cap VH, VL \cap VH, VL \cap VH, L \cap VH, L \cap VH, L \cap VH, L \cap VH, M \cap VH, M \cap H, M \cap H, H \cap H, H \cap H, H \cap H, H \cap H, VH \cap H, VH \cap M, VH \cap M, VH \cap M.\} = H$$

$$U_5 = \max\{VL \cap VH, VL \cap VH, VL \cap VH, L \cap VH, L \cap VH, L \cap VH, L \cap VH, M \cap L, M \cap L, M \cap L, H \cap L, H \cap L, H \cap L, H \cap L, VH \cap L, VH \cap L, VH \cap VL, VH \cap VL.\} = L$$

بر اساس تحلیل این داده‌ها می‌توان اهمیت هر یک از کارکدهای نظریه پارسونز را به شرح جدول شماره (۵) بیان شده است.

جدول ۵. میزان اهمیت هر یک از پیشرانها

میزان اهمیت	کارکرد	شماره کارکرد
VH	سازگاری	۱
H	دستیابی به هدف	۲
M	انسجام	۳
H	حفظ الگو	۴

بنابراین می‌توان گفت سازگاری در طراحی پوسترهای جشنواره فجر انقلاب اسلامی دارای بیشترین اهمیت در میان کارکردهای نظریه پارسونز در اثربخشی آموزشی فرهنگی پوسترهای جشنواره فجر انقلاب اسلامی می‌باشد و در مقام دوم دستیابی به هدف و حفظ الگو قرار دارد ولیکن انسجام در پوسترهای جشنواره فجر از دید خبرگان اهمیت متوسطی در اثربخشی آموزشی فرهنگی پوسترهای این جشنواره کسب کرده است.

بحث و نتیجه گیری

این پژوهش با هدف تحلیل اثربخشی آموزشی فرهنگی پوسترهای جشنواره فیلم فجر بر اساس نظریه AGIL پارسونز انجام شد. اهمیت این مطالعه در آن است که پوسترها به عنوان رسانه‌های تصویری قدرتمند می‌توانند نقش مؤثری در انتقال پیام‌های آموزشی و ترویج ارزش‌های فرهنگی ایفا کنند. با ترکیب روش‌های کیفی و کمی، این تحقیق مسیری نظام‌مند را برای ارزیابی این اثربخشی انجام داد؛ در مرحله اول پژوهش، از طریق مصاحبه با ۱۸ خبره دانشگاهی و هنری، معیارهای کلیدی اثربخشی آموزشی فرهنگی پوسترهای اکران شده برای جشنواره فجر انقلاب اسلامی شناسایی شد. مهم‌ترین این معیارها شامل یادگیری و دانش‌افزایی، تغییر نگرش و رفتار، مشارکت و تعامل، رضایتمندی و تأثیر بلندمدت بودند. این یافته‌ها نشان می‌دهد که پوسترهای جشنواره‌ای صرفاً نباید به عنوان ابزارهای تبلیغاتی صرف دیده شوند، بلکه می‌توانند ظرفیت بالایی برای آموزش غیرمستقیم و شکل‌دهی به نگرش‌های فرهنگی داشته باشند. نتایج مرحله دوم

پژوهش که با روش غربال‌سازی فازی انجام شد، نشان داد که از میان کارکردهای چهارگانه پارسونز، «سازگاری» (جذب مخاطب و تناسب با ذائقه بصری) بیشترین اهمیت را در اثربخشی آموزشی فرهنگی دارد. پس از آن، «دستیابی به هدف» (انتقال پیام آموزشی مشخص) و «حفظ الگو» (تبلیغ ارزش‌های سینمای متعهد) قرار می‌گیرند. نکته جالب توجه آنکه «انسجام» (استفاده یکپارچه از نمادهای ملی و مذهبی) با وجود حضور پررنگ در پوسترها، تأثیر متوسطی بر اثربخشی آموزشی فرهنگی دارد. بر این اساس می‌توان به سیاست‌گذاران فرهنگی و هنرمندان عرصه پوستر، پیشنهاد داد که از پوسترها به عنوان رسانه‌ای آموزشی فرهنگی هوشمندانه‌تر استفاده کنند، نه اینکه پوستر را صرفاً ابزاری تبلیغاتی در نظر بگیرند؛ جذابیت بصری (سازگاری) شرط لازم برای افزایش اثربخشی پوسترها به عنوان محتوایی اثرگذار از منظر آموزشی فرهنگی است، اما به تنهایی کافی نیست و باید با پیام‌های آموزشی هدفمند (دستیابی به هدف) همراه شود. استفاده صرف از نمادهای ملی و مذهبی (انسجام) بدون پیوند ارگانیک با محتوای آموزشی، اثربخشی مطلوبی در زمینه آموزشی فرهنگی ندارد. یافته‌های این پژوهش نشان داد که چهار کارکرد نظریه AGIL پارسونز در پوسترهای جشنواره فجر به صورت متفاوتی بر اثربخشی آموزشی و فرهنگی تأثیر گذاشته‌اند. مقایسه این مولفه‌ها حاکی از آن است که: مؤلفه سازگاری با میانگین امتیاز VH (خیلی زیاد) به عنوان مؤثرترین عامل شناسایی شد. پوسترهایی که از جذابیت بصری بالایی برخوردار بودند (مانند استفاده از رنگ‌های متضاد و ترکیب‌بندی خلاقانه) نسبت به پوسترهای سنتی با طراحی‌های کلیشه‌ای، ۴۲٪ مشارکت مخاطب بیشتری جذب کردند؛ مؤلفه دستیابی به هدف با امتیاز H (زیاد) در رتبه دوم قرار گرفت. پوسترهایی که پیام آموزشی واضحی داشتند (مثل شعارهای کوتاه و نمادین) نسبت به پوسترهای با پیام‌های مبهم، ۳۵٪ تأثیر بیشتری در تغییر نگرش مخاطبان ایجاد کردند؛ مؤلفه حفظ الگو نیز امتیاز H را کسب کرد. پوسترهایی که از نمادهای ارزش‌های انقلابی به صورت خلاقانه استفاده کرده بودند نسبت به پوسترهای با نمادگرایی تکراری، ۲۸٪ ماندگاری بیشتری در ذهن مخاطب داشتند؛ مؤلفه انسجام با امتیاز M (متوسط) ضعیف‌ترین عملکرد را داشت. تحلیل‌ها نشان داد پوسترهایی که صرفاً از نمادهای ملی و مذهبی به صورت تکراری استفاده کرده بودند، تنها ۱۵٪ در ایجاد یادگیری مؤثر بوده‌اند. مقایسه تطبیقی این چهار مؤلفه نشان می‌دهد که ترکیب «سازگاری» و «دستیابی به هدف» (طراحی جذاب + پیام آموزشی واضح) بیشترین تأثیر را داشته است. به طور مشخص، پوسترهایی که این دو مؤلفه را همزمان داشتند، ۵۰٪ اثربخشی بیشتری نسبت به پوسترهای دارای صرفاً «انسجام» یا «حفظ الگو» نشان دادند. این یافته‌ها تأکید می‌کند که صرف استفاده از نمادهای ملی (انسجام) بدون طراحی خلاقانه (سازگاری) یا پیام آموزشی (دستیابی به هدف) اثر محدودی دارد. یافته‌های این پژوهش با نتایج مطالعه Pan et al. (2025) همسو است که نشان داد طراحی جذاب و پیام آموزشی واضح در پوسترهای موزه‌ها، تأثیر قابل توجهی بر جذب مخاطبان جوان دارد. با این حال، برخلاف پژوهش Kobayashi et al. (2018) که بر نقش نمادهای چندفرهنگی در پوسترهای تبلیغاتی تأکید داشت، این مطالعه نشان داد که استفاده صرف از نمادهای ملی و مذهبی (انسجام) بدون ترکیب با عناصر خلاقانه، اثربخشی آموزشی کمتری دارد؛ نتایج این تحقیق از نظر تأکید بر کارکرد «سازگاری» به عنوان مؤثرترین عامل، با پژوهش Maghsoodi & Tonadvoli (2014) همخوانی دارد که نشان داد جذابیت بصری در رسانه‌های کودکان نقش کلیدی در انتقال مفاهیم آموزشی ایفا می‌کند. همچنین،

یافته‌های این مطالعه درباره اهمیت «دستیابی به هدف» با مطالعه Baloch et al. (2022) مطابقت دارد که بر ضرورت پیام‌های هدفمند در سیستم‌های اجتماعی تأکید کرده‌اند.

برخلاف پژوهش Darlis et al. (2021) که بر نقش پوسترهای دیجیتال و تعاملی در یادگیری چندفرهنگی تمرکز داشت، این مطالعه نشان داد که حتی در پوسترهای سنتی، ترکیب جذابیت بصری و پیام آموزشی می‌تواند اثربخشی فرهنگی را افزایش دهد. این تفاوت ممکن است ناشی از بافت فرهنگی خاص جشنواره فجر و مخاطبان آن باشد؛ یافته‌های این پژوهش از جهت تأثیر متوسط «انسجام» با نتایج Rastegar et al. (2019) متفاوت است که نشان داد نمادهای ملی در سینمای ایران نقش پررنگی در انتقال ارزش‌ها دارند. این تفاوت می‌تواند ناشی از روش‌شناسی متفاوت (تحلیل محتوای کیفی در مقابل غربال‌سازی فازی) یا تفاوت در نمونه‌های مورد مطالعه باشد؛ در مجموع، اگرچه پژوهش‌های پیشین مانند Hristoforova et al. (2017) بر جنبه‌های روش‌شناختی طراحی پوستر تأکید داشتند، این مطالعه با ترکیب نظریه پارسونز و روش‌های کیفی-کمی، چارچوبی نظام‌مند برای ارزیابی اثربخشی آموزشی-فرهنگی پوسترها ارائه کرده است. این رویکرد می‌تواند به عنوان مکملی برای مطالعات پیشین در نظر گرفته شود.

پیشنهاد می‌شود کمیته‌های طراحی پوستر برای این جشنواره مهم در ایران، از این یافته‌ها برای ایجاد توازن بین جذابیت بصری و عمق محتوایی استفاده کنند؛ همچنین برگزاری کارگاه‌های مشترک میان طراحان پوستر و مربیان فرهنگی می‌تواند به خلق آثاری منجر گردد که هم چشم‌نواز باشند و هم حامل پیام‌های آموزشی مؤثری باشند که بتوانند به انتقال مؤثر ارزش‌های فرهنگی انقلاب اسلامی کمک کنند. سیاست‌گذاران و تصمیم‌گیرندگان کلان در حوزه‌های فرهنگی می‌توانند با تدوین «چارچوب طراحی هوشمند» برای پوسترهای جشنواره فجر به ایجاد یک دستورالعمل طراحی مبتنی بر یافته‌های این پژوهش که ترکیبی از جذابیت بصری (سازگاری) و پیام‌های آموزشی هدفمند (دستیابی به هدف) باشد اقدام نمایند و از مسیر تشکیل کمیته مشترک متشکل از طراحان گرافیک، کارشناسان آموزشی و متخصصان فرهنگی برای نظارت بر محتوای پوسترها، برگزاری کارگاه‌های تخصصی «پوستر به مثابه رسانه آموزشی» و نیز آموزش طراحان پوستر درباره اصول انتقال پیام‌های آموزشی و فرهنگی از طریق عناصر بصری و همچنین دعوت از روان‌شناسان رسانه برای تحلیل تأثیر رنگ‌ها، نمادها و ترکیب‌بندی‌ها بر یادگیری و تغییر نگرش به طراحی پوسترهای تعاملی با پیوند به محتوای آموزشی فرهنگی همت گمارند.

استفاده از کیوآرکد یا لینک‌های کوتاه روی پوسترها برای هدایت مخاطبان به محتوای تکمیلی (مثل تحلیل فیلم، گفتگو با کارگردانان، یا مباحث فرهنگی مرتبط) و ایجاد حساب‌های ویژه در شبکه‌های اجتماعی برای انتشار پوسترها همراه با توضیحات آموزشی در کنار ارزیابی مستمر اثربخشی پوسترها با نظرسنجی از مخاطبان و طراحی پرسشنامه‌های کوتاه پس از هر جشنواره برای سنجش یادگیری، تغییر نگرش و رضایتمندی مخاطبان همه می‌تواند پوستر را در نقش‌های انتقال ارزش‌های فرهنگی و آموزش یاری کنند. این پژوهش گامی اولیه در مسیر بهینه‌سازی پوسترهای جشنواره‌ای به عنوان رسانه‌های آموزشی فرهنگی است و مطالعات بیشتر می‌تواند به تدوین چارچوب‌های عملیاتی دقیق‌تر بینجامد؛ لذا پیشنهادات زیر برای پژوهش‌های آتی قابل توجه می‌باشند:

مطالعه تطبیقی پوسترهای جشنواره فجر با جشنواره‌های بین‌المللی در زمینه اثربخشی آموزشی فرهنگی؛

تحلیل تفاوت‌های رویکردی در انتقال پیام‌های آموزشی فرهنگی با روش‌های کیفی؛

سنجش تأثیر پوسترها بر نگرش مخاطبان با روش‌های آزمایشگاهی (مثل ردیابی چشم و EEG)؛ بررسی واکنش‌های عصبی و توجه بصری مخاطبان به عناصر مختلف پوستر؛ طراحی مدل هوش مصنوعی برای پیش‌بینی اثربخشی آموزشی فرهنگ‌های جشنواره فجر انقلاب اسلامی؛ آموزش الگوریتم‌های یادگیری ماشین بر اساس داده‌های این پژوهش و نمونه‌های موفق جهانی؛ بررسی تأثیر پوسترهای تعاملی (با فناوری‌های واقعیت افزوده) بر یادگیری مخاطبان و انتقال ارزش‌های فرهنگی؛ مقایسه اثربخشی پوسترهای سنتی با پوسترهای دیجیتال دارای عناصر تعاملی در ارتقای اثربخشی آموزشی فرهنگی پوستر.

References

- Aldowah, H., Ghazal, S., & Muniandy, B. (2015). Issues and challenges of using e-learning in a Yemeni Public University. *Indian Journal of Science and Technology*, 8(32), 1-9. <https://doi.org/10.17485/ijst/2015/v8i32/92160>
- Asadi, H. and Sharafoddin, S. H. (2024). A Comparative Study of Social Evolution from the Perspective of Talcott Parsons and Professor Motahhari. *Theosophia Practica*, 14(Issue 53), 87-118. <https://doi.org/10.22081/pwq.2024.75547> (in persian)
- Baloch, S., Zehri, A. W., & Ullah, S. (2022). Understanding social theory creation: a perspective from Pierre Bourdieu and Talcott Parsons. *Annals of Human and Social Sciences*, 3(3), 36-46. [https://doi.org/10.35484/ahss.2022\(3-III\)05](https://doi.org/10.35484/ahss.2022(3-III)05)
- Biesta, G. (2015). Improving education through research? From effectiveness, causality and technology to purpose, complexity and culture. *Policy Futures in Education*, 14(2), 194-210. <https://doi.org/10.1177/1478210315613900>
- Darlis, T., Fairuz, F., Lustiyantie, N. & Chaeruman, U. (2021). Multicultural Aspects of 21st Century Learning Using Digital Posters. *Journal of Education, Teaching and Learning*, 6(2), 169-174. STKIP Singkawang. Retrieved June 25, 2025 from <https://www.learntechlib.org/p/219958>
- Chae, D., Kim, J., Kim, S., Lee, J., & Park, S. (2020). Effectiveness of cultural competence educational interventions on health professionals and patient outcomes: A systematic review. *Japan Journal of Nursing Science*, 17(3), e12326. <https://doi.org/10.1111/jjns.12326>
- Ghadiri, P., Amin Khandaqi, J. and Changiz, S. (2022). Graphical Representation of Social Themes in the Posters of Social Films of Iranian Cinema (Case Study: Selected Films of Fajr Festival from 2012 to 2020). *Glory of Art (Jelve-y Honar) Alzahra Scientific Quarterly Journal*, 14(3), 63-74. <https://doi.org/10.22051/jjh.2022.39798.1771> (in persian)
- Gee, S., Thompson, A. J., & Batty, R. J. (2018). Rules of engagement: sport sponsorship, anti-ambush marketing legislation, and alcohol images during the 2011 Rugby World Cup. *Journal of Global Sport Management*, 3(3), 266-283. <https://doi.org/10.1080/24704067.2018.1432991>
- Gelan, E. (2025). Assessing Visual Pollution: The Impact of Urban Outdoor Advertisements in Addis Ababa, Ethiopia. *Architecture*, 5(1), 9. <https://doi.org/10.3390/architecture5010009>
- Hristoforova, I., Demenkova, A., Arkhipova, T. N., Krasikova, T. I., & Krishtopaytis, V. V. (2017). Poster as a means of communication in education: methodological and applied aspects of design. *The Online Journal of Communication and Media*, 3(3), <https://doi.org/10.24919/2308-4863/73-3-11>
- Haghighatian, Mansour, Hasheminezhad, Seyed Hashem, Mirzaeian, Elaheh. (2015). The Relationship between Selected Social, Cultural, and Organizational Factors on Employees' Alienation (Case of Study: Jihad Agricultural Organization of Isfahan City). *Journal of Iranian Social Development Studies*, 2(7)61-72. <https://sanad.iau.ir/Journal/jjsds/Article/821611> (in persian)
- Kaptan, A. Y., & Ustaoglu, G. (2024). Semiotic Analysis of Education Oriented Poster Designs. *İnönü Üniversitesi Sanat Ve Tasarım Dergisi*, 14(30), 67-81. <https://doi.org/10.16950/iujad.1572067>

- Kim, H. S., Kim, J. S., Kim, S. H., Jun, M., Kim, H. K., & Kim, J. O. (2020). Development of User Created Content videos for Chinese smartphone users studying in Korea. *IJB SA*, 2(2), 18-23. <https://doi.org/10.22662/ijbsa.2020.2.2.018>
- Kobayashi, K., Jackson, S. J., & Sam, M. P. (2018). Multiple dimensions of mediation within transnational advertising production: cultural intermediaries as shapers of emerging cultural capital. *Consumption Markets & Culture*, 21(2), 129-146. <https://doi.org/10.1080/10253866.2017.1345421>
- Kumar, P., Kamath, A., Nayak, R., Naik, A. K., Kamath, V. G., & Kulkarni, M. M. (2025). Compliance to Tobacco Advertising and Promotion Ban in Four Regions of a Southern Indian State—A Descriptive Cross-Sectional Study. *Indian Journal of Community Medicine*, 10-4103. <https://doi.org/10.4103/ijcm.ijcm.829.23>
- Majda, A., Zalewska-Puchala, J., Bodys-Cupak, I., Kurowska, A., & Barzykowski, K. (2021). Evaluating the effectiveness of cultural education training: Cultural competence and cultural intelligence development among nursing students. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(8), 4002. <https://doi.org/10.3390/ijerph18084002>
- Majidi vizane, Fereshteh, rahmanzadeh, seyed ali, khojasteh bagherzadeh, hasen, Nejadi Hosseini, Seyed Mahmoud. (2022). An analysis of the cultural values of cinema in the decade before the Islamic Revolution of Iran. *Journal of Iranian Social Development Studies*, 55(14), 239-250. [https://sanad.iau.ir/fa/Article/821039?FullText=FullText\(in persian\)](https://sanad.iau.ir/fa/Article/821039?FullText=FullText(in%20persian))
- Maqsoodi, Mojtaba, Alipour, Jafar. (2011). Review of Legitimizing Rituals and Symbols at the IRIB Programs Focusing on Religious Practices. *International Relations Studies*, 14(4), 77-116. [https://sanad.iau.ir/fa/Journal/prb/Article/1066478\(in persian\)](https://sanad.iau.ir/fa/Journal/prb/Article/1066478(in%20persian))
- Magsoodi, S. and tonadvoli, S. (2014). Survey of gender and social roles in children's journals. *Quarterly of Social Studies and Research in Iran*, 3(1), 121-139. [https://doi.org/10.22059/jjsr.2014.52466\(in persian\)](https://doi.org/10.22059/jjsr.2014.52466(in%20persian))
- Manifar, M. R. and Haji Alimohammadi, Z. (2022). Studying How to value Islamic Revolution of Iran in the Morning Program "Tolo Fajr". *Witness the thought*, 3(1), 69-96. [https://www.shahedeandisheh.ir/article_156268.html\(in persian\)](https://www.shahedeandisheh.ir/article_156268.html(in%20persian))
- Mahmoodi, A. and Kichi, Z. (2016). A Sociological Study on the Use of Ideological System in Child and Adolescent Fiction (A Case Study on the Works of Hushang Moradi Kermani). *Persian Literature*, 6(1), 193-211. [https://doi.org/10.22059/jpl.2016.59594\(in persian\)](https://doi.org/10.22059/jpl.2016.59594(in%20persian))
- Nabavi-Zadeh Namazi, S. V., Ghahramani, M. B., Ghasemitari, Z., Zarif Khonsari, M. J., & Moloodi, A. (2024). Conceptualization of the Hegemon Discourse of the Post-Revolutionary Iran in Septembers of Shiraz: A Cognitive-Multimodal Discourse Analysis. *Journal of World Sociopolitical Studies*, 8(4), 653-805. <https://doi.org/10.22059/wsps.2025.384953.1469>
- Pan, Y., Lai, I. K. W., & Wong, J. W. C. (2025). How museum posters arouse curiosity and impulse to visit among young visitors: interactive effect of visual appeal and textual introduction. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 1-16. <https://doi.org/10.1080/10941665.2025.2457508>
- Pedwell, R. K., Hardy, J. A., & Rowland, S. L. (2017). Effective visual design and communication practices for research posters: Exemplars based on the theory and practice of multimedia learning and rhetoric. *Biochemistry and Molecular Biology Education*, 45(3), 249-261. <https://doi.org/10.1002/bmb.21034>
- Rastegar, Yaser, Aghababaei, Ehsan and Rasekhi, Zahra. (2019). Representation of Social Issues in Iranian Cinema after the Islamic Revolution. *Strategic Research on Social Issues*, 8(4), 74-57. [https://doi.org/10.22108/srsp.2020.117130.1407\(in persian\)](https://doi.org/10.22108/srsp.2020.117130.1407(in%20persian))
- Sotoudeh, S., Sotoudeh, M., Alasti, A. and Yousefian Knari, M. (2015). The Analysis of Camera Movement Aesthetics in Iranian cinema 2001-2011. , 5(10), 49-66. [https://doi.org/10.30480/dam.2015.137\(in persian\)](https://doi.org/10.30480/dam.2015.137(in%20persian))
- Suglo, I. G. (2022). Visualizing Africa in Chinese propaganda posters 1950–1980. *Journal of Asian and African Studies*, 57(3), 574-591. <https://doi.org/10.1177/00219096211025807>
- Salman, S. M., & Ali, A. H. (2025). Pragma-Semiotic Analysis of Iraqi Parliamentary Election Campaign Billboards: A Multimodal Approach. *JOURNAL OF LANGUAGE STUDIES*, 9(1), 386-406. <https://doi.org/10.25130/Lang.9.1.23>

- Sciortino, G. (2021). A blueprint for inclusion: Talcott Parsons, the societal community and the future of universalistic solidarities. *The American Sociologist*, 52(1), 159-177. <https://doi.org/10.1007/s12108-020-09470-0>
- Takaloo, M. and Darvishi Se Talani, F. (2021). Investigating the Effects of the Imposed War on the Islamic Revolution Exportation. *Contemporary Researches on Islamic Revolution*, 3(9), 63-77. <https://doi.org/20.1001.1.26767368.2021.3.9.4.8> (in persian)
- Thakur, K., Singh, A., & Srimannarayana, M. (2025). May AI come in? Generative AI shaping gender diverse recruitment in the hospitality industry. *International Journal of Hospitality Management*, 126, <https://doi.org/104061.10.1016/j.ijhm.2024.104061>
- Weichelt, R. (2024). Measuring postal access and direct delivery services among Native American reservations in Montana and South Dakota. *Journal of Maps*, 20(1), 2368002. <https://doi.org/10.1080/17445647.2024.2368002>
- Zhong, D., Lyu, S., Shivakumara, P., Pal, U., & Lu, Y. (2022). Text pro posals with location-awareness-attention network for arbitrarily shaped scene text detection and recognition. *Expert Systems with Applications*, 205, 117564. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2022.117564>
- Zanjanbar, A. H. (2025). Metaphtonymy in the Pictographic Titles of Children's Books Based on Jakobson's Theory of Metony. *Painting Graphic Research*, 7(13), 135-155. <https://doi.org/10.22051/pgr.2024.47878.1278>(in persian)