

عوامل مؤثر بر ارتقاء آموزش سواد رسانه در مدارس از دیدگاه کارشناسان کمیسیون اتحادیه اروپا^۱

بهاره فتح آبادی*

سید محمد دادگران**، بهاره نصیری***، شهناز هاشمی****

چکیده

برای داشتن مخاطبانی توانمند که هوشمندانه از رسانه‌ها استفاده می‌کنند؛ به ارتقاء سواد رسانه نیاز داریم. یکی از راه‌های ارتقاء سواد رسانه، توجه به ظرفیت مدارس است. بسیاری از کشورها مانند کشورهای عضو اتحادیه اروپا گام‌های موثری در گسترش آموزش سواد رسانه در مدارس برداشتند و از انجام اقدامات مشترک زیر نظر کمیسیون اتحادیه اروپا بهره برده‌اند. مطالعه عملکرد این کشورها سبب تقویت ادبیات موضوع و ارتقاء دانش و تجربه در راستای طراحی الگویی دلخواه می‌شود. مقاله حاضر یک تحقیق کیفی با روش تحلیل تم است. در راستای نیل به هدف اصلی پژوهش یعنی شناسایی عوامل مؤثر بر ارتقاء آموزش سواد رسانه در مدارس، با ۱۱ نفر از کارشناسان سواد رسانه‌ای اتحادیه اروپا و نیز مرکز تماس مستقیم اتحادیه اروپا مصاحبه شده‌است. افراد به روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند و سوالات از طریق ایمیل ارسال گردید. مصاحبه‌های انجام شده به روش کلارک و برون، مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند.

* دانشجوی دکتری علوم ارتباطات اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران،
Baharehfathabadi492@gmail.com

** استادیار و عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی تهران مرکزی (نویسنده مسئول)،
mohamad_dadgaran@yahoo.com

*** استادیار و عضو هیئت علمی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی،
bn.nasiri@gmail.com

**** دانشیار سازمان پژوهشی و برنامه‌ریزی آموزشی،
shahnaz_hashemi@yahoo.com

تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۷/۱۵، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۱۰/۱۲

Copyright © 2018, IHCS (Institute for Humanities and Cultural Studies). This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International, which permits others to download this work, share it with others and Adapt the material for any purpose

کدهای استخراج شده یا مستقیماً در صحبت‌های مصاحبه‌شوندگان بیان شده بود یا کدهای تلویحی بودند که توسط پژوهشگر از متن مصاحبه‌ها استخراج شدند. بر اساس نتایج این مطالعه، ۶ تم اصلی شامل توانمندسازی، برنامه درسی، زیرساخت‌ها، سرمایه مالی، قانونگذاری و مشارکت اجتماعی سبب ارتقاء سواد رسانه‌ای در مدارس می‌شود. کلیدواژه‌ها: سواد رسانه‌ای، مدرسه، آموزش، اتحادیه اروپا، کمیسیون اتحادیه اروپا

۱. مقدمه

از آنجایی که در عصر حاضر رسانه‌ها گسترش بسیار زیادی یافته‌اند روزانه با میزان بیشماری از انواع پیام‌های رسانه‌ای بمباران اطلاعاتی می‌شویم در چنین شرایطی آموزش چگونگی بهره‌وری مناسب از رسانه‌ها و تعامل با آنها و مجهز شدن به سواد رسانه‌ای از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. در چنین شرایطی روش‌های سنتی تدریس و یادگیری و جایگاه منفعل فراگیران در محیط آموزشی و تکیه بر پرکردن ذهن آنان از اطلاعات، دیگر جوابگوی نیازهای تربیتی و آموزشی نیست و فراگیران باید بتوانند به منظور تربیت و آموزش صحیح، آزادانه، خلاقانه، نقادانه و بطور علمی بیندیشند. در نتیجه سواد رسانه برای همه اقشار جامعه لازم و ضروری است و توجه به آن و ارتقاء آن از نیازهای جدی هر کشوری محسوب می‌شود. سواد رسانه از طرق مختلف و در مکان‌های گوناگون می‌تواند ارتقاء یابد. یکی از این طرق ارتقاء سواد رسانه‌ای از طریق مدارس است. در واقع مدارس نقش بنیادین و ضروری در ارتقاء سواد رسانه‌ای دارند. در کشور ما کار چندانی در این زمینه صورت نگرفته است و تنها به ارائه کتابی با عنوان تفکر و سواد رسانه‌ای در پایه دهم اکتفاء شده است. درحالی‌که برخی از کشورها عملکرد بهتری در این زمینه داشته‌اند و با سرعت تغییرات دنیای امروز همگام‌تر شدند. مطالعه عملکرد این کشورها، تجربه‌ها و دانش بیشتری در اختیار برنامه‌ریزان و دست‌اندرکاران کشورمان می‌گذارد تا با دیدی جامع‌تر به ارتقاء سواد رسانه بپردازند. هرچه مطالعه عملکرد دیگر کشورها به صورت گسترده‌تر انجام شود، ادبیات موضوع تقویت می‌شود. لذا به منظور رسیدن به جایگاه مطلوب و کاربردی و تقویت بعد علمی و عملی سواد رسانه‌ای، همواره نیازمند تولید منابع علمی خوب و تخصصی به صورت مستمر و همه‌جانبه در این رابطه هستیم. در نتیجه یکی از راه‌های غنی‌تر شدن ادبیات موضوع و رشد و ترقی آن، علاوه بر توجه به مقولاتی چون بررسی برنامه‌ریزی‌ها، سیاستگذاری‌ها، تصمیم‌گیری‌ها و بازبینی‌های متون تولید شده

قبل، بررسی و رصد محتوای علمی و تخصصی کشورهایی است که حرکت‌های پایه‌ای‌تر و منسجم‌تری در این راستا انجام داده‌اند. به ویژه که موضوع سواد رسانه یک موضوع جهانی است و در همه کشورها کم و بیش به این مقوله پرداخته شده است. معمولاً کشورهای پیشرو تمهیدات لازم برای رویارویی با این تغییرات و تحولات را در نظر گرفته و آمادگی نسبتاً خوبی در مقابل اثرات ناشی از آن دارند. در چنین جوامعی افراد دیگر مخاطب صرف منفعل و تحت کنترل رسانه‌ها نیستند بلکه به طور فعال با پیام‌ها برخورد می‌کنند و به مخاطب انتخاب‌گر و گزینش‌گر مبدل می‌شوند. در کشورهای توسعه یافته سالهاست سواد رسانه‌ای جزو برنامه درسی و آموزشی مدنظر گرفته شده است و کارهای بنیادینی در این زمینه صورت پذیرفته است. به طور مثال کمیسیون اتحادیه اروپا چند سالی است که فعالیت‌های مشترکی بین کشورهای عضو اتحادیه اروپا در زمینه ارتقاء سواد رسانه‌ای صورت می‌دهد. به همین سبب در این تحقیق به بررسی عملکرد این مرکز در زمینه شناسایی عوامل ارتقاء آموزش سواد رسانه در مدارس پرداختیم و با توجه به گستردگی این کشورها، فعالیت‌ها و اقدامات مشترک کمیسیون اتحادیه اروپا را مورد بررسی قرار دادیم و در این راستا از دیدگاه‌های کارشناسان کمیسیون اتحادیه اروپا بهره‌مند شدیم. کمیسیون اتحادیه اروپا برنامه‌های مشترکی در زمینه ارتقاء سواد رسانه‌ای برای ۲۸ عضو کشورهای اروپا تنظیم کرده است و با برگزاری جلسات مشترک به بررسی سواد رسانه‌ای کشورها و ابلاغ آیین‌نامه‌ها، مصوبات و دستورالعمل‌ها در این رابطه مبادرت می‌نماید. کمیسیون اتحادیه اروپا، ارتقاء سواد رسانه‌ای را یک برنامه ملی و فراملی می‌داند و معتقد است این برنامه‌ها باید به صورت هماهنگ در همه کشورها برگزار شود. به همین منظور در سال‌های ۲۰۰۶ و ۲۰۰۷ از گروه متخصصان در این زمینه حمایت کرد و مشاوره‌های عمومی در این موضوع راه‌اندازی نمود. به عبارتی در همان سال‌ها از هر کشور چندین متخصص و کارشناسان علمی و پژوهشی گرد هم آمدند و زیر نظر کمیسیون اروپا، گروه متخصصان را تشکیل دادند و در زمان‌های مختلف با برگزاری جلسات، همایش‌ها و سمینارها و انجام طرح‌ها و ابتکارات نو و به اشتراک نظر و برنامه‌ریزی می‌پردازند. در این گردهمایی‌ها نتایج عملکردها و ابتکارات نوآورانه کشورها بررسی شده و پیشنهادهای عملی در قالب شیوه‌نامه، دستورالعمل، ابلاغیه و غیره مصوب و به کشورهای عضو اتحادیه ابلاغ می‌گردد. (نقشه عملکردها و اقدامات سواد رسانه‌ای)

در کارهای تحقیقی داخلی، برخی پژوهشگران به ارتقای ادبیات نظری این حوزه کمک شایانی نموده‌اند. پایان نامه پیام آزادی با عنوان "سواد رسانه‌ای شناختی؛ ضرورت توسعه آموزش‌های عمومی رهبران افکار" (۱۳۸۹) و پایان نامه امیر یزدیان با عنوان "سواد رسانه‌ای انتقادی: بررسی موردی سطح سواد رسانه‌ای دانشجویان کارشناسی ارشد تحقیق در ارتباطات دانشکده صدا و سیما ج.ا.ا. (۱۳۹۰)" از این نوع است. برخی پایان نامه‌ها مانند پایان نامه بهاره نصیری با عنوان "مطالعه تطبیقی آموزش سواد رسانه‌ای در کانادا و ژاپن و ارائه مدل مطلوب برای ایران" (۱۳۸۹) و همچنین سید غلامرضا فلسفی (۱۳۹۲) در کار تحقیقی با عنوان "رویکردی تطبیقی به سواد رسانه‌ای در کشورهای توسعه یافته بر پایه روش کتابخانه‌ای و اسنادی" به مطالعه سواد رسانه‌ای کشورهای پیشرو پرداخته‌اند. ناصر باهنر، رامین چابکی (۱۳۹۳) در مقاله‌ای به تحلیل مدل EC که جامع‌ترین مدل کمیسیون اروپاست پرداخته‌اند. شهناز هاشمی در تحقیقی با عنوان "بررسی نقش رسانه در نظام تربیتی در سند تحول بنیادین آموزش و پرورش" تاکید بر ضرورت آموزش سواد رسانه‌ای داشته‌اند. عباس تقی‌زاده و علی اصغرکیا به تحقیقی با عنوان "نیازسنجی برنامه آموزشی سواد رسانه‌ای در مدارس" پرداختند. همچنین وحیده شاه‌حسینی در تحقیقی با عنوان "نقش آموزش تفکر انتقادی و سواد رسانه‌ای در بازگشایی پیام" به بررسی رویکردهای موجود و مطرح آموزش سواد رسانه‌ای با تلفیق دو دوره آموزش تفکر انتقادی و دانش و مهارت رسانه‌ای، سیستم آموزشی نوینی در خصوص سواد رسانه‌ای ارائه دادند که در آن آموزش مهارت‌های تفکری بر پایه گفت‌وگو و در بستر حلقه کند و کاو به عنوان عاملی زیرساختی و مقدم بر دانش و مهارت‌های رسانه‌ای است. سید محمد محمودی کوننده (۱۳۹۱) در تحقیقی با عنوان "بررسی ضرورت آموزش سواد رسانه‌ای کودکان و نوجوانان از نگاه متخصصان آموزش و پرورش شهر تهران" به ضرورت گنجانیدن موضوع سواد رسانه‌ای در عناوین درسی مدارس، ضرورت تدوین محتوای آموزشی تکنولوژی‌های ارتباطی، دلایل رشد نیافتن سواد رسانه‌ای کودکان و نوجوانان و نقش آموزش و پرورش در آموزش سواد رسانه‌ای از نگاه متخصصان این حوزه پرداخت.

با بررسی‌های صورت گرفته به طور کلی می‌توان پژوهش‌های داخلی طی این سال‌ها را به چند دسته کلی زیر تقسیم نمود:

- بررسی سطح سواد رسانه‌ای افرادی با یک یا چند ویژگی مشترک (مدیران، والدین، دانشجویان و ...)

- مقایسه سطح سواد رسانه‌ای چند گروه دانشجویی، شغلی و ...
 - بررسی ضرورت، اهمیت و ... سواد رسانه‌ای و آموزش آن از دیدگاه متخصصان
 - تاثیر سواد رسانه‌ای بر متغیرهایی چون اعتماد به نفس، ارتقای هویت فردی و ...
 - تحلیل محتوای روزنامه، مجله و ... با تاکید بر شاخص‌های سواد رسانه‌ای
 - مطالعه تطبیقی وضعیت سواد رسانه‌ای در کشورهای مختلف
- با مطالعات صورت گرفته در تحقیقات داخلی، هیچ کدام به بررسی عوامل ارتقاء آموزش سواد رسانه‌ای در مدارس از دید کارشناسان کمیسیون اتحادیه اروپا نپرداخته‌اند و این از ویژگی‌های نوآورانه این تحقیق است.

۲. چارچوب نظری

جیمز پاتر از شاخص‌ترین نظریه پردازان حوزه سواد رسانه‌ای است. وی نظریه سواد رسانه‌ای شناختی، کنترل و تسلط بر سواد رسانه‌ای را بسیار مهم دانسته و می‌گوید: "کسب سواد رسانه‌ای به شما دیدی شفاف‌تر می‌دهد تا مرز میان دنیای واقعی و دنیای ساختگی توسط رسانه‌ها را تشخیص دهید. وقتی سواد رسانه‌ای داشته باشید، نقشه‌ای دارید که به شما کمک کند تا بهتر در دنیای رسانه‌ای حرکت کرده و بدون مواجهه با پیام‌هایی که برایتان مخرب هستند، تجربه و اطلاعاتی را که می‌خواهید، کسب کنید. با سواد رسانه‌ای می‌توانید زندگی‌ای بسازید که خود خواهان آن هستید نه آن چیزی که مدنظر رسانه هاست." (پاتر، ۱۳۹۱: ۳۶).

وی بر نیاز به نظریه‌ای شناختی در حوزه سواد رسانه‌ای برای جهت دادن و جلب کردن تحقیقات بسیار موثر به سوی پرسش‌ها و موضوعات مرتبط تاکید می‌کند و معتقد است این نظریه می‌تواند دانشی عظیم و گسترده راجع به چگونگی تعامل مردم با رسانه‌ها، چگونگی شکل‌دهی شناخت‌ها توسط این تعاملات و اینکه حرکات شناختی برنامه‌ریزی شده چگونه به رفتارهای مثبت و منفی در افراد منجر می‌شوند، حاصل کند. با این دانش می‌توانیم به جایگاه بسیار بهتری برای طراحی کارهای آموزشی برسیم. جایگاهی که می‌تواند تغییرات معنی‌داری در نحوه فکر کردن مردم درباره رسانه‌ها و چگونگی استفاده آنها داشته باشد. وی دو اصل فرد و شناخت را زیربنای نظریه شناختی سواد رسانه‌ای خود می‌داند (پاتر، ۲۰۰۴، ۲۶۶). ساختارهای دانش، بستری مناسب برای درک پیام‌های رسانه‌ای جدید فراهم

می‌آورند. هر چه ساختارهای دانش ما وسیع‌تر باشد، در درک گسترده از پیام‌ها، اعتماد به نفس بیشتری خواهیم داشت (پاتر، ۱۳۹۱: ۴۲). این ساختارهای دانش با جاری بودن دانش و اطلاعات در بدنه جامعه به صورت مادام‌العمر وسیع‌تر می‌گردد و جامعه را به سمت جامعه دانایی محور رهنمون می‌سازد.

همچنین در نظریه مخاطب فعال در مقابل مخاطب منفعل دیدگاه مخاطب منفعل بیان می‌دارد که افراد به آسانی و به طور مستقیم تحت تاثیر رسانه‌ها قرار می‌گیرند، در حالی که مخاطب فعال بیان می‌کند که افراد درباره چگونگی استفاده از رسانه‌ها تصمیمات مناسب‌تری می‌گیرند. پنج ویژگی مخاطب فعال عبارتند از: ۱- گزینشی است؛ انتظار می‌رود مخاطبان فعال در رسانه‌هایی که برای استفاده انتخاب می‌کنند گزینشی عمل کنند ۲- سودگرایی است؛ مخاطبان فعال برای رفع نیازها و رسیدن به اهداف خاصی از رسانه‌ها استفاده می‌کنند ۳- قصدی بودن یا نیت‌مندی است؛ که عبارت است از استفاده نیت‌مند و هدف‌دار از محتوای رسانه‌ها ۴- درگیری و تلاش است؛ مخاطبان به طور فعال به رسانه‌ها توجه می‌کنند و در مورد آنها فکر می‌کنند ۵- مخاطبان فعال تاثیرپذیر هستند یا تنها به وسیله رسانه‌ها به سرعت تاثیر نمی‌پذیرند. (لیتل، ۱۳۸۴: ۷۴۲) در آموزش سواد رسانه‌ای نیز هدف تربیت مخاطبینی فعال، پویا و گزینش‌گر در برخورد با اشکال مختلف رسانه‌ای است.

در نظریه جامعه اطلاعاتی ظرفیت مهم و اساسی، نه در محتوای پیام، بلکه بیشتر در ابزار تولید و انتقال پیام نهفته است. بنابراین، همین ابزار بر ماهیت کار، زمان استفاده شده، روابط قدرت و نظام قشربندی و ارزشی جامعه اثر می‌گذارد. متذکر می‌شود که فناوری‌های نوین ارتباطی و رسانه‌های جدید در حال دگرگون کردن خصوصیات هستند که همواره به رسانه‌های جمعی نسبت داده می‌شد که عبارت بودند از بزرگ مقیاس بودن، یک‌سویه بودن و انتقال از مرکز به پیرامون (مک کوئیل، ۱۳۸۵: ۱۱۷) با حضور رسانه‌های با غنای بیشتر در دنیای امروز نیاز به مخاطبان فعال و آگاه را بیشتر کرده است. لذا نیاز به سواد رسانه‌ای در جامعه اطلاعاتی بیش از گذشته احساس می‌گردد.

۳. روش شناسی

در این تحقیق از روش کیفی تحلیل تم استفاده شده است. تحلیل تم روشی برای تعیین، تحلیل و بیان الگوهای (تم‌های) موجود درون داده‌هاست. این روش داده‌ها را سازمان‌دهی و

در قالب جزئیات توصیف می‌کند؛ اما می‌تواند از این فراتر رفته و جنبه‌های مختلف موضوع پژوهش را نیز تفسیر کند (توماس، ۲۰۰۳، ص ۳۲). تم انتزاعی‌ترین سطح داده‌هاست که شکل گرفتن و انتخاب آنها بستگی زیادی به ساختارهای تحقیق دارد (ریان، ۲۰۰۳، ص ۲۴). دلیل انتخاب روش تحلیل تم در تحقیق حاضر این بود که هدف تحقیق، شناسایی ایده‌های اولیه و عمیق برای توسعه الگوهای نظری و عملی برای تحقیقات تجربی آتی در حوزه عوامل مؤثر در ارتقاء سواد رسانه‌ای در مدارس در کشورهای توسعه یافته بر اساس یافته‌های کیفی بوده است. اندرسون یک فرایند پانزده مرحله‌ای را برای تحلیل تم ارائه می‌دهد (اندرسون، ۲۰۰۷، ص ۴۵). کلارک و براون نیز فرایند شش مرحله‌ای بدین منظور سامان داده‌اند که در این تحقیق از این رویکرد استفاده شده است.

مرحله اول- آشنایی با داده‌ها: برای اینکه محقق با عمق و گستره محتوایی داده‌ها آشنا شود، لازم است که خود را در آنها تا اندازه‌ای غوطه‌ور سازد. غوطه‌ور شدن در داده‌ها معمولاً شامل بازخوانی مکرر داده‌ها به صورت فعال (جستجوی معانی و الگوها) است. مرحله دوم- ایجاد کدهای اولیه: مرحله دوم زمانی شروع می‌شود که محقق داده‌ها را خوانده و با آنها آشنایی پیدا کرده است. این مرحله شامل ایجاد کدهای اولیه از داده‌هاست. کدها یک ویژگی داده‌ها را معرفی می‌کنند که به نظر تحلیل‌گر جالب به نظر می‌رسد. داده‌های کدگذاری شده از واحدهای تحلیل‌ها (تم‌ها) متفاوت هستند. کدگذاری را می‌توان به صورت دستی یا از طریق برنامه‌های نرم‌افزاری انجام داد. در این مرحله ۲۷۶ کد اولیه از مصاحبه‌ها به دست آمد.

مرحله سوم- جستجوی کدهای گزینشی: این مرحله شامل دسته‌بندی کدهای مختلف در قالب کدهای گزینشی و مرتب کردن همه خلاصه داده‌های کدگذاری شده است. در واقع محقق، تحلیل کدهای خود را شروع کرده و در نظر می‌گیرد که چگونه کدهای مختلف می‌توانند برای ایجاد یک تم کلی ترکیب شوند. در این مرحله ۷۶ کد گزینشی توسط محققان به دست آمد و کدهای ناقص و نامرتب و همچنین کدهای تکراری کنار گذاشته شد تا به این تعداد کد گزینشی دست یافتند.

مرحله چهارم- شکل‌گیری تم‌های فرعی: مرحله چهارم زمانی شروع می‌شود که محقق مجموعه‌ای از تم‌ها را ایجاد کرده و آنها را مورد بازبینی قرار می‌دهد. این مرحله شامل بازبینی در سطح خلاصه‌های کدگذاری شده است. در مرحله دوم اعتبار تم‌های فرعی در

رابطه با مجموعه داده‌ها در نظر گرفته می‌شود. در این مرحله محققان به ۲۷ تم فرعی دست پیدا کردند.

مرحله پنجم - تعریف و نامگذاری تم‌های اصلی: مرحله پنجم زمانی شروع می‌شود که یک تصویر رضایت‌بخش از تم‌ها وجود داشته باشد. محقق در این مرحله، تم‌های اصلی را که برای تحقیق ارائه کرده، تعریف کرده و مورد بازبینی مجدد قرار می‌دهد، سپس داده‌های داخل آنها را تحلیل می‌کند. به وسیله تعریف و بازبینی کردن، ماهیت آن چیزی که یک تم در مورد آن بحث می‌کند، مشخص شده و تعیین می‌شود که هر تم اصلی کدام جنبه از داده‌ها را در خود دارد. در این مرحله، محققان در نهایت پس از رفت و برگشت در میان تم‌های فرعی به شش تم اصلی دست یافتند. در زیر ۲۷ تم فرعی که تم‌های اصلی از آنها استخراج شده، آورده شده است.

جدول ۱: تم‌های فرعی و شکل‌دهی تم‌های اصلی

تم‌های اصلی	تم‌های فرعی	ردیف
توانمندسازی	لزوم توانمندسازی معلمان	
	لزوم توانمندسازی دانش آموزان	
	لزوم ارتقاء سواد رسانه‌ای والدین	
	تقویت شهروند فعال با سواد رسانه و تفکر انتقادی	
	لزوم آگاهی بخشی به مخاطبان درباره سواد رسانه‌ای	
	توجه به حقوق بشر عامل ارتقاء سواد رسانه‌ای	
	لزوم توجه به سواد رسانه‌ای از سوی مسئولان	
برنامه درسی	نقش تولید محتوا توسط دانش آموزان در ارتقاء سواد رسانه‌ای	
	نقش تحلیل در ارتقاء سواد رسانه‌ای دانش آموزان	
	غنی سازی منابع آموزشی	
	آموزش سواد رسانه‌ای در قالب بازی	
	لزوم شفاف سازی نحوه ارزیابی سواد رسانه‌ای در مدارس	
	لزوم وجود مدل‌های گوناگون ارتقاء سواد رسانه‌ای متناسب با شرایط هر کشور	
	لزوم ایجاد برنامه درسی سواد رسانه‌ای	
	ایجاد برنامه درسی مستقل در مقطع دبستان و راهنمایی	
زیرساخت‌ها	ایجاد برنامه درسی تلفیقی	
	دسترسی به رسانه در مدارس	

	همگامی مدارس با آخرین تغییرات آنلاین	
	لزوم توجه به امنیت فضای مجازی	
مشارکت اجتماعی	همکاری اعضای مختلف صنعت رسانه	
	فعالیت‌های مشترک اتحادیه اروپا	
	ابتکارهای ملی اتحادیه اروپا	
	ارتباط دانش‌آموزان با تولیدکنندگان	
	لزوم وجود مشاقت‌های اجتماعی	
	لزوم توجه به آموزش سواد رسانه در سطح محلی	
قانونگذاری	لزوم قانونگذاری در زمینه سواد رسانه‌ای	
مالی	توجه به مسائل مالی از سوی مسئولان	

مرحله ششم - تهیه گزارش: مرحله ششم زمانی شروع می‌شود که محقق مجموعه‌ای از تم‌های اصلی که کاملاً انتزاعی و منطبق با ساختارهای زمینه‌ای تحقیق در اختیار داشته باشد. این مرحله شامل تحلیل پایانی و نگارش گزارش است.

مشارکت کنندگان در تحقیق حاضر ۱۱ نفر از کارشناسان اتحادیه اروپا و مرکز تماس مستقیم اتحادیه اروپا است که به روش هدفمند (نمونه گیری نظری) با روش ارجاع گلوله برفی انتخاب شدند. نمونه گیری هدفمند که پژوهشگر را در خلق یا کشف نظریه یا مفاهیمی که ارتباط نظری آنها با نظریه در حال تکوین است، یاری می‌کند. در نمونه‌گیری نظری از رویدادها نمونه‌گیری می‌شود، نه لزوماً افراد. اگر به سراغ افراد رفته می‌شود، با هدف کاوش رویدادهاست؛ رویدادهایی که نشانگر تم‌های گوناگون مرتبط با پدیده مورد بررسی پژوهش هستند. ابزار مورد استفاده در این تحقیق مصاحبه نیمه عمیق بود. قبل از انجام مصاحبه‌ها از طریق پیام‌رسان لینکدین با افراد مورد نظر ارتباط برقرار گردید. سپس ایمیل کارشناسان از طریق لینکدین استخراج شد و سوالات از طریق ایمیل به کارشناسان ارسال گردید. در ابتدای مصاحبه، به طور کلی هدف پژوهش ذکر شد. با توجه به سوال‌های تحقیق سوال‌های زیر در مصاحبه به عنوان سوال‌های اصلی در نظر گرفته شد و با توجه به اینکه به مصاحبه شوندگان دسترسی مستقیم وجود نداشت چندین بار پیگیری توسط محققان برای دستیابی به پاسخ‌ها صورت گرفت. پاسخ‌های ارسالی توسط محققان ترجمه شد و در تحلیل‌ها به کار گرفته شد.

۱- به نظر شما چه عواملی باعث ارتقاء سواد رسانه‌ای در مدارس اتحادیه اروپا می

شود؟

۲- به نظر شما مدل مطلوب برای ارتقاء سواد رسانه‌ای چیست؟

۳- به طور کلی راهکارهای ارتقاء سواد رسانه‌ای در مدارس چیست؟

مصاحبه‌های انجام شده به روش نظام‌بندی که کلارک و برون (۲۰۰۶) توسعه داده‌اند و شرح آن در بالا گذشت، مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. لازم به ذکر است که کدهای استخراج شده یا مستقیماً در صحبت‌های مصاحبه‌شوندگان بیان شده بود یا کدهای تلویحی بودند که توسط پژوهشگر از متن مصاحبه‌ها استخراج شدند. برای اطمینان از روایی و پایایی داده‌ها به معیارهای خاص پژوهش کیفی، بررسی‌های لازم شامل مقبولیت و قابلیت تایید صورت گرفته است (رضوی زاده و محمدپور، ۱۳۸۹، ص ۴۸). جهت افزایش مقبولیت از روش‌های بازنگری استفاده شد به عبارتی متن کامل سه مصاحبه اولیه پیاده شده مجدداً توسط فرد متخصص دیگری کدگذاری شد و ضریب اعتماد و پایایی سنجیده شد. با توجه به اینکه بالای ۸۵ درصد کدگذاری‌ها مشترک بود، لذا این مقوله‌ها دارای قابلیت اعتماد هستند.

۴. یافته‌های تحقیق

پس از انجام مصاحبه‌های نیمه عمیق با ۱۱ نفر از کارشناسان سواد رسانه‌ای و مرکز تماس مستقیم اتحادیه اروپا تمام کدهای موجود در مصاحبه‌ها که به نظر می‌رسید ارتباط مستقیم با موضوع تحقیق دارد، استخراج شد. پس از انجام فرایند تحلیل تم، در نهایت محققان به شش تم اصلی دست یافتند این تم‌ها در تصویر زیر آمده است:

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی



نمودار ۱: تم‌های مؤثر بر ارتقاء سواد رسانه‌ای در مدارس

۱.۴ توانمندسازی

با بررسی متون مصاحبه، مضمون‌های فرعی عوامل مرتبط با توانمندسازی (لزوم توانمندسازی معلمان، لزوم توانمندسازی دانش آموزان، لزوم ارتقاء سواد رسانه‌ای والدین، تقویت شهروند فعال با سواد رسانه و تفکر انتقادی، لزوم آگاهی بخشی درباره سواد رسانه‌ای، توجه به حقوق بشر به عنوان عامل ارتقاء سواد رسانه‌ای، لزوم توجه به سواد رسانه‌ای از سوی مسئولان) شناسایی شد.

۱.۱.۴ لزوم توانمندسازی معلمان

«داشتن معلمانی که هر نوع آموزشی را درباره نحوه و چگونگی آموزش سواد رسانه‌ای دیده باشند» { الکساندر ریدل }؛ «به نظر من معلمان هسته مرکزی مدارس هستند. بنابراین نکته کلیدی این است که معلمان توانمند را به صورت گسترده پرورش دهیم. معلمان باید اعتماد به نفس کافی در آموزش سواد رسانه داشته باشند و این چیز راحتی نیست. معلمان

اغلب باید قادر باشند تا از دانش آموزان سوالات گوناگون با پایان باز بدون داشتن تنها یک پاسخ اشتباه یا درست بپرسند که در این حالت اکثر معلمان احساس خوبی به این نوع پرسش‌ها ندارد. از طرفی برخی معلمان به شخصه با رسانه میانه خوبی ندارند (به ویژه خلق محتوا در رسانه) بنابراین آنها اغلب برای داشتن دانش‌آموزانی که با رسانه کار می‌کنند و می‌توانند خودشان محتوای رسانه‌ای خلق کنند، بی‌میل هستند. بنابراین آنها شخصا حس خوبی به هر دوی آموزش و ارزیابی کار چنین دانش‌آموزانی ندارند. در نتیجه معلمان باید یادگیری سواد رسانه را اول از خودشان شروع کنند.» (اویلین شیلدر {

۲.۱.۴ لزوم توانمندسازی دانش‌آموزان

«معلمان نیز باید بتوانند دانش‌آموزان خود را با تمام ابزار لازم برای مقابله با دنیای آنلاین توانمند و مسئول بار بیاورند» (جون لوری)؛ «سمینارهای عملی و کارگاه آموزشی در جهت ارتقاء سواد رسانه‌ای دانش‌آموزان برگزار کنیم» (آرین آندریوپولو)؛ «دانش‌آموزان را مجبور کنیم تا در مدارس پروژه‌هایی را انجام دهند.» (پائولو کسارینی {

۳.۱.۴ لزوم ارتقاء سواد رسانه‌ای والدین

«حتی ضرورت دارد که کارگاه‌هایی را برای آموزش سواد رسانه‌ای برای دانش‌آموزان و با حضور والدین آنان برگزار کنیم که والدین دانش‌آموزان نیز با این حوزه آشنایی داشته باشند» (پائولو کسارینی)؛ «اعتیاد به دستگاه‌های تلفن همراه و ترس از شکارچیان آنلاین از جمله نگرانی والدین است که لازم است در این زمینه اطلاعات لازم را به دست بیاورند» (رورد استروود {

۴.۱.۴ تقویت شهروند فعال با سواد رسانه و تفکر انتقادی:

«به علاوه درباره سواد رسانه‌ای در مدارس باید بگویم این آموزش‌ها زمانی موفق هستند که بر اساس آموزش‌های حقوق بشر و شهروند فعال و به صورت مبتکرانه باشند» (می می ون دان)؛ «امروزه امنیت اینترنت و ایجاد شهروند دیجیتال به عنوان فاکتورهای اثرگذار دیده می‌شوند، اگرچه اینها بخشی از آموزش سواد رسانه‌ای هستند» (رورد استروود {

۵.۱.۴ لزوم آگاهی‌بخشی درباره سواد رسانه‌ای

عوامل مؤثر بر ارتقاء آموزش سواد رسانه در مدارس از دیدگاه ... ۱۷۹

«کمپین‌هایی برای افزایش آگاهی در مدارس در مورد اهمیت سواد رسانه‌ای فراهم کنیم» {سازکیا کوجل}؛ «کمپین‌های آگاهی‌رسانی درباره سواد رسانه‌ای در بخش خدمات عمومی ایجاد کنیم» {آرین آندریوپولو}

۶.۱.۴ توجه به حقوق بشر عامل ارتقاء سواد رسانه‌ای

«من معتقدم سواد رسانه‌ای بخش مهمی از آموزش حقوق بشر و شهروند فعال است» {می می ون دان}؛ «به علاوه درباره سواد رسانه‌ای در مدارس باید بگویم این آموزش‌ها زمانی موفق هستند که بر اساس آموزش‌های حقوق بشر و شهروند فعال و به صورت مبتکرانه باشند» {می می ون دان}

۷.۱.۴ لزوم توجه به سواد رسانه‌ای از سوی مسئولان:

«بنابراین سیاستمداران مقامات دولتی و کسانی که عهده‌دار سرمایه‌گذاری در سیستم مدرسه هستند لازم است به اهمیت آموزش و یادگیری رسانه در قرن ۲۱ واقف باشند» {سارا سالوما}

۲.۴ برنامه درسی و آموزشی

با بررسی متون مصاحبه، مضمون‌های فرعی عوامل مرتبط با برنامه درسی و آموزشی (نقش تولید محتوا توسط دانش‌آموزان در ارتقاء سواد رسانه‌ای، نقش تحلیل در ارتقاء سواد رسانه‌ای دانش‌آموزان، غنی‌سازی منابع آموزشی، آموزش سواد رسانه‌ای در قالب بازی، لزوم شفاف‌سازی نحوه ارزیابی سواد رسانه‌ای در مدارس، لزوم وجود مدل‌های گوناگون ارتقاء سواد رسانه‌ای متناسب با شرایط هر کشور، لزوم ایجاد برنامه درسی سواد رسانه‌ای، ایجاد برنامه درسی مستقل در مقطع دبستان و راهنمایی، ایجاد برنامه درسی تلفیقی) شناسایی شد.

۱.۲.۴ نقش تولید محتوا توسط دانش‌آموزان در ارتقاء سواد رسانه‌ای

«به سبب تجربه تدریس در مدارس به این مسئله رسیدم که موثرترین استراتژی در زمینه تقویت دانش‌آموزان این است که به آنها اجازه دهیم خودشان محتوای رسانه را تولید

کنند» { نادیا بلاردی } «در بین مدل‌ها هم مدل AACRA دکتر رنه هابز در بسیاری از مدارس بسیار موفق بوده است. تولید محتوا عاملی از این مدل است.» { رورد استروود }

۲.۲.۴ نقش تحلیل در ارتقاء سواد رسانه‌ای دانش آموزان

«هنگامی که دانش آموزان فرصت‌هایی را در مدارس برای هر دو عامل تجزیه و تحلیل و ایجاد محتوای رسانه‌ها داشته باشند، آنها شروع به تقویت سواد رسانه‌ای می‌کنند» { الکساندر ریدل }؛ «در کلاس ریاضی مردم باید نمودارها را برای نشان دادن پیام معین و غیره با استفاده از رسانه تحلیل کنند» { اویلین شیلدر }

۳.۲.۴ غنی سازی منابع آموزشی

«وجود برنامه درسی معتبر برای ایجاد منابعی که به عناصر تفکر انتقادی و سواد رسانه‌ای بپردازد» { الکساندر ریدل }؛ «یک سابقه (رقابت) اروپایی برای پاداش دادن به منابع با کیفیت بالا و طرح‌های الهام بخش برای پیگیری اهداف بهتر اینترنت برای کودکان راه اندازی کنیم. این رقابت سه قشر را پوشش می‌دهد: حرفه‌ای‌ها، معلمان و جوانان» { مرکز تماس مستقیم اروپا }

۴.۲.۴ آموزش سواد رسانه‌ای در قالب بازی

«ایجاد بازی در کلاس درس در هفته "سواد رسانه‌ای. بازی‌هایی که به دانش‌آموزان نشان می‌دهد چگونه رسانه‌ها کار می‌کنند، چه امکاناتی ارائه می‌دهند، چه تهدیدهایی دارند» { ساسکیا کوجل }؛ «از کارگاه‌های آموزشی سواد رسانه‌ای، دوره‌ها، بازی‌ها، پروژه‌ها و آموزش‌های موجود برای دانش‌آموزان در زمینه ارتقاء سواد رسانه‌ای استفاده می‌شود» { ساسکیا کوجل }

۵.۲.۴ لزوم شفاف سازی نحوه ارزیابی سواد رسانه‌ای در مدارس

«زمانیکه این درس ارزیابی نمی‌شود، معلمان اغلب به راحتی سواد رسانه‌ای را حذف می‌کنند چون دانش‌آموزان به آن "برای آزمون" نیاز ندارند در نهایت برای فرایند ارزیابی، من معتقدم ارزیابی به صورت بخش بندی شده صورت پذیرد (امتیاز برای کار بزرگ، کار خوب و کار ضعیف) لازم است این کار با استفاده از مثال‌ها و معیارهای تعریف شده انجام شود (مثال‌هایی برای کار بزرگ، کار مناسب، کاربرد)» { اویلین شیلدر }؛ «همچنین

چارچوب ارزیابی رایج و معمولی برای سنجش و ارزیابی سواد رسانه دانش آموزان وجود ندارد که لازم است ایجاد شود» { می می ون دان }

۶.۲.۴ لزوم وجود مدل‌های گوناگون ارتقاء سواد رسانه‌ای متناسب با شرایط هر کشور

«من به این موضوع اعتقاد ندارم که یک مدل مطلوب وجود دارد. هر کشور متفاوت است و سیستم‌های آموزشی گوناگونی دارد و باید از مدل‌های گوناگون بهره‌مند شود» { اوایلین شیلدر }؛ «به طور کلی من معتقد نیستم که یک مدل بتواند برای همه کشورهای اتحادیه اروپا یا هر کشور دیگری کارساز باشد» { سارا سالوما }

۷.۲.۴ لزوم ایجاد برنامه درسی سواد رسانه‌ای

«وجود برنامه درسی معتبر برای ایجاد منابعی که به عناصر تفکر انتقادی و سواد رسانه‌ای بپردازد از جمله عواملی هستند که باعث ارتقاء سواد رسانه‌ای در مدارس اتحادیه اروپا می‌شوند» { الکساندر ریدل }؛ «بنابراین اگر برنامه درسی ملی و مواد درسی وجود داشته باشد و معلمان بتوانند به راحتی از آن استفاده کنند، بسیار عالی است» { اوایلین شیلدر }

۸.۲.۴ ایجاد برنامه درسی مستقل در مقطع دبستان و راهنمایی

«به نظر من نیاز به دوره مستقل برای سواد رسانه‌ای در آموزش ابتدایی و راهنمایی وجود دارد» { آرین آندریوپولو }

۹.۲.۴ ایجاد برنامه درسی تلفیقی

«به علاوه این راحت تر است که معلمان برنامه درسی داشته باشند که بتوانند با آن کار کنند. این به این معنی است که اگر معلمان، ریاضی آموزش می‌دهند جزوه‌ای از راهکارها را جهت ادغام سواد رسانه‌ای با آن درس فراهم کنند. به طور مثال آوردن لیستی از رسانه‌هایی که می‌توان استفاده کرد، پرسش‌هایی برای پاسخ، تکالیفی که دانش‌آموزان می‌توانند انجام دهند و غیره» { اوایلین شیلدر }؛ «در سطح برنامه‌ریزی آموزشی، من فکر می‌کنم به صورت ایده‌آل سواد رسانه‌ای به عنوان موضوعی جدا تدریس نشود. بلکه به عنوان موضوعات درسی بین رشته‌ای در نظر گرفته شود» { سارا سالوما }

۳.۴ زیرساخت‌ها

با بررسی متون مصاحبه، مضمون‌های فرعی عوامل مرتبط با زیرساخت‌ها (دسترسی به رسانه در مدارس، همگامی مدارس با آخرین تغییرات آنلاین، لزوم توجه به امنیت فضای مجازی) شناسایی شد.

۱.۳.۴ دسترسی به رسانه در مدارس

«برای ارتقاء سواد رسانه در مدارس نیاز به دسترسی و استفاده از رسانه است. این دسترسی به دو صورت در مدارس اتفاق می‌افتد یکی از طریق اینترنت و یکی از طریق زیرساخت‌ها. لازم است در این زمینه دسترسی به رادیو، تلویزیون و رسانه‌های صوتی تصویری را برای دانش‌آموزان امکان‌پذیر کنیم» { پائولو کسارینی }

۲.۳.۴ همگامی مدارس با آخرین تغییرات آنلاین

«در یک جامعه که در آن تکنولوژی و دنیای آنلاین نقش بزرگی در زندگی مردم بازی می‌کنند، معلوم می‌شود که مدارس نیز باید با تغییرات آخرین روند آنلاین به سرعت حرکت کنند و فرصت‌ها و چالش‌های موجود را در این زمینه در یابند» { جون لاوری }

۳.۳.۴ لزوم توجه به امنیت فضای مجازی

«امروزه امنیت اینترنت و شهروند دیجیتال به عنوان فاکتورهایی تاثیرگذار در ارتقاء آموزش سواد رسانه‌ای است» { رورد استروود }

۴.۴ قانونگذاری

با بررسی متون مصاحبه، مضمون‌های فرعی عامل مرتبط با قانونگذاری (لزوم قانونگذاری در زمینه سواد رسانه‌ای) شناسایی شد.

۱.۴.۴ لزوم قانونگذاری در زمینه سواد رسانه‌ای

«به علاوه درباره سواد رسانه‌ای در مدارس باید بگوییم این آموزش‌ها زمانی موفق هستند که بر اساس آموزش‌های حقوق بشر و شهروند فعال و به صورت مبتکرانه باشند. این بدین معناست کانال‌ها و فضاهایی برای بیان درست و مشارکت در امور عمومی، استراتژی پایدار

عوامل مؤثر بر ارتقاء آموزش سواد رسانه در مدارس از دیدگاه ... ۱۸۳

و قانونگذاری مناسب وجود داشته باشد» {می می ون دان}؛ «همانطور که مستحضر هستید دستورالعمل‌هایی در زمینه ارتقاء سواد رسانه‌ای به اعضای اتحادیه اروپا ابلاغ شد که آنها را با قوانین ملی روبه‌رو می‌ساخت» {می می ون دان}

۵.۴ سرمایه مالی

با بررسی متون مصاحبه، مضمون‌های فرعی عامل مرتبط با قانونگذاری (توجه به مسائل مالی از سوی مسئولان) شناسایی شد.

۱.۵.۴ توجه به مسائل مالی از سوی مسئولان

«در دو سال اخیر، کمیسیون اروپا در زمینه سواد رسانه‌ای بسیار فعال بوده است. اساساً تقویت همکاری‌های سیاسی با کشورهای عضو و همچنین بسیج سرمایه مالی از این دست فعالیت‌ها بوده است» {مرکز تماس مستقیم اتحادیه اروپا}

۶.۴ مشارکت اجتماعی

با بررسی متون مصاحبه، مضمون‌های فرعی عامل مرتبط با مشارکت اجتماعی (همکاری اعضای مختلف صنعت رسانه، فعالیت‌های مشترک اتحادیه اروپا، ابتکارهای ملی اتحادیه اروپا، ارتباط دانش‌آموزان با تولیدکنندگان، لزوم وجود مشاقت‌های اجتماعی، لزوم توجه به آموزش سواد رسانه در سطح محلی) شناسایی شد.

۱.۶.۴ همکاری اعضای مختلف صنعت رسانه

«تقویت مقررات برای سواد رسانه‌ای در مدارس و همکاری بین شرکای مختلف صنعت رسانه باعث ارتقاء سواد رسانه‌ای در مدارس اتحادیه اروپا می‌شود» {آرین آندریوپولو}

۲.۶.۴ فعالیت‌های مشترک اتحادیه اروپا

«کارهای بسیار خوب و تحقیقات موثری در این زمینه در ترسیم نقشه عملکردها و راهکارهای سواد رسانه‌ای در ۲۸ کشور اتحادیه اروپا از سال ۲۰۱۶ صورت گرفته است» {می می ون دان}

۳.۶.۴ ابتکارهای ملی اتحادیه اروپا

«همچنین ابتکارات و پروژه‌هایی تحت عنوان اروپای خلاق و گروه متخصصان در زمینه سواد رسانه‌ای در کمیسیون اتحادیه اروپا به عنوان ابتکار ملی انجام شده است» {می می ون دان}؛ «به عنوان بخشی از اقدامات اخیر، تمرکز جدید بر سواد رسانه‌ای در حمایت از جوانان و مدارس، شامل ابتکارات هدفمندی است که بر روی مقوله اطلاعات غلط آنلاین تحت عنوان کمپین اینترنت امن‌تر در اتحادیه اروپا انجام شده است» {مرکز تماس مستقیم اروپا}

۴.۶.۴ ارتباط دانش‌آموزان با تولیدکنندگان

«دسترسی به سینما با حضور تولیدکنندگان سینما مانند کارگردان، فیلمساز فیلمنامه‌نویس که دانش‌آموزان با این عوامل برای انجام پروژه‌هاشون در ارتباط باشند» {جون لوری}

۵.۶.۴ لزوم وجود مشاقت‌های اجتماعی

«این بدین معناست کانال‌هایی برای بیان واقعیت و مشارکت در امور عمومی، استراتژی پایدار و قانونگذاری مناسب وجود داشته باشد. این اصول پایه‌ای و ضروری است» {می می ون دان}؛ «در بخش‌های عمل و عکس‌العمل از مدل رنه هابز عامل‌هایی چون همکاری و مشارکت‌های سازنده مخاطبان و تبدیل شدن آنان به مخاطب فعال در ارتقاء سواد رسانه تاثیرگذار است» {رورد استروود}

۶.۶.۴ لزوم توجه به آموزش سواد رسانه در سطح محلی

«من در این زمینه می‌توانم بگویم که برنامه درسی ملی یا محلی که شامل سواد رسانه‌ای است یک فاکتور کلیدی است در به کارگیری سواد رسانه‌ای در مدرسه» {سارا سالوما}؛ «تولید محتوا و به تبع آن ارتقاء سواد رسانه‌ای چیزی است که روزانه در رادیو و تلویزیون محلی اتفاق می‌افتد، جایی که تولید توسط افراد داوطلب در سطوح مختلف تجربه می‌شود» {نادیا بلاردی}

۵. بحث و نتیجه‌گیری

با توجه به ظهور رسانه‌های نوین و لزوم مصرف درست رسانه‌ای و جلوگیری از چالش‌ها و آسیب‌های رسانه‌ای نیازمند تقویت سواد رسانه‌ای هستیم. یکی از فضاها مناسب برای ارتقاء و آموزش سواد رسانه‌ای مدارس هستند که باید توجه ویژه‌ای به آن کرد. لذا بررسی عوامل تاثیرگذار در تقویت سواد رسانه در مدارس از دلایل و اهمیت تدوین این مقاله محسوب می‌شود. با توجه به اینکه تحولات رسانه‌ای در سراسر جهان به وقوع پیوسته‌اند و کشورهای مختلف عملکردهای گوناگونی در این راستا انجام داده‌اند و برخی از کشورها پیشروتر بوده و اقدامات کارآمدتری در این راستا انجام داده‌اند مطالعه و روند بررسی اقدامات و عملکردهای این کشور تاثیر بسیاری در غنی‌تر شدن ادبیات موضوع، افزایش آگاهی، دانش و تجربه در این مسیر می‌گردد. در نتیجه یکی از راه‌ها در مسیر ارتقاء سواد رسانه‌ای و تقویت محتوا در این زمینه مطالعه و بررسی عملکردهای دیگر است. لذا در این مقاله به مطالعه عوامل تاثیرگذار بر آموزش سواد رسانه مدارس اتحادیه اروپا پرداخته شده است. یکی از مراکزی که در اتحادیه اروپا کارهای مشترک، عملکردها و ابتکارات نوینی بین ۲۸ کشور اتحادیه اروپا انجام داده کمیسیون اتحادیه اروپاست. این مرکز با بهره‌گیری از کارشناسان کشورهای عضو اتحادیه به اشتراک مساعی و انجام پروژه‌ها و ابتکارات تازه پرداخته است. بدین منظور ضمن مطالعه و بررسی عملکردهای صورت پذیرفته شده در سایت کمیسیون اروپا به بررسی دیدگاه‌های کارشناسان کمیسیون اتحادیه اروپا و مرکز تماس مستقیم اتحادیه اروپا پرداخته شده است تا موضوع مذکور از زاویه دید آنها بررسی شود. بیشترین عاملی که کارشناسان به آن اشاره کردند لزوم توانمندسازی افراد است که این بخش شامل توانمندسازی معلمان، توانمندسازی دانش‌آموزان، توانمندسازی والدین، تقویت شهروند فعال و توجه به حقوق بشر، آگاهی بخشی سواد رسانه‌ای و لزوم توجه به سواد رسانه‌ای از سوی مسئولان مطرح گردیده است. طبق گفته کارشناسان معلمان نقش محوری در این آموزش‌ها دارند و اگر بخواهیم دانش‌آموزانی توانمند در این مسیر تربیت کنیم باید معلمان توانمند داشته باشیم. از سویی این دانش‌آموزان به عنوان شهروند و مخاطب فعال در خانه و جامعه به فعالیت می‌پردازند. لذا والدین نیز باید با مقوله سواد رسانه آشنا باشند و لازم است اطلاع رسانی جامعی برای شهروندان یک جامعه صورت پذیرد و مسئولان نیز باید توجه کاملی به این موضوع کلیدی داشته باشند. مجموع این عوامل سبب توانمندسازی اکثر افراد یک جامعه می‌شود. مک کوئیل، هم در نظریه جامعه اطلاعاتی بیان می‌کند حضور رسانه‌های با غنای بیشتر در دنیای امروز نیاز به مخاطبان فعال

و آگاه را بیشتر کرده است. لذا نیاز به سواد رسانه‌ای در جامعه اطلاعاتی بیش از گذشته احساس می‌گردد.

از عوامل تاثیرگذار دیگر بر اساس نظرات کارشناسان اتحادیه اروپا توجه به برنامه درسی دانش‌آموزان است. در این زمینه هم آنها به موضوعاتی چون نقش تولید محتوا و تحلیل در تقویت سواد رسانه دانش‌آموزان، غنی سازی منابع آموزشی، نقش بازی در آموزش سواد رسانه‌ای، لزوم شفاف سازی نحوه ارزیابی سواد رسانه‌ای، لزوم ایجاد برنامه درسی، وجود مدل‌های گوناگون برای ارتقاء سواد رسانه‌ای و تلفیق آموزش سواد رسانه‌ای با دیگر دروس برای مقاطع بالاتر و توجه به دوره‌های مستقل سواد رسانه‌ای برای مقاطع دبستان و راهنمایی تاکید کردند. جیمز پاتر از نظریه پردازان مطرح سواد رسانه‌ای نظریه شناختی را در این زمینه مطرح می‌کند. ساختارهای دانش، بستری مناسب برای درک پیام‌های رسانه‌ای جدید فراهم می‌آورند. هر چه ساختارهای دانش ما وسیع‌تر باشد، درک گسترده از پیام‌ها، اعتماد به نفس بیشتری خواهیم داشت (پاتر، ۱۳۹۱: ۴۲). این ساختارهای دانش با جاری بودن دانش و اطلاعات در بدنه جامعه به صورت مادام‌العمر وسیع‌تر می‌گردد و جامعه را به سمت جامعه دانایی محور رهنمون می‌سازد. لذا ایجاد ساختارهای دانش در این زمینه از ملزومات است تولید و تحلیل محتوای رسانه‌ای سبب تقویت ساختارهای دانش می‌شود. غنی سازی منابع آموزشی و تولید برنامه‌های درسی نیز ساختارهای دانش را تقویت می‌کند. این میان طبق گفته کارشناسان، نگاه میان رشته‌ای به سواد رسانه‌ای و تلفیق آن با دیگر دروس از جمله ریاضی، تاریخ، موسیقی، مطالعات اجتماعی و غیره بسیار مفید است و لازم است در ایجاد ساختارهای دانش، شرایط و موقعیت کشورها هم مدنظر قرار گیرد. شفاف‌سازی نحوه ارزیابی سواد رسانه‌ای هم با توجه به ویژگی رسانه‌ها بسیار مهم و حیاتی است و معیارهای آن به ویژه به صورت عملی باید کاملاً مشخص شود. ایجاد سیستم ارزیابی مشخص برای سواد رسانه‌ای سبب می‌شود ارزش و اهمیت آن در دید معلمان و دانش‌آموزان نیز بیشتر شود. سومین عامل تاثیرگذار در ارتقاء سواد رسانه‌ای از دید کارشناسان زیرساخت‌ها هستند در این بخش هم عواملی چون دسترسی به رسانه در مدارس، همگامی مدارس با آخرین تغییرات آنلاین و لزوم توجه به امنیت فضای مجازی در مدارس از سوی کارشناسان مطرح گردید. لازم است کلیه مقدمات لازم برای دسترسی و استفاده امن از رسانه در مدارس مهیا گردد که این میان کارشناسان به عامل بعدی ارتقاء سواد رسانه‌ای یعنی سرمایه مالی اشاره کردند. این سرمایه

باید در زمینه ایجاد زیرساخت‌ها، انجام پروژه‌ها و تحقیقات مستمر و غیره مورد استفاده قرار گیرد. از عوامل دیگر در این زمینه قانونگذاری است و لازم است یک اتفاق نظر و تشریک مساعی در زمینه ارتقاء سواد رسانه‌ای در مدارس وجود داشته باشد و مسئولان زیربط به این بخش پرداخته و تحت عنوان آیین‌نامه‌ها، دستورالعمل‌ها، مصوبات و غیره به مدارس ابلاغ کنند تا برنامه‌های آموزش منظم و سراسری باشند. در نهایت ایجاد برنامه‌های مشترک و ارتباط کافی بین عوامل مختلف رسانه‌ای از جمله معلمان و خانواده‌ها، اعضای مختلف صنعت رسانه، دانش‌آموزان با عاملان و دست‌اندرکاران رسانه و غیره سبب تقویت سواد رسانه می‌شود. لازم است در این ارتباطات سازنده علاوه بر تبادل نظر به تولید ابتکارات و ایده‌های تازه و به کارگیری آن مبادرت شود.

پیشنهادها

جهت ارتقاء سواد رسانه‌ای در مدارس به موارد زیر توجه کنیم:

- مدنظر گرفتن توانمندسازی معلمان در راس امور زیرا معلمان نقش محوری در ارتقاء سواد رسانه در مدرسه و به تبع آن جامعه دارند.
- ایجاد کانال‌ها یا شبکه‌های مشترک بین معلمان برای ارائه ایده‌ها، استفاده از تجربه‌ها و تبادل اطلاعات در زمینه سواد رسانه‌ای
- گسترش معلمان توانمند در همه مناطق کشور به ویژه مناطق محروم
- گسترش و تقویت زیرساخت‌های رسانه‌ای در مدارس
- تلفیق سواد رسانه‌ای با دیگر دروس به ویژه در مقطع دبیرستان
- تدریس سواد رسانه‌ای به صورت درسی مستقل در مقاطع دبستان و راهنمایی
- برگزاری کلاس‌های سواد رسانه‌ای برای دانش‌آموزان با حضور والدین آنها
- توجه ویژه مسئولان به ویژه دولتمردان به سواد رسانه‌ای و اختصاص بودجه کافی برای گسترش آن
- توجه ویژه مسئولان به امنیت فضای مجازی
- تشکیل گروهی از متخصصان این حوزه به منظور هم‌اندیشی‌های مستمر و منظم
- شفاف سازی سیستم ارزیابی سواد رسانه‌ای در مدارس

- ارتقاء سواد رسانه‌ای کتابداران مدرسه و تفویض بخشی از آموزش سواد رسانه‌ای دانش‌آموزان به آنان
- ایجاد منبع درسی و آموزشی لازم در زمینه سواد رسانه‌ای و غنی سازی کتابخانه‌های مدارس با منابع تولید شده
- آگاهی‌بخش معلمان، دانش‌آموزان، والدین و شهروندان با ایجاد کمپین‌هایی در زمینه سواد رسانه‌ای
- ایجاد ارتباط بین دانش‌آموزان و عوامل تولید محتوای رسانه‌ای مانند روزنامه نگار، خبرنگار، فیلمساز، کارگردان و غیره جهت آشنایی بیشتر با روند تولید محتوا در قالب اردوهای علمی
- ایجاد رقابت بین دانش‌آموزان در قالب بازی و مسابقه برای تولید و تحلیل محتوای رسانه‌ای
- ایجاد جشنواره‌هایی همچون جشنواره خوارزمی برای حضور تولیدات رسانه‌ای دانش‌آموزان در آن
- توجه ویژه به امر تحقیق و پژوهش در زمینه سواد رسانه‌ای و اختصاص بودجه مناسب به آن

پی‌نوشت‌ها

۱. برگرفته از رساله دکترای دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران با موضوع "بررسی سواد رسانه اتحادیه اروپا و ارائه مدل مطلوب به آموزش و پرورش ایران"
- نقشه عملکردها و اقدامات سواد رسانه‌ای در اتحادیه اروپا (Mapping of Media Literacy Practice and Actions in EU-28)
- مرکز تماس مستقیم اتحادیه اروپا (the Europe Direct Contact Center)
- الکساندر ریدل (Alexander Riedl: Media literacy consultant)
- اویلین شیلدر (Evelien Schilder, e-learning developer)
- جون لاوری (June.Lowery-Kingston, Head of unit accessibility multilingualism and Safer Internet)
- (European Commission)
- آرین آندریوپولو (Irene Andriopoulou, Media analyst/film and media literacy expert)

عوامل مؤثر بر ارتقاء آموزش سواد رسانه در مدارس از دیدگاه ... ۱۸۹

پائولو کسارینی (Paolo Cesarini, media expert)

رورد استروود (Ruurd Oosterwoud, Assistant professor of communication)

می می ون دان (Mimi Van dun, Media consultant)

ساسکیا کوجل (Saskia Kuijl, Media literacy expert)

سارا سالوما (Saara Salomaa, Media literacy Senior Adviser and Team Leader at National Audiovisual Institute)

نادیا بلاردی (Nadia Bellardi, transcultural media consulting)

مدل AACRA (Renee Hobbs model for schools): مدل رنه هابز برای مدارس)

کتاب نامه

- آزادی، پیام، (۱۳۸۹). *سواد رسانه یا شناختی؛ ضرورت توسعه آموزش های عمومی رهبران افکار*، پایان نامه کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی، دانشکده علامه طباطبایی.
- باهنز، ناصر، چابکی، رامین، (۱۳۹۳)، *تحلیل سواد رسانه ای بر اساس مدل EC: مورد مطالعه: سیاست های شورای عالی انقلاب فرهنگی*، دانشگاه امام صادق (ع).
- پاتر دلبیو جیمز (۱۳۹۱)، *نظریه سواد رسانه ای رهیافتی شناختی*، ترجمه ناصر اسدی، محمد سلطانی فر و شهناز هاشمی. تهران: انتشارات سیمای شرق.
- تقی زاده، عباس، کیا، علی اصغر، (۱۳۹۳)، *نیازسنجی برنامه آموزشی سواد رسانه در مدارس*، فصلنامه مطالعات فرهنگ ارتباطات، دوره ۱۵، شماره ۲۶.
- رضوی زاده، ندا و محمدپور، احمد (تابستان و پاییز ۱۳۸۹)، *برساخت تفسیری تجربه زیسته خیران مدرسه ساز*، فصلنامه راهبرد فرهنگ، ۳ (۱۰ و ۱۱)، صص ۴۱-۶۶. بازیابی از <http://www.sccr.ir/UserFiles/Rahbord/10/2.pdf>
- شاه حسینی، وحیده (۱۳۹۲)، *نقش آموزش تفکر انتقادی و سواد رسانه ای در بازگشایی پیام*، پایان نامه کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی.
- عقبلی، سید وحید، نصیری، بهاره (۱۳۸۷)، *بررسی آموزش سواد رسانه ای در کشورهای کانادا و ژاپن*، فصلنامه نوآوری های آموزشی، شماره ۴۱.
- لیتل، جان (۱۳۸۴)، *نظریه های ارتباطات*، ترجمه سید مرتضی نوربخش و سید اکبر میر حسینی، نشر جنگل.
- محمودی، محمد (۱۳۹۰)، *بررسی ضرورت رسانه ای کودکان و نوجوانان از نگاه متخصصان آموزش و پرورش شهر تهران*، پایان نامه کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکز.

مک کوئیل، دنیس، (۱۳۸۵)، *درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی*، مترجم اجلالی، پرویز، دفتر مطالعات و توسعه رسانه ها.

هاشمی، شهناز، (۱۳۹۳)، *بررسی نقش رسانه در نظام تربیتی سند تحول بنیادین آموزش و پرورش*: تاکید بر ضرورت آموزش سواد رسانه ای، فصلنامه رسانه، سال بیست و پنجم، شماره ۴.

یزدیان امیر، (۱۳۹۰)، *سواد رسانه ای انتقادی: بررسی موردی سطح سواد رسانه ای دانشجویان کارشناسی ارشد*، تحقیق در ارتباطات، دانشکده صدا و سیما ج.ا. پایان نامه کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی، دانشکده صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران.

Anderson, Rosemarie(2007), Thematic content analysis (TCA) descriptive presentation of qualitative data, sage publication.

Chapman, Martina, Insight, Mercury, (2016) Mapping of Media Literacy Practices and Actions in EU-28, European Audiovisual Observatory, Strasbourg.

Potter, W.J., (2004). Theory of Media Literacy: A Cognitive Approach, London. Sage Publication, Inc: 1 edition.

Ryan Gery w. (2003). Techniques to identify themes, sage publication, university of Florida.

Thomas David r. (2003), A general inductive approach for qualitative data analysis, university of Auckland, new Zealand.