

نیازسنجی برنامه آموزش سواد رسانه‌ای در مدارس *

عباس تقی‌زاده ** - علی‌اصغر کیا ***

چکیده

سواد رسانه‌ای، مهارتی حیاتی برای زیستن در عصر کنونی است. در این مقاله، ضرورت، اهداف، محتوا، شیوه اجرا، تدریس، ارزشیابی و محدودیت‌های ورود آموزش سواد رسانه‌ای به مدارس کشور با روش مطالعه کتابخانه‌ای، اسنادی و دلفی از دیدگاه صاحب‌نظران بررسی شده است.

یافته‌ها نشان داد بومی‌سازی و ورود آموزش سواد رسانه‌ای به مدارس، منجر به توانمندسازی دانش‌آموزان در استفاده بخردانه از رسانه‌ها، حفظ و تقویت هویت و فرهنگ ایرانی - اسلامی خواهد شد. اجرای آزمایشی دوره‌های آموزشی، ارزشیابی توصیفی، تدوین محتوا و ارائه به شکل تلفیق با متون درسی در دوره ابتدایی و ارائه کتاب مستقل در دوره متوسطه از دیگر یافته‌ها است. همچنین محتوا باید به شناخت انواع رسانه‌ها، تولید، ارزیابی و تحلیل انتقادی متون رسانه‌ای، توجه کند. نتایج نشان داد، بهره‌مندی دانش‌آموزان از آموزش سواد رسانه‌ای و مزایای آن، ضروری است.

واژه‌های کلیدی

نیازسنجی، آموزش سواد رسانه‌ای، برنامه درسی، دانش‌آموزان

تاریخ پذیرش: ۹۳/۰۶/۲۳

تاریخ دریافت: ۹۳/۰۴/۱۰

*. این مقاله برگرفته از رساله دکتری عباس تقی‌زاده در رشته علوم ارتباطات، به راهنمایی دکتر علی‌اصغر کیا در دانشکده علوم اجتماعی و ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی است.

a.taghizadeh901@st.atu.ac.ir

aliasgharkia22@gmail.com

** دانشجوی دکتری علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی

*** دانشیار علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی

❖ مقدمه

همگام با تحولات فناورانه، شیوه‌های یادگیری نیز در حال تغییر هستند و دانش‌آموزان باید خود به تجزیه و تحلیل اطلاعاتی بپردازند که با یکی دو اشاره^۱ به‌دست می‌آورند. ارتباط نسل کنونی و به‌خصوص دانش‌آموزان نوجوان با رسانه‌ها را نمی‌توان نادیده گرفت. ارتباطی که با حفظ کار با رسانه‌های سنتی با هم‌گرایی رسانه‌ها^۲ به سمت رسانه‌های نوین می‌رود. با دسترسی دانش‌آموزان به منابع مختلف در فضای مجازی، عضویت آنها در شبکه‌های اجتماعی، جستجوهای اینترنتی و ده‌ها فعالیت ارتباطی دیگر، از سهم فیزیکی مرزهای مدرسه کاسته و بر مساحت مجازی آن افزوده می‌شود. در این میان، دانش‌آموزان فقط به اطلاعات ضروری و محتوای سالم رسانه‌ها دسترسی ندارند و استفاده آنها تنها نمی‌تواند به موارد علمی و مفید بسنده شود. آموزش سواد رسانه‌ای^۳ می‌تواند یاریگر آنها در استفاده مفید از رسانه‌ها باشد.

سواد رسانه‌ای، توانایی‌های دسترسی و استفاده از رسانه‌ها، تولید پیام و ارتباط با رسانه‌ها، تحلیل و ارزیابی انتقادی محتوای رسانه‌ها تعریف شده است (Oxstrand, 2009: 19). اما همه مهارت‌ها در خدمت، پردازش و تحلیل پیام‌های رسانه‌ای در ابعاد مختلف قرار دارند. رسانه‌ها به‌سبب فناوری‌های نوین ارتباطی، باعث شده‌اند به ذهن دانش‌آموزان به‌عنوان انبار اطلاعات و یافته‌ها نگاه نشود. معلم هم از یک انتقال‌دهنده دانش به هدایت‌گر تبدیل شده است. بیانیه یونسکو در زمینه آموزش و پرورش، بر فهم انتقادی محیط رسانه‌ای که ما را فراگرفته در جهت افزایش اصول شهروندی و مشارکت اجتماعی تأکید می‌کند و در سال‌های اخیر نیز، توجه زیادی به آموزش سواد رسانه‌ای به‌ویژه در کشورهای اروپایی با تأکید بر رسانه‌های دیجیتال شده است (Brian, 2010: 324).

در ایران، هنوز این آموزش‌ها به مدارس راه نیافته است. مرکز پژوهش‌های مجلس

-
1. Click
 2. Media Convergence
 3. Media Literacy

نیازسنجی برنامه آموزش سواد ... ❖ ۸۱

❖ سال پانزدهم، شماره بیست و ششم، تابستان ۱۳۹۳

شورای اسلامی، در گزارشی با انتقاد از وضعیت آموزش سواد رسانه‌ای در کشور، ورود سواد رسانه‌ای به نظام آموزش رسمی و تهیه و تنظیم کتاب‌های درسی مناسب را به‌عنوان راهکارهای گسترش سواد رسانه‌ای معرفی کرده است (قاسمی، ۱۳۸۵: ۸۵). در اسناد مربوط به برنامه درسی هم، از سواد رسانه‌ای نام برده شده و به زمینه‌سازی برای مدیریت بهینه محیط رسانه‌ای و کمک به ترویج و تعمیق سواد رسانه‌ای تأکید شده است. به‌علاوه این سند به انطباق برنامه‌های درسی با نیازها و علائق دانش‌آموزان، در چارچوب ساختار برنامه درسی در سه بخش الزامی، انتخابی و اختیاری تأکید دارد (سند تحول راهبردی نظام تربیت رسمی و عمومی جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۸۹: ۳۶).

سند تحول بنیادین آموزش و پرورش با مهم خواندن نقش تربیتی رسانه‌ها، از تعامل اثربخش با مراکز فرهنگی و اجتماعی و استفاده از ظرفیت رسانه‌ها نام می‌برد. در این سند، جایگاه و نقش نهاد رسانه، فناوری‌های ارتباطی و بهره‌گیری هوشمندانه از آن و مواجهه فعال و آگاهانه برای پیشگیری و کنترل آثار و پیامدهای نامطلوب آن مورد توجه قرار گرفته است (۱۳۹۰: ۱۰).

برنامه درسی آموزش سواد رسانه‌ای چه به‌صورت اجباری و چه در بخش تجویزی و اختیاری نیز پاسخی به نیازهای گوناگون و امکان یادگیری همیشگی با توجه به نقش رسانه‌ها است و تحلیل و ارزیابی محتوای رسانه‌ای می‌تواند در همین راستا، ارزیابی شود.

برنامه درسی و نیازسنجی سواد رسانه‌ای

برنامه درسی به محتوای رسمی و غیررسمی، فرایند، محتوا، آموزش‌های آشکار و پنهانی اطلاق می‌شود که به‌وسیله آنها، فراگیر تحت هدایت مدرسه، دانش لازم را به‌دست می‌آورد، مهارت‌ها را کسب می‌کند و گرایش‌ها، قدرشناسی‌ها و ارزش‌ها را در خود تغییر می‌دهد (ملکی، ۱۳۹۱: ۳۴).

همچنین رعایت تجانس و سنخیت میان عناصر تشکیل‌دهنده برنامه درسی، از ویژگی‌های

اساسی یک برنامه مؤثر و کارآمد به حساب می‌آید. بدون تشخیص و سنجش نیاز، برنامه‌ریزی درسی امکان‌پذیر نیست. نیازسنجی برای تدوین برنامه درسی جدید در شرایطی صورت می‌گیرد که برنامه درسی، هنوز تدوین نشده و انگیزه اصلی استفاده و اجرای نیازسنجی، مشخص کردن جهت‌گیری‌های کلی برنامه است. در این موقعیت، چگونگی و نحوه تدوین سایر عناصر برنامه درسی تا حد زیادی به نیازسنجی بستگی دارد (فتحی و اجارگاہ، ۱۳۸۸: ۹۱-۸۱).

در حال حاضر در بسیاری از نقاط جهان، آموزش سواد رسانه‌ای یا به صورت کتاب‌های درسی اجباری یا اختیاری از سوی دولت یا مؤسسه‌های غیردولتی تدریس می‌شود. پاتر^۱ از پیشگامان سواد رسانه‌ای، استدلال می‌کند افرادی که دارای سواد رسانه‌ای هستند به‌طور خودکار، زمان کمتری را برای پردازش پیام‌های رسانه‌ای صرف می‌کنند (61: 2008). این موضوع، اهمیت دوره‌های آموزش را نشان می‌دهد. امروزه گرایش علمی و دانشگاهی درباره سواد رسانه‌ای با تأکید بر عصر دیجیتال رو به افزایش است. این موضوع همکاری متخصصان رشته‌های مختلف در زمینه آموزش رسانه‌ای، فرهنگ، تعامل انسان با رایانه و مطالعات اجتماعی با تأکید بر فناوری را به نمایش گذاشته است (Tibor, 2011: 224).

اهداف و مفاهیم آموزش سواد رسانه‌ای

سازمان‌های معتبری در سطح بین‌المللی در حوزه آموزش سواد رسانه‌ای فعالیت می‌کنند. یونسکو^۲، هدف آموزش سواد رسانه‌ای را دسترسی به رسانه‌ها به‌عنوان ابزارهای درک جامعه برای مشارکت مردم‌سالار، ارتقای مهارت‌های تحلیل انتقادی پیام‌های رسانه‌ای، ترغیب افراد برای ایجاد متون رسانه‌ای، خلاقیت و تعامل در حوزه‌های مختلف ارتباطات رسانه‌ای و گسترش ارزیابی انتقادی پیام‌ها به‌منظور تقویت فعالانه توانایی‌های افراد و کاربران می‌داند. از نگاه یونسکو، سواد رسانه‌ای بر درک کارکرد رسانه‌ها، ارزیابی و تحلیل

1. Potter. J. W

2. UNESCO

نیازسنجی برنامه آموزش سواد ... ❖ ۸۳

سال پانزدهم، شماره بیست و ششم، تابستان ۱۳۹۳ ❖

کارکردها و چگونگی تعامل عقلانی با رسانه‌ها در جهت خودمدیریتی تأکید دارد (2011: 18). همچنین، سواد رسانه‌ای، نوعی درک متکی بر مهارت است که می‌توان بر اساس آن انواع رسانه‌ها را از یکدیگر تشخیص داد و انواع تولیدات رسانه‌ای را تفکیک و شناسایی کرد (شکرخواه، ۱۳۸۰: ۲۷).

دیدگاه انتقادی نیز به مطالعه در زمینه صاحبان رسانه و اقتصاد رسانه، اصول اخلاقی و سیاسی رسانه‌ها درباره نیروهای شکل‌دهنده محتوای رسانه‌ها می‌پردازد. به عبارتی استفاده از مهارت تفکر انتقادی به گونه‌ای است که مخاطبان بتوانند اطلاعات دریافتی از رسانه‌های مختلف را رمزگشایی کرده و توانایی داوری مستقل خود درباره محتوای رسانه‌ها را ارتقا بخشند.

همچنین تلاش‌هایی برای تعیین اجزای سازنده سواد رسانه‌ای و چگونگی آموزش آن صورت گرفته است. دیوید باکینگهام^۱، همکار یونسکو، از چهار مفهوم کلیدی نام می‌برد که عبارت‌اند از: تولید، زبان، بازنمایی و مخاطب که هم برای طیف وسیعی از رسانه‌های مدرن و هم رسانه‌های قدیمی‌تر به کار می‌رود.

تولید، دربرگیرنده امر شناخت و بازشناسی است که بر مبنای آن متون رسانه‌ای به‌طور آگاهانه ساخته می‌شوند. مطالعه تولید رسانه‌ای به معنای ملاحظه فناوری‌ها، شیوه‌های عمل حرفه‌ای، صنایع رسانه‌ای، ارتباطات بین رسانه‌ها، نظارت و کنترل، گردش و توزیع، دسترسی و مشارکت است.

هر رسانه هم، ترکیبی از زبان‌های خاص خود دارد که در مبادله معنا به کار می‌رود. مطالعه زبان رسانه‌ها، معانی، رمزگان‌ها، دسته‌بندی‌ها، انتخاب‌ها، ترکیب‌ها و فناوری‌ها را شامل می‌شود.

مطالعه بازنمایی‌های رسانه‌ها متضمن ملاحظه واقع‌گرایی، بیان حقیقت، جانب‌داری و عینیت، کلیشه‌های ذهنی، تفسیرها و تأثیرها است.

1. David Buckingham

مطالعه مخاطبان رسانه‌ها شامل بررسی مخاطبان هدف، دریافت، کاربرد و فهم پیام‌ها و تفاوت‌های اجتماعی مخاطبان است (باکینگهام، ۱۳۸۹: ۱۱۸-۱۱۱).

مدارس و آموزش سواد رسانه‌ای

مدارس، از مراکز مهم آموزش سواد رسانه‌ای به‌شمار می‌روند. آنها باید به سواد رسانه‌ای، اهمیت دهند. در قرن بیست و یکم، با توجه به گسترش فناوری‌های ارتباطی و فرهنگ رسانه‌ای، تسلط بر سواد رسانه‌ای و انتقادی، مهم است. ویژگی‌های اصلی طرح‌های آموزش سواد رسانه‌ای، کاوش و اکتشاف فردی، تنوع در موضوع‌های تحت پوشش همراه با مشارکت فعال و مسئولانه رسانه‌ها و مخاطبان است. نگرش‌های دوره آموزشی هم بیشتر، مهارت‌های تولید و استفاده انتقادی از متون رسانه‌ای را آموزش می‌دهند. فرد دارای سواد رسانه‌ای می‌تواند رسانه‌های الکترونیکی و مکتوب را رمزگشایی، تحلیل و ارزیابی کند. همچنین، تحلیل اجزای متون رسانه‌ای می‌تواند در زمینه پیام‌های عقیدتی^۲ رسانه‌ها مفید باشد (Silverblatt, 2009: 63).

نگرش اساسی در آموزش سواد رسانه‌ای باید در نحوه بازنمایی ابزارهای نوین فرهنگی و فعالیت‌های رسانه‌ای و ساختارهای جدید معناسازی، متمرکز شود. این ابزارها، فرصت‌هایی فراهم می‌کنند تا بدانیم: چگونه مردم با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند؟ چگونه دانش از تبادل اطلاعات بین افراد ایجاد می‌شود؟ چگونه مفاهیم، در اثر یادگیری‌های محیطی ضمن تبادل معنا با دیگران، تغییر می‌کنند؟ و اینکه چگونه توانمندی افراد با مهارت‌ها و توانایی‌های متفکرانه و استفاده فعال از ابزارهای مختلف، رابطه دارد؟ (Sirku Kotila & et.al, 2010: 25). فرهنگ رسانه‌ای، نقش مهمی در زندگی امروز بازی می‌کند و باید در برنامه درسی گنجانده شود (Ibid:109). سواد رسانه‌ای می‌تواند در دوره بلوغ [دوره متوسطه] توسعه یابد، توانایی‌های طبیعی شخص را ارتقا دهد، تجارب معنادار فراهم آورد و مهارت‌های فردی را

1. Project
2. Ideologique

نیازسنجی برنامه آموزش سواد ... ❖ ۸۵

فعالانه به کار گیرد. در دوره بلوغ، ظرفیت‌های بیشتری به روی انسان گشوده می‌شود و از دروازه‌های بلوغ‌شناختی عبور می‌کند (Potter, 2008: 64).

پیشینه

با فعالیت سازمان بین‌المللی یونسکو، از دهه ۱۹۶۰م. به بعد، موضوع سواد رسانه‌ای در برخی کشورها مورد توجه قرار گرفت. کانادا اولین کشور در آمریکای شمالی است که سواد رسانه‌ای را در برنامه آموزشی مدارس، الزامی کرد (طلوعی، ۱۳۹۱: ۵۲).

در انگلستان، آموزش سواد رسانه‌ای در ابتدایی، راهنمایی و دبیرستان، بر درک و ارزیابی محتوای رسانه‌ها تأکید دارد. در این کشور، کمیته وزارتی راهبردی آموزش رسانه‌ای، پایه‌گذاری شد و سیاست‌های بنیادی دولت را برای آموزش سواد رسانه‌ای به صورت زمان‌بندی شده اعلام کرد. در استرالیا هم، آموزش سواد رسانه‌ای به عنوان بخشی از مهارت‌های زبان، هنر و آموزش فناوری در دوره عمومی رسمی ارائه شده است. همچنین فعالیت‌های آموزش سواد رسانه‌ای ژاپن در پنج زمینه: دولت، آموزش مدرسه‌ای، رسانه‌های جمعی، سازمان‌های غیردولتی و محققان صورت می‌گیرد (MPT^۱, 2003: 3-4). در آسیا، این کشور زودتر از بقیه به سراغ آموزش سواد رسانه‌ای رفت. ژاپن، سواد رسانه‌ای را برای بررسی انتقادی فراورده‌های رسانه‌ای و نقد و تحلیل واقعیت ایجادشده از سوی رسانه‌ها به کار می‌برد و شامل شش جزء: مهارت کارکردن با رسانه‌ها، درک رسانه، توانایی خواندن، تعبیر و کاربرد رسانه، داشتن درک انتقادی از پیام‌ها، توانایی بیان عقاید از طریق رسانه‌ها، توانایی برقراری ارتباط و تعامل از طریق رسانه‌ها است (نصیری و عقیلی، ۱۳۹۱: ۱۵۳).

در ترکیه برنامه آموزش سواد رسانه‌ای در سال ۲۰۰۴ م. آغاز شد. ابتدا آموزش‌ها در پنج شهر به صورت آزمایشی، به مریبان داده شد و در سال ۲۰۰۷ م. سواد رسانه‌ای به عنوان یک درس اختیاری در ۳۵ هزار مدرسه در ۸۱ شهر ارائه شد. از سال ۲۰۰۷ م. تاکنون

۱. وزارت پست و ارتباطات راه دور ژاپن

وزارت آموزش و پرورش و رادیو و تلویزیون ترکیه، فعالیت‌های زیادی را برای افزایش سواد رسانه‌ای شهروندان خود انجام داده‌اند (Gencel & Binark, 2009: 46).

پژوهش‌هایی نیز به نقش آموزش سواد رسانه‌ای در توانایی تحلیل پیام‌های رسانه‌ای دانش‌آموزان پرداخته‌اند. در پژوهشی هابز و فراست^۱ (۲۰۰۳) دریافتند یکی از مهم‌ترین زمینه‌های بنیادی سواد رسانه‌ای، تأکید بر مهارت و شناخت نیاز دانش‌آموزان در خصوص تشخیص و ارزیابی انتقادی محتوای برخط^۲ است.

نتایج بررسی معلم^۳ (۲۰۰۰)، در ۹۶ مدرسه، با شرکت معلمان سواد رسانه‌ای در آمریکا مشخص کرد: معلمان، آموزش سواد رسانه‌ای را در دبیرستان تا ۹۵ درصد، در راهنمایی تا ۹۴ درصد و در ابتدایی تا ۸۲ درصد مناسب ارزیابی کرده‌اند. به عبارتی آموزش سواد رسانه‌ای در دبیرستان نسبت به سایر مقاطع، مناسب‌تر است.

در تحقیق دان لایتش^۴ (۲۰۰۶) مشخص شد: دانش‌آموزانی که در معرض تبلیغات تجاری تلویزیون قرار می‌گیرند، در برابر اثر تبلیغات، آسیب‌پذیر هستند. این بررسی با ارائه آموزش‌های رسانه‌ای و مقایسه نتایج و عملکرد گروه کنترل نشان داد که آموزش رسانه‌ای می‌تواند تأثیر تبلیغات را تعدیل و کم کند و به دانش‌آموزان، کمک کند تا مصرف‌کننده آگاه و منتقدی در برخورد با رسانه‌ها باشند.

همچنین، در نتایج تحقیق تقی‌زاده (۱۳۹۰) آمده است: سواد رسانه‌ای دانش‌آموزان مقطع متوسطه شهر کرمان در حد متوسط است و شناخت چندانی از مالکیت، اصول و زبان رسانه‌ها ندارند و بیشتر، از تلویزیون، اینترنت و بازی‌های رایانه‌ای و در حد کمتری، از رادیو و روزنامه استفاده می‌کنند.

نصیری (۱۳۹۱) هم در رساله دکتری خود به این نتیجه رسیده که یکی از راه‌های

1. Hobbs, Renee & Richard Frost

2. Online

3. Teacher Survey

4. Laitsch Dan

نیازسنجی برنامه آموزش سواد ... ❖ ۸۷

کاهش اثر مخرب رسانه‌ها، آموزش سواد رسانه‌ای و تقویت آن است که کشورهایی همچون کانادا و ژاپن سال‌هاست در این زمینه پژوهش و برنامه‌ریزی کرده‌اند.

سؤال‌ها

برای بررسی موضوع از نگاه متخصصان و برنامه‌ریزان داخلی، سؤال‌های «بحث‌های مهم در جنبش سواد رسانه‌ای» (Hosbb, 1998:17). بررسی شد. پس از ترجمه و بررسی تناسب و روایی آنها، با نظر تعدادی از استادان علوم ارتباطات و برنامه‌ریزی درسی، سؤال‌های اصلی زیر متناسب با اهداف و نگاه بومی، طراحی شد:

۱. ضرورت و اهمیت ورود آموزش سواد رسانه‌ای به مدارس ایران چیست؟
۲. اهداف دوره آموزش سواد رسانه‌ای در مدارس چیست؟
۳. در تدوین محتوای دوره آموزش سواد رسانه‌ای در کشور، چه عوامل و مباحثی در نظر گرفته شود؟
۴. روش‌های اجرای آموزش سواد رسانه‌ای چگونه باشد؟
۵. آموزش سواد رسانه‌ای، ابتدا از چه مقطع و پایه تحصیلی آغاز و با کمک چه شیوه‌هایی تدریس شود؟
۶. روش‌های ارزشیابی آموزش سواد رسانه‌ای چگونه باشد؟
۷. محدودیت‌های ورود آموزش سواد رسانه‌ای به مدارس کشور کدامند؟

روش

برنامه درسی آموزش سواد رسانه‌ای در مدارس کشور، هنوز تدوین نشده و نگارندگان تلاش کرده‌اند جهت‌گیری‌های کلی این برنامه را مشخص کنند. در این نوشتار برای نیازسنجی آموزش سواد رسانه‌ای در مدارس، از روش مطالعه کتابخانه‌ای، اسنادی و دلفی استفاده شد. در بخش نیازسنجی، در مجموع و به تدریج ۴۷ نفر به صورت هدفمند انتخاب شدند. این افراد شامل استادان و پژوهشگران علوم ارتباطات و سواد رسانه‌ای در دانشگاه‌ها و مراکز

پژوهشی، استادان و متخصصان برنامه‌ریزی درسی و فناوری آموزشی (آشنا با موضوع) و افراد شاغل در مؤسسه‌های سیاست‌گذاری و حوزه ستادی وزارت آموزش و پرورش، وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، سازمان پژوهش و برنامه‌ریزی درسی و مدارس بودند. البته تا پایان مراحل تحقیق، همکاری این افراد به ۴۲ نفر کاهش یافت.

در فرایند برنامه‌ریزی درسی به‌خصوص هنگامی که بررسی نظرها و پیشنهادهای افراد مطلع و آگاه در خصوص اهداف و آنچه باید در مدارس تدوین شود از ضرورت و اهمیت برخوردار باشد، فن دلفی^۱ کاربرد زیادی دارد. در این فن ابتدا افراد صاحب‌نظر یا کسانی که باید از آنها نظرخواهی شود، شناسایی می‌شوند و سپس از آنها خواسته می‌شود نظر خود را در مورد اهداف و نیازها بیان کنند. پس از جمع‌آوری نظرها، تمام مواردی که به‌عنوان هدف یا نیاز توسط افراد مختلف بیان شده‌اند با هم ترکیب شده و فهرست واحدی از آنها استخراج می‌شود و مجدداً به جامعه مورد نظر داده می‌شود تا آنرا اولویت‌بندی کنند. سپس، اولویت‌بندی‌ها را جمع‌آوری و میانگین آنها را استخراج می‌کنند و دوباره به جامعه مورد نظر ارسال می‌دارند تا نظر خود را در مورد اولویت‌های اهداف و نیازها بیان کنند. این فرایند تا آنجا ادامه می‌یابد تا توافق کامل به‌دست آید (فتیحی و اجارگاه، ۱۳۸۸: ۹۶).

برای جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز، از ابزار پرسش‌نامه در چهار مرحله استفاده شد که در بخش یافته‌ها به‌طور کامل توضیح ارائه می‌شود. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات نیز آماره‌های توصیفی میانگین و انحراف معیار با استفاده از نرم‌افزار Spss محاسبه شدند.

یافته‌ها

در این قسمت، یافته‌ها بر اساس مراحل کار انجام‌شده ارائه می‌شود. در ضمن در ادامه جداول مراحل دو تا چهار به‌صورت ادغام‌شده آمده است.

مرحله اول دلفی: تحلیل پاسخ‌های پرسش‌نامه اول

در مرحله اول، پرسش‌نامه‌ای باز در رابطه با موضوع با هفت سؤال اصلی در اختیار

متخصصان قرار گرفت. پس از دریافت پاسخ‌ها و بررسی دیدگاه متخصصان، گویه‌های پیشنهادی مشابه یا نزدیک، در یکدیگر ادغام شدند.

مرحله دوم دلفی: سطح توافق با اولویت‌بندی گویه‌ها از دیدگاه متخصصان

پس از جمع‌آوری پرسش‌نامه مرحله اول، پاسخ‌ها دسته‌بندی و مبنای تنظیم پرسش‌نامه دوم قرار گرفت. این پرسش‌نامه به صورت بسته پاسخ در قالب ۷۰ گویه برای اولویت‌بندی و تعیین میزان موافقت هر یک از متخصصان با مقوله مورد نظر با استفاده از طیف لیکرت (کاملاً مخالفم=۱، مخالفم=۲، نظری ندارم=۳، موافقم=۴، کاملاً موافقم=۵) در اختیار آنها قرار گرفت. این گویه‌ها بر اساس سؤال‌ها، در هفت بخش تنظیم شدند.

مرحله سوم دلفی: سطح توافق با استانداردهای شناسایی شده از دیدگاه متخصصان

در این مرحله، گویه‌های حاصل از پرسش‌نامه دوم در قالب پرسش‌نامه‌ای در اختیار متخصصان قرار گرفت و میزان موافقت آنها با استفاده از طیف لیکرت (خیلی کم=۱، کم=۲، متوسط (تاحدودی)=۳، زیاد=۴، خیلی زیاد=۵) با اولویت‌های مشخص شده در هر بخش تعیین شد. هدف این پرسش‌نامه، رسیدن به توافق بود. شایان ذکر است بر اساس نتایج مرحله دوم، مواردی مانند استفاده معلم از دستیار، توجه به مسائل هرزه‌نگاری و استفاده از زنان در تبلیغات و رسانه‌ها با اهداف خاص و آموزش طراحی وبسایت به دلیل مخالفت زیاد، (میانگین کمتر از ۲/۵) حذف شدند و در نهایت ۶۷ گویه تثبیت شد.

مرحله چهارم دلفی: سطح توافق با استانداردهای مشخص شده (دستیابی به توافق)

مرحله چهارم برای رسیدن به توافق در مورد گویه‌های استخراج شده بود. پرسش‌نامه چهارم که حاوی گویه‌های تعدیل شده در پرسش‌نامه سوم است، در اختیار متخصصان قرار گرفت و از آنان خواسته شد تا موافقت یا مخالفت خود را با هر یک از گویه‌ها نشان دهند (موافقت بالاتر، گویه را در اولویت بالاتر قرار می‌دهد) تا در نهایت بتوان به توافق رسید. نتایج در جداول (۱) تا (۷) درج شده است.

جدول ۱. ضرورت‌های اجرای دوره آموزش سواد رسانه‌ای در مدارس از دید صاحب‌نظران

ردیف	مقوله مورد نظر	میانگین (از ۵)	انحراف معیار	درصد موافقت	درصد مخالفت
۱	بومی‌سازی آموزش سواد رسانه‌ای در کشور و تحقق اهداف سند تحول بنیادین آموزش و پرورش در بخش سواد رسانه‌ای	۴/۰۲	۱/۰۵	۹۳	۷
۲	گسترش ارتباطات مجازی، چالش‌ها، مخاطره‌ها و فرصت‌های فضای مجازی، زندگی دوم و لزوم پویایی فرهنگی دانش‌آموزان	۳/۶۷	۱/۲۰	۸۱	۱۹
۳	نقش رسانه‌ها در تربیت نسلی آگاه و شهروندان کنشگر و پویا	۳/۵۵	۱/۲۵	۸۸	۱۲
۴	هوشیارسازی درونی، تقویت تفکر انتقادی در دانش‌آموزان و استفاده منطقی و برنامه‌ریزی‌شده از رسانه‌ها	۳/۴۸	۱/۱۹	۷۵	۲۵
۵	تأثیر رسانه‌ها بر باورها، ارزش‌ها، فرهنگ، مشارکت سیاسی و اجتماعی و سبک زندگی	۳/۱۴	۱/۴۶	۷۲	۲۸
۶	هوشمندسازی مدارس و نیاز به توانمندسازی دانش‌آموزان در استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات	۲/۶۹	۱/۴۱	۶۵	۳۵

بر اساس اطلاعات جدول (۱) مهم‌ترین ضرورت ورود آموزش سواد رسانه‌ای به مدارس با میانگین ۴/۰۲ و ۹۳ درصد موافقت صاحب‌نظران، بومی‌سازی آن و تحقق اهداف سند تحول بنیادین آموزش و پرورش در زمینه سواد رسانه‌ای است. همچنین گسترش ارتباطات مجازی و چالش‌ها و فرصت‌های ناشی از آن در اولویت بعدی قرار دارد و به نقش رسانه‌ها، تقویت تفکر انتقادی، لزوم استفاده برنامه‌ریزی‌شده از رسانه‌ها و هوشمندسازی مدارس نیز توجه شده است.

جدول ۲. اهداف دوره آموزش سواد رسانه‌ای در مدارس

ردیف	مقوله مورد نظر	میانگین	انحراف معیار	درصد موافقت	درصد مخالفت
۱	با آموزش‌های سواد رسانه‌ای، در فضای رسانه‌ای امروز، هویت ایرانی - اسلامی دانش‌آموزان تقویت می‌شود.	۴/۱۰	۱/۰۱	۹۰	۱۰

ادامه جدول ۲. اهداف دوره آموزش سواد رسانه‌ای در مدارس

ردیف	مقوله مورد نظر	میانگین	انحراف معیار	درصد موافقت	درصد مخالفت
۲	دانش آموزان از رسانه‌های مختلف، هوشمندانه استفاده کنند و به خودمدیریتی خردمندانه در استفاده دست یابند.	۴/۰۷	۱/۱۴	۹۰	۱۰
۳	پرسشگری نقادانه و استقلال فردی دانش آموزان تقویت شود.	۴/۰۵	۱/۱۰	۸۸	۱۲
۴	توانایی پردازش پیام‌های رسانه‌ای در دانش آموزان ارتقا یابد.	۳/۹۵	۰/۹۴	۸۵	۱۵
۵	دانش آموزان درک عمیق‌تری از نقش رسانه‌ها در زندگی خود، دوستان و خانواده‌شان پیدا کنند.	۳/۹۳	۱/۰۵	۸۱	۱۹
۶	دانش آموزان با تفکر و نگاه انتقادی، محتوای رسانه‌ها را تحلیل کنند.	۳/۸۳	۱/۲۳	۸۱	۱۹
۷	دانش آموزان شیوه‌های اقناع را که در متون رسانه‌ای به کار می‌رود تشخیص داده و ارزیابی کنند.	۳/۶۹	۱/۰۵	۸۱	۱۹
۸	دانش آموزان انواع رسانه‌های چاپی و الکترونیک تاریخچه مختصری از آنها را بدانند.	۳/۴۸	۱/۱۵	۷۶	۲۴
۹	دانش آموزان، با چگونگی جستجوی منابع مناسب و معتبر در فضای مجازی و کتابخانه‌ها آشنا شوند و مالکیت معنوی را رعایت کنند.	۳/۴۵	۱/۲۵	۷۶	۲۴
۱۰	دانش آموزان پیام‌های آشکار و پنهان، نمادها، نشانه‌ها و فنون مختلف در متون رسانه‌ای را تشخیص دهند.	۳/۴۳	۱/۳۱	۷۵	۲۵
۱۱	دانش آموزان، به مالکیت، تولیدکنندگان، نویسندگان و آفرینندگان محتوای رسانه‌ها توجه و رابطه آنها با مخاطبان و محتوا را تحلیل کنند.	۳/۴۰	۱/۳۵	۷۲	۲۸
۱۲	دانش آموزان، با امکانات، ویژگی‌ها و چالش‌های فضای مجازی و کانال‌های تلویزیون ماهواره‌ای آشنا شوند و در مصرف رسانه‌ای به آنها توجه کنند.	۳/۳۸	۱/۳۴	۶۸	۳۲
۱۳	دانش آموزان با تولید محتوای مفید در رسانه‌ها، به‌ویژه اینترنت، تعامل فعالانه خود را با رسانه‌ها افزایش دهند.	۳/۳۸	۱/۳۴	۶۶	۳۴
۱۴	دانش آموزان به سمت شهروندان فعال و آگاه گام بردارند.	۳/۳۳	۱/۳۶	۶۶	۳۴
۱۵	دانش آموزان، ارتباطات اجتماعی بهتری با دیگران برقرار کنند.	۳/۲۹	۱/۲۷	۶۶	۳۴

ادامه جدول ۲. اهداف دوره آموزش سواد رسانه‌ای در مدارس

ردیف	مقوله مورد نظر	میانگین	انحراف معیار	درصد موافقت	درصد مخالفت
۱۶	دانش‌آموزان با تحلیل گفتمان رسانه‌ها، لایه‌های نهفته پیام‌های رسانه‌ای را تشخیص دهند.	۳/۲۴	۱/۴۳	۶۳	۳۷
۱۷	دانش‌آموزان آگاهی بیشتری از رسانه‌های مختلف کسب کنند و نقش فعال و منتقدانه‌تری در جامعه اطلاعاتی و فرایند جهانی شدن، ایفا کنند.	۳/۰۵	۱/۵۰	۶۳	۲۷
۱۸	دانش‌آموزان، به مفاهیم سواد رسانه‌ای آگاهی داشته باشند.	۲/۹۸	۱/۴۱	۶۰	۴۰

یافته‌های جدول (۲) حاکی از آن است که تقویت هویت ایرانی - اسلامی در فضای رسانه‌ای شده کنونی، باید هدف اصلی آموزش سواد رسانه‌ای باشد. در هدف دوم به استفاده هوشمندانه و خردمندانه اشاره شده است. اطلاعات جدول نشان می‌دهد که صاحب‌نظران، در کنار هدف‌گذاری‌های فرهنگی و تربیتی، بر ارتقای مهارت‌های مختلف کار با رسانه‌ها، ارزیابی و تحلیل نقادانه پیام‌ها و فعالیت‌های اجتماعی و شهروندی نیز تأکید کرده‌اند.

جدول ۳. محتوای مناسب دوره آموزش سواد رسانه‌ای در مدارس

ردیف	مقوله مورد نظر	میانگین (از ۵)	انحراف معیار	درصد موافقت	درصد مخالفت
۱	شناخت پایگاه‌های اینترنتی، بخش‌ها، امکانات و ویژگی‌ها	۴/۳۸	۰/۸۸	۸۸	۱۲
۲	شناخت ویژگی‌های رادیو، تلویزیون، فیلم‌ها همراه با تاریخچه	۴/۰۷	۱/۱۶	۸۸	۱۲
۳	شناخت بازی‌های رایانه‌ای، ویژگی‌ها، مزایا و معایب	۴/۰۰	۱/۰۴	۸۷	۱۳
۴	آشنایی با شیوه‌های اقناع مخاطب در گونه‌های مختلف رسانه‌ای	۳/۹۸	۱/۰۷	۸۵	۱۵
۵	شناخت ویژگی‌های روزنامه‌ها و مجله‌ها همراه با تاریخچه	۳/۹۰	۱/۱۲	۸۴	۱۶
۶	شناسایی محتوای سالم و ناسالم رسانه‌ای در ابعاد مختلف	۳/۶۷	۱/۴۶	۸۴	۱۶
۷	چالش‌ها و مخاطره‌های حضور در فضای مجازی	۳/۶۲	۱/۳۱	۸۱	۱۹
۸	آشنایی با اخبار و تبلیغات سیاسی	۳/۵۲	۱/۴۰	۷۹	۲۱
۹	استفاده مناسب از فناوری‌های نوین ارتباطی، مدیریت جستجوهای اینترنتی و منابع کتابخانه‌ای، مدیریت زمان و برنامه‌ریزی	۳/۵۰	۱/۳۸	۷۹	۲۱

ادامه جدول ۳. محتوای مناسب دوره آموزش سواد رسانه‌ای در مدارس

ردیف	مقوله مورد نظر	میانگین (از ۵)	انحراف معیار	درصد موافقت	درصد مخالفت
۱۰	آشنایی با اصول، قواعد و زبان رسانه‌های مختلف	۳/۷۴	۱/۲۱	۷۶	۲۴
۱۱	سواد بصری، هنری و زیباییشناسی در بررسی نمادها و نشانه‌ها	۳/۲۶	۱/۴۲	۷۶	۲۴
۱۲	بررسی مالکیت رسانه‌ها و ارتباط آن با محتوا و مخاطبان	۳/۲۱	۱/۱۲	۷۵	۲۵
۱۳	نقد فیلم، پویانمایی، بازی رایانه‌ای و کتاب	۳/۱۷	۱/۳۸	۷۲	۲۸
۱۴	تبلیغات تجاری، فنون و ویژگی‌ها	۳/۰۷	۱/۳۰	۶۸	۳۲
۱۵	آشنایی با نقش حامیان رسانه‌های مختلف	۲/۹۵	۱/۳۴	۶۸	۳۲
۱۶	تولید محتوای رسانه‌ای مانند پوستر، فیلم کوتاه، بروشور، وبلاگ	۲/۸۶	۱/۱۸	۶۶	۳۴
۱۷	کاوش در محیط زندگی، اجتماع، گروه همسالان و بررسی نقش رسانه‌ها	۲/۶۴	۱/۴۶	۶۶	۳۴
۱۸	آشنایی با مفهوم بازتابی، تفکرهای قالبی و پیام‌های پنهان و آشکار در رسانه‌ها	۲/۸۱	۱/۳۸	۶۲	۳۸

یافته‌های ارائه‌شده در جدول (۳) در خصوص محتوای برنامه درسی آموزش سواد رسانه‌ای نشان می‌دهد که به انواع رسانه‌ها توجه شده است؛ اما شناخت پایگاه‌های اینترنتی و ویژگی‌های آنها در اولویت قرار دارد. همچنین محتوای آموزش رسانه‌ای باید به جنبه‌های مختلف در بُعد شناخت انواع رسانه‌ها در کنار ارزیابی و تحلیل متون رسانه‌ای، تولید متن رسانه‌ای، ارتباط با رسانه‌ها و تفکر انتقادی نسبت به رسانه و محتوای آنها توجه کند. در محتوای معرفی شده، هم به ابزار رسانه‌ای، به متون رسانه‌ای و ارتباط با رسانه‌ها و به عبارت دیگر به هدف، قالب، محتوا، مخاطب و تولید رسانه‌ای توجه شده است. ذکر این توضیح ضروری است که این محتوا، متناسب با پایه تحصیلی دانش‌آموزان تنظیم می‌شود. با توجه به اینکه، از نظر صاحب‌نظران، اجرای آزمایشی دوره آموزش سواد رسانه‌ای در دوره متوسطه اولویت دارد (جدول ۴) محتوای پیشنهادی آنها نیز، با تأکید بر این مقطع، ارائه شده است.

جدول ۴. روش‌های اجرای دوره آموزش سواد رسانه‌ای در مدارس

ردیف	مقوله مورد نظر	میانگین (از ۵)	انحراف معیار	درصد موافقت	درصد مخالفت
۱	آموزش سواد رسانه‌ای ابتدا به صورت آزمایشی اجرا شود.	۴/۴۸	۰/۷۷	۹۱	۹
۲	اجرا و محتوا با اهداف سند تحول بنیادین در آموزش و پرورش و سند برنامه درسی ملی همخوانی داشته باشد.	۴/۳۱	۰/۷۲	۸۸	۱۲
۳	آموزش سواد رسانه‌ای در دوره متوسطه به صورت درس مستقل، تدوین و اجرا شود.	۳/۵۷	۱/۱۵	۸۴	۱۶
۴	آموزش سواد رسانه‌ای در دوره ابتدایی به صورت تلفیق شده با دروس دیگر، به ویژه کار و فناوری تدریس شود.	۳/۴۵	۱/۲۷	۸۴	۱۶
۵	اولویت اجرای دوره آموزش سواد رسانه‌ای، در سال اول متوسطه است.	۳/۳۶	۱/۳۲	۷۵	۲۵
۶	در دوره متوسطه، محتوای دوره آموزش سواد رسانه‌ای، به صورت کتاب کار و همراه با تمرین ارائه شود.	۳/۱۴	۱/۳۵	۷۲	۲۸

بر پایه اطلاعات ارائه شده در جدول (۴) اجرای آزمایشی برنامه درسی آموزش سواد رسانه‌ای در اولویت اول قرار دارد و در این زمینه باید به همخوانی برنامه درسی آن با اسناد بالادستی آموزش و پرورش از جمله سند تحول بنیادین و برنامه درسی ملی توجه داشت. صاحب نظران، اجرای برنامه درسی در دوره ابتدایی را به صورت تلفیق شده با دروس دیگر پیشنهاد کرده‌اند. ضمن آنکه معتقدند در دوره متوسطه بهتر است آموزش سواد رسانه‌ای در اولویت اجرا باشد و در قالب یک کتاب درسی جداگانه ارائه شود. ذکر این نکته ضروری است که بر پایه مصاحبه اولیه در خصوص سؤال‌های بازپاسخ، اولویت اجرای آموزش سواد رسانه‌ای به صورت آزمایشی در سال اول متوسطه کنونی مورد تأکید قرار گرفت. صاحب نظران به طور کل و به ویژه در سازمان پژوهش و برنامه‌ریزی درسی، امکان برنامه‌ریزی آزادانه‌تر در این پایه تحصیلی و عمومی بودن سال اول متوسطه (به دلیل اینکه هنوز انتخاب رشته تحصیلی صورت نگرفته است) را فرصت مناسبی برای اجرای آزمایشی آموزش دانستند.

نیازسنجی برنامه آموزش سواد ... ❖ ۹۵

سال پانزدهم، شماره بیست و هشتم، تابستان ۱۳۹۳ ❖

جدول ۵. روش‌های ارائه و تدریس محتوای آموزش سواد رسانه‌ای در مدارس

ردیف	مقوله مورد نظر	میانگین (از ۵)	انحراف معیار	درصد موافقت	درصد مخالفت
۱	از روش‌های مختلف تدریس به صورت تلفیقی استفاده شود.	۴/۵۰	۰/۷۷	۹۳	۷
۲	معلم در تدریس، نقش تسهیل‌گری و هدایت‌گری داشته باشد.	۳/۸۶	۱/۱۰	۸۵	۱۵
۳	تفکر انتقادی و پژوهش، مرکز اصلی فرایند تدریس باشد.	۳/۶۴	۱/۲۷	۸۲	۱۸
۴	مباحث و سؤال‌ها متناسب با شرایط سنی، تحصیلی و فرهنگی طرح شود.	۳/۵۵	۱/۱۹	۸۲	۱۸
۵	معلم در ابتدای هر جلسه، به بیان مقدمه، اهداف و تعاریف لازم پرداخته و آماده‌سازی لازم را در دانش‌آموزان ایجاد کند.	۳/۵۲	۱/۱۱	۸۲	۱۸
۶	انجام فعالیت‌های عملی و واحد کار (پروژه) برای دانش‌آموزان به صورت فردی یا گروهی در نظر گرفته شود.	۳/۴۰	۱/۴۷	۷۶	۲۴
۷	برای جذابیت محتوا و علاقه‌مندی بیشتر، متون رسانه‌ای مطابق با مصرف رسانه‌ای و علائق دانش‌آموزان انتخاب شوند.	۳/۳۸	۱/۲۳	۷۶	۲۴
۸	امکان طرح دیدگاه‌های دانش‌آموزان، با روش بارش فکری فراهم شود.	۳/۳۳	۱/۱۶	۷۲	۲۸
۹	از فناوری‌های نوین در تدریس استفاده شود.	۳/۲۴	۱/۲۸	۷۲	۲۸
۱۰	معلم در هدایت مباحث و نتیجه‌گیری از فعالیت‌های دانش‌آموزان، موضوع را با پشتوانه تحقیقات جدید در آن موضوع، جمع‌بندی کند.	۳/۱۷	۱/۴۵	۷۲	۲۸
۱۱	در تدریس، به تقویت زبان فارسی توجه شود.	۳/۰۷	۱/۳۱	۶۹	۳۱
۱۲	به ارتباط محتوا با مطالب سایر کتاب‌های درسی در همان پایه تحصیلی و پایه‌های قبلی و بعدی توجه شود.	۲/۹۸	۱/۴۴	۶۹	۳۱

اطلاعات مندرج در جدول (۵) نشان می‌دهد از نگاه صاحب‌نظران، در آموزش سواد رسانه‌ای باید از روش‌های مختلف به صورت تلفیقی استفاده شود و معلم نقش تسهیل‌گر و هدایت‌گر داشته باشد. توجه به تفکر انتقادی، فعالیت‌های پژوهشی و مصرف رسانه‌ای دانش‌آموزان حاکی از آن است که آموزش سواد رسانه‌ای به سمت تقویت قدرت استدلال فردی و خوداتکایی گرایش دارد.

جدول ۶. روش‌های ارزشیابی دوره آموزش سواد رسانه‌ای در مدارس

ردیف	مقوله مورد نظر	میانگین (از ۵)	انحراف معیار	درصد موافقت	درصد مخالفت
۱	ارزشیابی مستمر با توجه به فعالیت‌ها به شکل توصیفی انجام شود.	۴/۱۰	۰/۹۴	۸۷	۱۳
۲	ارزشیابی پایانی بر اساس تولید محتوای رسانه‌ای و انجام واحد کار (پروژه) به شکل توصیفی انجام شود.	۳/۵۰	۱/۲۵	۸۱	۱۹

یافته‌های جدول (۶) آشکار می‌سازد صاحب‌نظران، ارزشیابی توصیفی را هم در بخش مستمر (در طول سال تحصیلی) و هم در بخش پایانی پیشنهاد کرده‌اند. این رویه بر مشارکت دانش‌آموزان در کلاس درس و تعامل معلم و دانش‌آموزان با یکدیگر تأکید دارد.

جدول ۷. محدودیت‌های اجرای دوره آموزش سواد رسانه‌ای در مدارس

ردیف	مقوله مورد نظر	میانگین (از ۵)	انحراف معیار	درصد موافقت	درصد مخالفت
۱	آموزش سواد رسانه‌ای در مدارس هنوز به رسمیت شناخته نشده است.	۳/۸۱	۱/۱۸	۸۸	۱۲
۲	شرایط و امکانات مدارس در نقاط مختلف کشور متفاوت است.	۳/۶۷	۱/۰۳	۸۷	۱۳
۳	معلم آموزش دیده در حوزه سواد رسانه‌ای به اندازه کافی وجود ندارد.	۳/۵۲	۱/۵۲	۸۱	۱۹
۴	تدوین محتوای مناسب به یک تیم حرفه‌ای نیاز دارد.	۳/۲۹	۱/۴۴	۸۱	۱۹
۵	توانایی‌های دانش‌آموزان در استفاده از رسانه‌های نوین، متفاوت است.	۲/۹۰	۱/۳۴	۷۲	۲۸

اطلاعات جدول (۷) نشان‌دهنده وجود پنج محدودیت مهم برای ورود و اجرای آموزش‌های سواد رسانه‌ای در مدارس است که به رسمیت نشناختن آموزش سواد رسانه‌ای در مدارس از همه مهم‌تر است.

بحث و نتیجه‌گیری

نسبت به گذشته، واقعیت و نیت آموزشی به‌طور قابل ملاحظه‌ای تغییر کرده و همچنان در حال تحول است. یکی از این تحولات را می‌توان در فراگیر شدن رسانه‌ها در نظر گرفت که دیگر با یک گروه همگن یادگیرنده از طبقه متوسط مواجه نیستیم بلکه با انبوهی از دانش‌آموزان و دانشجویان متعلق به فرهنگ‌های غنی، با ارزش‌ها، زبان و انتظارات گوناگون روبرو هستیم (کافمن و هرمن، ۱۳۹۱: ۲۳). همچنین، اینترنت، بزرگ‌ترین تحول را در رسانه‌ها به‌وجود آورد. تحولی که مردم را قادر به پذیرش و کار با برنامه‌های کاربردی اینترنت مانند رایانامه، پیام‌های فوری، گفتگوی اینترنتی و کتابخانه‌های الکترونیک و مجازی کرد (Hoechsman & et.al, 2012: 4).

اینک با فراگیر شدن رسانه‌های نوین، در سطح جهان، شاهد ارتباطات پیچیده و حذف فاصله‌ها هستیم. در این فضا، مربی احساس می‌کند که دانش‌آموز در اختیار او نیست. این ویژگی دوران ارتباطات است که به‌شدت در حال گسترش است و ما خواه‌ناخواه، در معرض آن قرار داریم. آموزش سواد رسانه‌ای نوعی مصونیت‌بخشی درونی ایجاد می‌کند. هنگامی که ذهن فرد، انتخاب و امتناع را آموخته و معیارها را به‌دست آورده باشد، سالم‌تر می‌ماند و قرنطینه هم لازم نیست (باقری، ۱۳۸۰: ۲۰-۱۷).

به این ترتیب می‌توان گفت سواد رسانه‌ای به جزئی از سواد همگانی بدل شده و نتایج بررسی، با آشکارسازی اهمیت سواد رسانه‌ای از نگاه صاحب‌نظران، ورود آموزش‌های لازم را به مدارس مورد تأکید قرار می‌دهد.

پژوهش‌ها (UNESCO, 2011 و نصیری، ۱۳۹۱) نشان می‌دهد کشورهای دیگر، آموزش سواد رسانه‌ای را در مدارس آغاز کرده‌اند؛ اما در کشور ما تاکنون در این خصوص فعالیت عملی صورت نگرفته است. در این شرایط، ورود آموزش‌های سواد رسانه‌ای به مدارس ضروری است. در این راه، با توجه به نقش کلیدی نهاد آموزش و پرورش، لازم است با نیازسنجی و برنامه‌ریزی به سمت ارائه آموزش‌های مورد نیاز حرکت و تغییرهای

مطلوب را برای آینده ایجاد کنیم.

در بخش اهداف آموزش سواد رسانه‌ای، از دید صاحب‌نظران، تقویت هویت ایرانی - اسلامی، مدیریت هوشمندانه در استفاده از رسانه‌ها، پرسشگری نقادانه و استقلال فردی، توانایی پردازش پیام‌های رسانه‌ای و تحلیل انتقادی محتوای رسانه‌ها از اولویت‌های بالاتری برخوردار هستند که با مبانی مورد نظر یونسکو (۲۰۱۱)، سیاست‌های آموزش سواد رسانه‌ای در ژاپن به‌عنوان یک کشور آسیایی و مطالعات پاتر (۲۰۰۸) مشابه است. مقایسه اهداف با تحقیقات پیشین آشکار می‌سازد که بسیاری از آموزش‌های سواد رسانه‌ای در کشورهای مختلف، تشابه زیادی به هم دارند.

همچنین در بخش ضرورت‌های ورود آموزش سواد رسانه‌ای به مدارس، بومی‌سازی سواد رسانه‌ای، هوشیارسازی درونی، تقویت تفکر انتقادی و اهمیت نقش رسانه در تربیت نسلی آگاه و شهروندانی کنشگر مطرح شده است که با مطالعات کونیومی (۲۰۰۲) در ژاپن و نصیری و عقیلی (۱۳۹۱) و سند تحول راهبردی نظام تربیت رسمی و عمومی کشور (۱۳۸۹) همخوانی دارد.

محتوای آموزش سواد رسانه‌ای، در ۱۸ مقوله پیشنهاد شد که شناخت پایگاه‌های اینترنتی و ویژگی‌های رسانه‌ای صوتی و تصویری در کنار بررسی ابعاد بازی‌های رایانه‌ای در اولویت قرار گرفته است. اهمیت این موارد، نشان‌دهنده میزان استفاده بیشتر دانش‌آموزان از رسانه‌های یادشده است که با نتایج تحقیقات تقی‌زاده (۱۳۹۰)، هابز و فراست (۲۰۰۳) هماهنگی دارد و نشان می‌دهد در محتوای آموزش سواد رسانه توجه به مصرف رسانه‌ای اهمیت دارد. از سویی سایر محتوای پیشنهادشده نیز مانند آشنایی با مفهوم بازنمایی، تفکرهای قالبی و پیام‌های آشکار و نهان با سند تحول بنیادین (۱۳۹۰) و شکرخواه (۱۳۸۰) همخوانی دارد.

نتایج بررسی حاضر نشان می‌دهد صاحب‌نظران، اولویت ورود آموزش سواد رسانه‌ای و اجرای آزمایشی در دوره متوسطه را مورد تأکید قرار داده‌اند که با بررسی معلم (۲۰۰۰) در

آمریکا و پاتر (۲۰۰۸) مطابقت دارد. تأکید بر استفاده از روش تلفیقی برای تدریس، تناسب محتوا با شرایط سنی و تحصیلی، ارتباط محتوا با سایر دروس در همان پایه تحصیلی و پایه‌های قبل و بعد در سند تحول بنیادین (۱۳۹۰) نیز مورد توجه قرار گرفته است. همچنین نقش تسهیل‌گری و هدایت‌گری معلم علاوه بر مطابقت با سند یادشده با توصیه‌های یونسکو (۲۰۱۱) تطابق دارد.

برای ارزشیابی دانش‌آموزان در مدارس، ارزشیابی توصیفی پیشنهاد شده که با روش‌های جدید ارزشیابی در مدارس و سند تحول بنیادین (۱۳۹۰) هماهنگ است. البته محدودیت‌های ورود آموزش‌های سواد رسانه‌ای به مدارس را نباید از نظر دور داشت که از مهم‌ترین آنها به رسمیت نشناختن این آموزش‌ها در مدارس، متفاوت بودن امکانات و شرایط مدارس و توانمندی‌های دانش‌آموزان در نقاط مختلف است.

سواد رسانه‌ای با فواید زیادی برای دانش‌آموزان همراه است و کمک می‌کند آنها به توانمندی‌های پردازش پیام‌های رسانه‌ای در ابعاد مختلف دست یابند و با ارتقای پرسشگری نقادانه و توانمندی‌های درونی، فعالانه، بخردانه، اخلاق‌مدار و هوشمندانه، از رسانه‌ها استفاده کنند. در ادامه، برنامه آموزش سواد رسانه‌ای بر مبنای نتایج بررسی و مبانی نظری، ارائه شده است:

۱. جهت‌دهی ارزشی: حفظ و تقویت فرهنگ و هویت ایرانی - اسلامی؛
۲. اهداف و ضرورت‌ها: بومی‌سازی آموزش سواد رسانه‌ای و تحقق اهداف سند تحول بنیادین آموزش و پرورش در بخش سواد رسانه‌ای، مدیریت هوشمندانه و خردمندانه در استفاده از رسانه‌ها، ارتقای توانایی‌های پردازش پیام‌های رسانه‌ای، تقویت قدرت پرسشگری نقادانه و استقلال فردی، داشتن درک عمیق‌تر از نقش رسانه‌ها در زندگی، بهبود ارتباطات اجتماعی، آگاهی از مفاهیم سواد رسانه‌ای و نقش فعال در جامعه اطلاعاتی؛
۳. محتوا (با تأکید بر دوره متوسطه): شناخت پایگاه‌های اینترنتی، بخش‌ها، امکانات و ویژگی‌ها، شناخت ویژگی‌های رادیو، تلویزیون، فیلم، روزنامه، مجله همراه با تاریخچه،

شناخت بازی‌های رایانه‌ای، ویژگی‌ها، مزایا و معایب، آشنایی با شیوه‌های اقناع مخاطب، شناسایی محتوای سالم و ناسالم رسانه‌ای، آشنایی با چالش‌ها و مخاطره‌های حضور در فضای مجازی، شناخت اخبار و تبلیغات تجاری و سیاسی، استفاده مناسب از فناوری‌های نوین ارتباطی، مدیریت جستجوهای اینترنتی و منابع کتابخانه‌ای، آشنایی با اصول، قواعد و زبان رسانه‌ها، سواد بصری، هنری و زیباییشناسی در بررسی نمادها و نشانه‌ها، بررسی مالکیت رسانه‌ها و ارتباط آن با محتوا و مخاطبان، نقد متون رسانه‌ای، آشنایی با نقش حامیان رسانه‌ها، تولید محتوای رسانه‌ای، بررسی نقش رسانه‌ها در زندگی، آشنایی با مفهوم بازنمایی، تفکرهای قالبی و پیام‌های پنهان و آشکار؛

۴. ارزشیابی پیشرفت تحصیلی: ارزشیابی مستمر و پایانی به صورت توصیفی؛
۵. مواد آموزشی: تلفیق محتوا به صورت جذاب و بیشتر تصویری در دروس مرتبط در دوره ابتدایی، آموزش در قالب یک درس مستقل و به صورت کتاب کار در دوره متوسطه با اولویت سال اول؛

۶. نقش معلم: هدایت‌گری و تسهیل‌گری در تدریس؛
۷. اجرای برنامه درسی: اجرای دوره آموزش سواد رسانه‌ای در ابتدا به صورت آزمایشی با اولویت مقطع متوسطه (دوره دوم کنونی)؛

۸. شیوه تدریس: آموزش سواد رسانه‌ای به دانش‌آموزان با روش تلفیقی (استفاده از روش‌های سخنرانی، گروه‌بندی، روش‌های تیمی و پژوهش انفرادی)، استفاده از فناوری‌های نوین و دسترسی به منابع برخط و الکترونیک متناسب با قوانین آموزش و پرورش در کنار روش‌های سنتی، توجه به مصرف رسانه‌ای دانش‌آموزان، توجه به تفکر انتقادی و پژوهش، آموزش عینی و ملموس محتوا با توجه به مراتب پایین تحلیل پیام، تدریس محتوا توسط معلم هر پایه در دوره ابتدایی، تأکید بر سطوح بالاتر تحلیل، ارزیابی، داوری و تفکر انتقادی در دوره متوسطه؛

۹. شیوه‌های اشاعه آموزش سواد رسانه‌ای: پوشش مدارس به تدریج در نقاط مختلف

نیازسنجی برنامه آموزش سواد ... ❖ ۱۰۱

کشور تحت آموزش‌های سواد رسانه‌ای، تأسیس مرکز، پایگاه و کتابخانه برخط در حوزه آموزش سواد رسانه‌ای، مطالعات تطبیقی، برگزاری کنفرانس آموزش سواد رسانه‌ای، برگزاری کارگاه‌های آموزشی برای معلمان، مربیان، مدیران و والدین؛
۱۰. ارزشیابی و بازنگری و اصلاح برنامه درسی با هدف رسیدن به برنامه جامع.



منابع و مأخذ

- باقری، خسرو، (۱۳۸۰). «آسیب و سلامت در تربیت دینی». *تربیت اسلامی*، شماره ۶: ۶۰-۱۳.
- باکینگهام، دیوید، (۱۳۸۹). *آموزش رسانه‌ای*. ترجمه حسین سرفراز، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).
- تقی‌زاده، عباس، (۱۳۹۰). «بررسی مقایسه‌ای سواد رسانه‌ای دختران و پسران دانش‌آموز مقطع متوسطه». پایان‌نامه کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبائی تهران.
- سند تحول راهبردی نظام تربیت رسمی و عمومی جمهوری اسلامی ایران*، (۱۳۸۹). مصوب هشتصد و بیست و ششمین جلسه شورای عالی آموزش و پرورش.
- شکرخواه، یونس، (۱۳۸۰)، «نیاز مخاطبان به سواد رسانه‌ای». *پژوهش و سنجش*، شماره ۲۶: ۷۴.
- سند تحول بنیادین آموزش و پرورش*، (۱۳۹۰). تهران: وزارت آموزش و پرورش
- طلوعی، علی، (۱۳۹۱). *سواد رسانه‌ای، درآمدی بر شیوه یادگیری و سنجش*. تهران: دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها.
- فتحی واجارگاه، کورش، (۱۳۸۸). *اصول برنامه‌ریزی درسی*، تهران: ایران زمین.
- قاسمی، طهمورث، (۱۳۸۵). «سواد رسانه‌ای، رویکردی جدید به نظارت». *رسانه*، سال ۱۷، شماره ۴:

نیازسنجی برنامه آموزش سواد ... ❖ ۱۰۳

کافمن، راجر و جری هرمن، (۱۳۹۱). *برنامه‌ریزی استراتژیک در نظام آموزشی*. ترجمه فریده مشایخ و عباس بازرگان، تهران: مدرسه.

کانسیداین، دیوید، (۱۳۷۹). *درآمدی بر سواد رسانه‌ای*. ترجمه ناصر بلیغ، تهران: اداره کل تحقیق و توسعه صدا.

ملکی، حسن، (۱۳۹۱). *برنامه‌ریزی درسی (راهنمای عمل)*. تهران: مدرسه.

نصیری، بهاره و وحید عقیلی، (۱۳۹۱). «بررسی آموزش سواد رسانه‌ای در کشورهای کانادا و ژاپن».

نوآوری‌های آموزشی، سال یازدهم، شماره ۱۶۰: ۱۴۱-۱۳۷

Brian O'N, (2010) "**Media Literacy and Communication Rights**". *Ethical Individualism in the New Media Environment The International Communication Gazette*, 1748-0485; Vol. 72(4-5): 323-338

Gencil Bek, M & M Binark, (2009). "**A Critical Evaluation of Media Literacy in Turkey**". *Issues in Information and Media Literacy*. Volume1: 29-48.

Hobbs , R& F Richard, (2003). "**Measuring the Acquisition of Media – literacy Skills**". at: www.ldt.stanford.edu/~pworth/papers/effectiveness-medialit.doc

Hobbs R, (1998) "**The Seven Great Debates in the Media Literacy Movement**". *Journal of Communication*, 48(1):16-32.

Hochsman, M and R. Poymtz, (2012). *Media literacy, A Critical Introduction*. Blackwell Publishing.

Laitsch, D. (2006). "**Media Literacy Training, Commercial Television, and Consumerism in Schools**". April 24, 2006 Volume 4 | Number 4.

MPT,(2003). "**Media Literacy: Ability of Young People to Function in the Media Society**". at: www.soumu.go.jp/main_sosiki/joho_tsusin/eng/Releases/Broadcasting/news00062.

Oxstrand ,B, (2009). "**Media Literacy Education**". at: www.amlainfo.org/uploads/r4/cE/r4cEZukacxNYaFFx1MONdQ/NAMLECPMLE-w-questions.pdf.

Potter ,W .J, (2008). *Media Literacy*. 4TH ed. Sage publication.

"**Teacher Survey**", (2000), <http://www.westga.edu/~byates/teacher.htm2000,p:1-20>

Silverblatt, A , J Ferry, B Finan (2009). *Approaches to Media Literacy*. M.E. Sharpe Publications.

Sirku, K & B Sol & G Arnolds, (2010). *Media literacy Education*. Nordic Perspectives, Nordicom Publications.

- ❖ Teurlings, J. (2010). " **Media Literacy and the Challenges of Contemporary Media Culture**". *European Journal of Cultural Studies*13(3): 359-373.
- Tibor, K, (2011). "The Media and the Literacies: Media Literacy, Information Literacy". *Digitalliteracy, Media, Culture & Society*33(2): 211-221.
- UNESCO, (2011). *Media and Information Literacy Curriculum for Teacher*. Edited: Alton Grizzle and Carolyn Wilson.

