

تاریخ دریافت: ۹۳/۱۰/۲۸

تاریخ پذیرش: ۹۳/۱۱/۲۱

بررسی نقش رسانه در نظام تربیتی سند تحول بنیادین آموزش و پرورش: تأکید بر ضرورت آموزش سواد رسانه‌ای

نوشته

شهناز هاشمی*

چکیده

سند تحول بنیادین آموزش و پرورش با الهام از اسناد بالادستی و توجه به چشم‌انداز و اهداف راهبردی نظام جمهوری اسلامی ایران، چشم‌انداز و اهداف تعلیم و تربیت در افق ۱۴۰۴ هجری شمسی را تبیین کرده است. یکی از ابعاد مورد توجه در سند، نقش رسانه‌ها در تعلیم و تربیت است. در واقع در مبانی نظری تحول بنیادین نظام تعلیم و تربیت رسمی و عمومی جمهوری اسلامی ایران، رسانه در کنار نظام آموزش و پرورش، خانواده و نهادهای غیردولتی به‌عنوان یکی از چهار رکن محسوب می‌شود. با توجه به اینکه قابلیت‌ها و ظرفیت‌های رسانه‌ها به‌گونه‌ای است که فرصت‌ها و تهدیداتی را در امر تربیت فراهم می‌سازد، این مقاله با استخراج و تأمل بر بندهای مرتبط با رسانه‌ها به دست‌بندی آنها و بررسی ضرورت آموزش سواد رسانه‌ای برای نیل به اهداف متعالی سند تحول پرداخته است. به‌عبارت دیگر در این مطالعه اسنادی نشان داده شده است که تحقق اهداف سند تحول بنیادین آموزش و پرورش در حوزه رسانه‌ها در گرو تدوین برنامه‌ای منسجم برای آموزش سواد رسانه‌ای در سطوح مختلف مدارس است.

کلیدواژه: رسانه، سند تحول بنیادین، سواد رسانه‌ای.

مقدمه

با توجه به تغییرات پرشتاب در عرصه‌های مختلف دنیای امروز، نهاد آموزش و پرورش نیازمند تحول و توجهی دوصد چندان است تا بتواند وظایف اساسی خود را در آموزش و پرورش نسل فردای کشور به‌گونه‌ای بایسته و شایسته انجام دهد. این مهم در "سند تحول بنیادین آموزش و پرورش" با عنوان "بهبودی و تحول در نظام برنامه‌ریزی آموزشی و درسی و زیرساخت‌های کالبدی" مطرح شده است. در این مقاله ضمن معرفی سند تحول بنیادین

* عضو هیئت علمی پژوهشکده برنامه‌ریزی درسی و نوآوری‌های آموزشی، مدیرگروه پژوهش‌های علوم انسانی و استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز، گروه ارتباطات Shahnaz_hashemi@yahoo.com

آموزش و پرورش به جایگاه رسانه به عنوان رکن تربیتی در سند تحول می‌پردازد و از این منظر نشان می‌دهد که برای تحقق اهداف متعالی این سند، آموزش سواد رسانه‌ای ضرورت دارد. اگر چه سند تحول از سال ۱۳۹۱ به اجرا درآمده است ولی به موازات اجرای سند تحول بنیادین در آموزش و پرورش نقشه راه اجرای این سند نیز در وزارت آموزش و پرورش در حال تهیه است. فانی وزیر آموزش و پرورش گفت:

درواقع سند تحول نظام آموزشی مبنای برنامه ششم توسعه آموزش و پرورش خواهد بود که از سال ۹۵ در کشور آغاز خواهد شد و اگر بتوانیم در برنامه ششم توسعه زمینه‌های اجرای سند تحول را در قالب نقشه راه انجام دهیم کار بسیار پسندیده‌ای است. و هم‌اکنون از ۱۳۱ راهکار سند راهبردی تحول بنیادین آموزش و پرورش در سال جاری (۱۳۹۳) به ۴۰ راهکار این سند در قالب ۹۹ برنامه ورود کرده‌ایم. (فانی، ۱۳۹۳)

سند تحول بنیادین آموزش و پرورش

عرصه تعلیم و تربیت از مهم‌ترین زیرساخت‌های تعالی همه‌جانبه کشور و ابزار جدی برای ارتقای سرمایه انسانی است، تعلیم و تربیتی که زمینه‌ساز حیات طیبه باشد. تحقق این هدف نیازمند ترسیم نقشه راهی است که در نحوه طی مسیر، منابع و امکانات لازم، تقسیم کار در سطح ملی و الزامات در این مسیر به صورت شفاف و دقیق مشخص شده باشد.

در تهیه سند تحول بنیادین آموزش و پرورش^۱ کوشش شده تا با الهام از اسناد بالادستی و بهره‌گیری از ارزش‌های بنیادین آنها و توجه به چشم‌انداز و اهداف راهبردی نظام جمهوری اسلامی ایران، چشم‌انداز و اهداف تعلیم و تربیت در افق ۱۴۰۴ هجری شمسی تبیین شود.

این سند شامل هشت فصل به شرح زیر است:

فصل اول. کلیات که به تعریف اصطلاحات به کار رفته در سند پرداخته است.

فصل دوم. بیانیه ارزش‌ها که به بایدها و نبایدهای اساسی در نظام تعلیم و تربیت رسمی عمومی که همه سیاستگذاران و کارگزاران نظام ملتزم و پای‌بند به آنها باشند.

فصل سوم. بیانیه مأموریت نهاد که زمینه دستیابی دانش‌آموزان در سنین لازم‌التعلیم طی ۱۲ پایه تحصیلی (چهار دوره سه‌ساله) به مراتبی از حیات طیبه در ابعاد فردی، خانوادگی، اجتماعی و جهانی را به صورت نظام‌مند، همگانی، عادلانه و الزامی در ساختاری کارآمد و اثربخش فراهم سازد.

فصل چهارم. چشم‌انداز که به توصیف مدارس در سال ۱۴۰۴ با ۱۵ ویژگی می‌پردازد.

فصل پنجم. ۸ هدف کلان در نظام تعلیم و تربیت رسمی عمومی را بیان می‌کند.

فصل ششم. ۱۵ راهبرد کلان برای رسیدن به ۸ هدف کلان برمی‌شمارد.

فصل هفتم. هدف‌های عملیاتی و راهکارها که برای دستیابی به هدف‌های کلان نوشته شده است که لازم است به‌هنگام عملیاتی کردن احکام سند در تدوین برنامه‌های میان‌مدت و کوتاه‌مدت، پیوستگی‌ها هدف‌های عملیاتی و کلان مورد توجه قرار گیرد.

فصل هشتم. چارچوب نهادی و نظام اجرایی تحول بنیادین آموزش و پرورش.
در مجموع سند تحول بنیادین ضمن تعیین اهداف کلان، راهبردهای کلان در فصل هفتم،
راهکارهای عمده‌ای برای رسیدن به اهداف کلان بیان کرده‌است.

نظام تحول بنیادین در آموزش و پرورش شش زیرنظام (رهبری و مدیریت، برنامه درسی و آموزشی، تأمین فضا، تجهیزات و فناوری، تأمین و ارتقای منابع انسانی، تأمین مالی و تخصیص منابع و پژوهش و ارزشیابی) را در بردارد. هر یک از زیرنظام‌ها ناظر بر بخش‌های مختلفی از حوزه‌های اجرایی آموزش و پرورش است. از زیرنظام‌ها، فقط یک مورد آن هم "برنامه درسی ملی جمهوری اسلامی ایران" که زیرنظام برنامه درسی و آموزشی در تاریخ ۲۸ اسفند ماه ۹۲ تصویب و ابلاغ شده‌است. موضوع مقاله، یعنی آموزش سواد رسانه‌ای دقیقاً در همین زیرنظام قرار می‌گیرد.
سازمان پژوهش و برنامه‌ریزی آموزشی وظیفه تحقق تقریباً همه مؤلفه‌های زیرنظام برنامه درسی و آموزشی را برعهده دارد. این سازمان از آغاز اجرایی شدن سند تحول بنیادین آموزش و پرورش به‌طور جد فعالیت‌های مرتبط را آغاز کرده‌است. تألیف کتاب جدیدالتألیف در پایه اول، دوم، سوم، چهارم، پنجم و ششم ابتدایی، هفتم، هشتم و نهم (سه سال اول متوسطه) تاکنون با رویکرد بسته آموزشی شاهد این امر مهم بوده‌است.

مبانی نظری تحول بنیادین در نظام تربیت رسمی و عمومی جمهوری اسلامی ایران

برای تهیه سند تحول بنیادین مباحث گسترده‌ای توسط محققان و کارشناسان آموزش و پرورش و با مشارکت صاحب‌نظران حوزوی و دانشگاهی انجام یافته‌است. در دیباچه مبانی نظری تحول بنیادین به نگارش دبیر شورای عالی انقلاب فرهنگی به ضرورت تهیه و مطالعه مبانی نظری این‌گونه آمده‌است: «نظام آموزش و پرورش کشور به‌رغم فعالیت‌های اصلاحی و تلاشی که برای بهبود اجزا و عناصر آن در طول سه دهه بعد از انقلاب اسلامی در آن صورت گرفته‌است به دلیل عدم ابتدای بر فلسفه تعلیم و تربیت اسلامی نتوانسته است کارکرد مورد انتظار را داشته‌باشد، به‌گونه‌ای که بتواند تربیت‌یافتگانی در تراز جمهوری اسلامی پرورش دهد که از شایستگی‌ها و توانمندی‌های اعتقادی، عاطفی و رفتاری و هماهنگ با نیازهای جامعه برخوردار باشند.» از طرفی دیگر "لزوم هماهنگی با حرکت شتابان و تحولات سریع اجتماعی و بهره‌گیری از تجارب موفق آموزشی و تربیتی عصر حاضر تحول بنیادین در نظام تعلیم و تربیت کشور را بیش از پیش نمایان می‌نماید.» به عبارتی دو انگیزه مهم برای نگارش مبانی نظری بوده‌است اول، توجه به فلسفه تعلیم و تربیت اسلامی و دوم، لزوم به‌روزرسانی نظام تعلیم و تربیت کشور به دلیل تغییر و تحولات سریع اجتماعی.

مبانی نظری تحول بنیادین شامل سه بخش زیر است:

۱. فلسفه تربیت در جمهوری اسلامی ایران
۲. فلسفه تربیت رسمی و عمومی در جمهوری اسلامی ایران
۳. رهنامه نظام تربیت رسمی و عمومی در جمهوری اسلامی ایران

سواد رسانه‌ای

جامعه امروز مملو از پیام‌های رسانه‌ای است. افراد در هیچ لحظه و مکانی از انواع پیام‌های رسانه‌ای در امان نیستند. در "دهکده جهانی" امروز، هر فرد به راحتی می‌تواند با تلفن همراه یا رایانه شخصی خود در زمانی کوتاه به اطلاعات روزآمد و جهانی در زمینه‌های گوناگون دانش بشری دست یابد. البته باید توجه داشت که امروزه مسئله اصلی، دسترسی به اطلاعات نیست؛ پردازش و درک تمامی پیام‌های رسانه‌ای روزانه (اعم از برنامه‌های رادیو، تلویزیون، صفحات روزنامه، نامه‌های الکترونیکی، پیامک‌های تلفن همراه، بیلوردهای تبلیغاتی خیابان‌ها، آگهی‌های مترو و ...) و میزان زمانی کافی برای آن، انتخاب محتوای رسانه‌ای متناسب با ارزش‌های فرهنگی، سن و ویژگی‌های شناختی خصوصاً برای کودکان و ... همه و همه از پیچیدگی‌های دنیای رسانه‌ای امروز است. بمباران اطلاعاتی و هجوم سیل‌آسای پیام‌های رسانه‌ای خطری است که متأسفانه در جامعه ما به‌طور جدی و عملیاتی به آن پرداخته نمی‌شود.

کودک و نوجوان و رسانه به دلایل فراوان، ارتباطی دوسویه، مستمر و مؤثر دارند؛ به این معنی که هم کودکان از جدی‌ترین علاقه‌مندان و متقاضیان رسانه‌های نوین، خصوصاً تلویزیون (شرام و دیگران، ۱۳۷۷) هستند و هم رسانه‌ها تمایل شدید به سرمایه‌گذاری برای تولید برنامه‌های کودک و نوجوان و جذب نسل‌های جدید دارند. به گونه‌ای که مطالعات نشان می‌دهند، کودکان و نوجوانان یکی از اهداف عمده برای مسئولان زمان‌بندی پخش برنامه‌های تلویزیونی هستند و تقریباً در تمام نقاط جهان صرف هزینه و ساعات پخش برای کودکان در حال افزایش است (یونسکو، ۱۳۸۰: ۳۶۲). اولاً کودکان مشتری پروپا قرص رسانه‌ها هستند؛ چون انسان‌ها در سنین پایین از فراغت کاملی برخوردارند و مشتاقانه به دنبال وسیله‌ای برای برقراری ارتباط، فراگیری و پر کردن اوقات خود هستند. کودکی که به دلیل زندگی در آپارتمان‌ها و کم‌شدن جمعیت خانواده‌ها، از ارتباط با همسالان خود نیز محروم است، فرصت بسیار زیادی در اختیار دارد که از هر شیوه‌ای برای گذراندن آن استفاده کند. از سوی دیگر رسانه‌ها علاوه بر اینکه همیشه و همه‌جا به راحتی در دسترس هستند، با بهره‌گیری از ظرفیت و توانایی‌های خاص هنری می‌توانند به این نیاز پاسخ دهند و می‌دهند. امروزه، به‌جز کتاب‌ها و نشریات خاص کودک، نوارهای ویدئویی و رایانه‌ای و سایر گونه‌های وسایل ارتباطی، تلویزیون‌ها با شبکه‌های متعدد و معمولاً شبانه‌روزی فعال هستند و تلاش می‌کنند تا هر یک بر پایه اهداف و مبانی فکری خود تولیداتی برای جذب کودکان و نوجوانان داشته باشند. رسانه‌ها به دنبال یافتن مخاطب در سنین پایین‌تر هستند؛ زیرا کودکان و نوجوانان فرصت و علاقه بیشتری برای استفاده از تولیدات رسانه‌ای در اختیار دارند و نیز میزان تأثیرپذیری آنان از رسانه‌ها به مراتب شدیدتر و ماندگارتر است. ارتباط با کودکان و نوجوانان برای قدرت‌های مسلط بر جهان و رسانه‌ها که در پی شکل دادن فرهنگی نو و تحویل فکری نسل‌های آینده هستند، معبری مطمئن و کوتاه برای تضمین اهداف و منافع آتی به‌شمار می‌رود (اسماعیلی، ۱۳۸۹: ۱۱۹). در متون آموزشی ارتباطات اهداف آموزشی سواد رسانه‌ای عبارت‌اند از:

- ارتقا مهارت‌های شناختی با توجه به ذخیره اطلاعات و دانش استفاده‌کننده
- آگاه‌سازی و کاهش تأثیر منفی رسانه‌ها بر عامه مخاطب
- مصونیت مخاطب از اخبار، آگهی‌های رسانه‌ای و برنامه‌های سرگرم‌کننده غیرضروری
- توسعه تفکر انتقادی، خلاقانه و موشکافانه در بین افراد نسبت به محتوای رسانه‌ها
- شناخت اشکال بصری ارتباطات در کنار مهارت‌های خواندن، نوشتن و شنیدن. (سلطانی فر، ۱۳۸۶: ۵۵)

تأکید یونسکو و تجربه دیگر کشورها

آموزش سواد رسانه‌ای در بسیاری کشورهای پیشگام چون انگلستان، استرالیا، کانادا، آفریقای جنوبی، آمریکا و ژاپن در حال توسعه روزافزون است و بسیاری از کشور مانند هلند، ایتالیا، یونان، اتریش، سوئیس، هند، روسیه و ... چند سالی است این مهم را در برنامه آموزش و پرورش خود قرار داده‌اند. بسیاری از سازمان‌ها و مؤسسات ملی و بین‌المللی چون "یونسکو"، "اتحادیه اروپا" نیز تمرکز زیادی بر سواد رسانه‌ای و ایجاد روندی فزاینده در آموزش این مهم به مردم و خصوصاً کودکان سراسر جهان داشته‌اند.

یونسکو و سواد رسانه‌ای

در سال ۱۹۸۲ سازمان یونسکو بیانیه‌ای در مورد آموزش سواد رسانه‌ای آماده کرد. این بیانیه که توسط ۱۹ کشور به امضا رسید، نتیجه اجلاس بین‌المللی یونسکو در مورد آموزش سواد رسانه‌ای بود که در حال حاضر به‌عنوان "بیانیه گرانولد" شناخته می‌شود. در این بیانیه گفته می‌شود رسانه‌ها یکی از نیروهای قابل توجه و قدرتمند در جامعه هستند و این نیازمند آموزش سواد رسانه‌ای در اشکال منسجم و سیستماتیک در بین شهروندان است. سازمان یونسکو در سال ۲۰۰۲ برای توسعه یک استراتژی جهانی در جهت تشویق آموزش سواد رسانه فردی به نام "دیوید باکینگهام" را به کار گذاشت. در اقدام بعدی یک کنفرانس آموزش رسانه‌ای برای جوانان در "سویل" (Seville) برگزار کرد که برخی پیشنهادها این کنفرانس آموزش الگویی جهت خط‌مشی‌های پژوهشی، تعلیم معلمان، همکاری رسانه‌ها با مدارس و تقویت و ترویج فضای عمومی را مشخص می‌کرد.

سواد رسانه‌ای در انگلیس

بسیاری انگلیس را مهد سواد رسانه‌ای می‌دانند. برای اولین بار در سال ۱۹۲۹ گروه آموزشی لندن از معلمان خواست تا مهارت‌های خاص تحلیل و ارزشگذاری فیلم را به دانش‌آموزان بیاموزند. "اف آر لوئیس" در سال ۱۹۳۳ کتابی با عنوان فرهنگ و محیط: آموزش آگاهی انتقادی (*Culture and Environment: the Training of Critical Awareness*) در این رابطه منتشر ساخت که "دیوید باکینگهام" از پیشگامان عرصه سواد رسانه‌ای درباره آن چنین نوشته‌است:

این کتاب اولین مجموعه از پیشنهادات نظام‌مند برای تدریس رسانه‌های جمعی در مدارس است، هرچند مأموریت اصلی آن چیزی کمتر از ارتقای فرهنگ نیست؛ یعنی آموزش به دانش‌آموزان برای تجهیز خود در برابر تأثیرات مخرب رسانه‌های جمعی. (باکینگهام، ۱۹۹۸: ۳۳)

سواد رسانه‌ای در کانادا

این کشور، پایگاه یکی از قوی‌ترین جنبش‌های آموزش رسانه‌ای ملی در سطح جهان است. "شبکه آگاهی رسانه‌ای" (The Media Awareness Network) به‌عنوان یکی از سازمان‌های برجسته که به سواد رسانه‌ای اختصاص یافته‌است، توسط معلمان حوزه رسانه در کانادا شروع به فعالیت کرده و همچنان یکی از کامل‌ترین منابع سواد رسانه‌ای باقی مانده‌است. آموزش رسانه‌ای در کانادا به‌مانند بریتانیا، از فعالیت‌های اولیه در آموزش فیلم نشئت می‌گیرد. اداره آموزش کانادا، برنامه‌های آموزش رسانه‌ای را در سطوح ۷ تا ۱۲ سال و تقریباً به مدت دو دهه وضع کرد. "وزارت آموزش انتاریو" (Ontario's Ministry of Education) سواد رسانه‌ای را در سال ۱۹۸۷ بخشی اجباری در برنامه تحصیلی‌اش قرار داد (کبی، ۱۹۹۸: ۶۰). برطبق "مرکز سیاستگذاری آزادی بیان" (The Free Expression Policy Center)، مطالعات رسانه، در کنار خواندن، نوشتن و آموختن زبان، یکی از چهار رشته اجباری در برنامه‌های درسی انتاریو برای سطوح ۹ تا ۱۲ سال است. به‌طور مشابه، مهارت‌های ارتباطی رسانه‌ای، بخشی از برنامه‌های مورد نیاز زبان انگلیسی در تمامی سطوح ۱ تا ۸ است. دستورالعمل‌های ایالتی شامل الزامات جزیی در تجزیه و تحلیل رسانه‌ها و پروژه‌های تولید محور است. (هنس و کو، ۲۰۰۳: ۳۷)

سواد رسانه‌ای در استرالیا

آموزش رسانه‌ای در مدارس استرالیا، از دهه ۱۹۷۰ و بر اساس دیدگاهی ترکیبی در قبال فعالیت‌های تحصیلی ۱۲ ساله دوران قبل از دانشگاه مطرح شد. از میانه دهه ۱۹۹۰ به بعد، استرالیا آموزش سواد رسانه‌ای را از مهدکودک تا سال دوازدهم تحصیل اجباری کرده‌است. این برنامه تحصیلی بر جنبه‌های زیبایی‌شناختی و زبان‌شناختی تأکید و رویکردی آزاد نسبت به هنرهای عامه‌پسند اختیار می‌کند (هابز، ۱۹۹۸: ۱۳). بسیاری از نظریات و فعالیت‌های آموزش رسانه‌ای فعلی در ایالات متحده، از نظام آموزشی استرالیا اقتباس شده‌است. "معلمان استرالیایی در حوزه رسانه" (ATOM) (The Australian Teachers of Media) به‌طور چشمگیری در ادغام معیارهای آموزش رسانه‌ای در مدارس، همکاری داشته‌اند؛ استرالیا یکی از معدود کشورهایی است که زمینه آموزش و تربیت معلمان در حوزه آموزش رسانه‌ای را نیز فراهم آورده‌است. (پاتر، ۱۳۹۱: ۶۰۳)

با توجه به اهمیت آموزش سواد رسانه‌ای، شرکت‌کنندگان "کنفرانس بین‌المللی آموزش برای رسانه و عصر دیجیتال" (International Conference For Educating for the Media and the Digital Age)، توصیه می‌کنند که «آموزش رسانه‌ای در هر جای ممکن، به‌طور غیررسمی و دائمی در برنامه درسی و آموزش ملی و در مرتبه سوم، قرار گیرد». بهترین زمان برای پایه‌گذاری این آموزش، دوران پیش از دانشگاه و خصوصاً دبستان است چراکه هنوز ذهن کودک کاملاً بر اساس قراردادهای اجتماعی بسته نشده‌است و نیز اینکه کودکان و نوجوانان بزرگترین مخاطبان خاص رسانه‌ای هستند.

آنچه حائز اهمیت است آنکه آموزش سواد رسانه‌ای نباید با آموزش و فراگیری از طریق رسانه‌ها یا با رسانه‌ها به‌مثابه وسایل کمک آموزشی خلط شود، مثلاً استفاده از تلویزیون یا رایانه به‌عنوان ابزاری جهت آموزش علوم یا تاریخ. تکیه بر این مسئله به‌ویژه در رابطه با علاقه و اشتیاق فراوان امروزیان به بهره‌گیری از فناوری‌های نوین در آموزش، مهم جلوه می‌کند؛ آنجا که رسانه‌ها اغلب به‌مثابه ابزاری خشتی در رسانش اطلاعات دیده می‌شوند. (باکینگهام، ۱۳۸۹: ۳۱ و ۳۲)

سواد رسانه‌ای و نظریه‌های رسانه

به‌طور کلی نظریه‌های ارتباطات را در دو گونه متمایز "رسانه‌محور" و "مخاطب‌محور" می‌توان جای داد. نظریه‌های رسانه‌محور بر قدرت رسانه‌ها در تأثیرگذاری بر نگرش‌ها و رفتار مخاطب تأکید می‌کنند و برای مفاهیمی چون فرستنده، پیام، گیرنده، معنا و ... تعریف‌ها و برداشتی خاص قائل هستند. این‌گونه نظریه‌ها ضمن تأکید بر اهمیت و نقش رسانه‌ها و پیام، مخاطب را عنصری منفعل و پذیرنده در فرایند ارتباط تلقی می‌کنند.

در نقطه مقابل، نظریه‌های مخاطب‌محور با تأکید بر اهمیت و قدرت مخاطب در فرایند ارتباط و نقش فعال او در معناسازی، تعبیر و تفسیر پیام، قدرت و اهمیت رسانه‌ها و پیام را به حداقل می‌رسانند. در چنین رویکردی، قدرت رسانه‌ها در خلق پیام‌هایی که همگان مفهوم واحدی از آنها دریابند، دست‌کم گرفته می‌شود. در عوض، به اصولی توجه می‌شود که طی آن معانی از سوی مردم خلق و به رسانه‌ها منتسب می‌شود. و دست‌اندرکاران رسانه‌ها با دانستن اینکه مخاطب دارای چه اندیشه‌ها و یا نگرشی است همچنان در صدد القای نگرش و رفتار بر مخاطب برمی‌آیند. تمام نظریه‌های ارتباطات چه رسانه‌محور و چه مخاطب‌محور برای قدرت و نفوذ رسانه‌ها در خدمت گرفته می‌شوند به‌طوری‌که دانش و مهارت رسانه‌ها را ارتقا می‌دهند تا به نوعی بر افکار مخاطبان تأثیر بگذارند.

تنها نظریه‌ای که منافع مخاطبان کانون توجه است نظریه سواد رسانه‌ای است. سواد رسانه‌ای به‌دنبال ارتقای مهارت مخاطب برای گزینش، تفسیر و نقد پیام‌هاست.

روش تحقیق

روش تحقیق از نوع اسنادی است و از لحاظ دسته‌بندی بر مبنای هدف یک تحقیق کاربردی ناظر بر مسئله تربیت در آموزش و پرورش است. همچنین یک مطالعه توصیفی است که نقش رسانه در دو سند بالادستی مورد بررسی قرار گرفته است: یکی "مبانی نظری تحول بنیادین" و دیگری "سند تحول بنیادین آموزش و پرورش". در این دو سند هر بندی که به‌طور مستقیم به رسانه اشاره شده است جمع‌آوری و بررسی شده است.

مرور جایگاه رسانه در سند تحول

نقش رسانه در تربیت رسمی و عمومی

۱. «استفاده از انواع جذابیت‌های هنری برای مخاطبان روز به روز عرصه را بر دیگر عوامل سهمیم در تربیت به خصوص نهادهای تربیت رسمی و نهادهای سنتی تربیت (نظیر خانواده و مسجد) تنگ‌تر می‌نماید.» (مبانی نظری، ۱۳۹۰: ۱۸۰)
۲. «امروزه نقش و جایگاه رسانه‌ها در تمامی جوامع افزایش یافته‌است و به‌دلیل گستره و حوزه پوشش وسیع این رسانه‌ها در داخل و خارج از کشورها و جذابیت و مقبولیت آنها در بین مردم، امروزه تلاش دولت‌ها در این راستا قرار گرفته‌است که از این رسانه‌ها در جهت تحقق اهداف تربیتی خویش استفاده کند. از آنجایی که استفاده متریبان و مریبان از رسانه‌های ملی (نظیر صداوسیما) همچنان بیشتر از فناوری‌های جدید (مانند شبکه تارنمای جهانی) است. بنابراین نظام تربیت رسمی و عمومی در جهت بهره‌مندی از ظرفیت تربیتی رسانه می‌تواند و باید با سفارش ساخت برنامه‌های تربیتی متنوع و مفید به رسانه ملی و یا با طراحی سایت‌های مناسب، در جهت ارتقای سطح تربیتی مخاطبان خود بکوشد.» (همان: ۳۱۹)
۳. «اصولاً در عصر حاضر رسانه یکی از عوامل قدرتمند و تأثیرگذار بر جریان‌های اجتماعی است. به طریق اولی این نهاد عظیم اجتماعی بر فرایند تربیت و تربیت رسمی و عمومی اثرگذار است. سیاست‌های حاکم بر نهاد تربیت رسمی و عمومی باید به‌گونه‌ای باشد که از ظرفیت‌های نهاد رسانه ملی در توسعه و تقویت تجارب تربیتی بهره گرفته شود. اگرچه همسویی سیاست‌های کلان این دو نهاد فراتر از توان تصمیم‌گیری و نفوذ سیاست‌گذاران دو نهاد است اما در مجموع رسانه ملی ظرفیت‌های فراوانی برای توسعه و بهبود کمی و کیفی تربیت رسمی و عمومی دارد که باید مورد توجه قرار گیرد. به‌علاوه رسانه ملی به‌مثابه مهم‌ترین عامل تربیت عمومی غیررسمی در جوامع معاصر، باید با تربیت رسمی و عمومی هماهنگ باشد و بین این دو نهاد تربیتی نوعی تقسیم کار و وظایف صورت پذیرد.» (همان)
۴. برنامه‌ریزی و به‌کارگیری امکانات و فرصت‌های اجتماعی برای اعتلای فرهنگ عمومی در تکریم و پاسداشت مقام معلم با تأکید بر استفاده از ظرفیت رسانه ملی (سند تحول، ۱۳۹۰: ۳۸)؛ که هدف آن «ارتقا منزلت اجتماعی و جایگاه حرفه‌ای منابع انسانی با تأکید بر نقش الگویی و جایگاه معلم است.» (همان، راهکار ۱۰)

رسانه به‌عنوان رکن اساسی تربیت رسمی و عمومی

۱. «تربیت رسمی و عمومی^۲ بخشی از جریان تربیت است که به‌شکل سازمان‌دهی شده، قانونی، عادلانه، همگانی و الزامی در مدرسه با محوریت دولت اسلامی و مشارکت فعال دیگر ارکان تربیت — خانواده، رسانه و سازمان‌ها و نهادهای غیردولتی — صورت می‌پذیرد و با تأکید بر وجوه مشترک (انسانی، اسلامی، ایرانی) — همراه با توجه به‌وجوه اختصاصی

هویت متربیبان (به‌ویژه هویت جنسیتی) — در پی آن است تا آنان، مرتبه‌ای از آمادگی را برای تحقق حیات طیبه در ابعاد گوناگون فردی، خانوادگی و اجتماعی به‌دست آورند که تحصیل آن مرتبه، برای عموم افراد جامعه لازم یا شایسته باشد.» (مبانی نظری، ۱۳۹۰: ۲۳۶)

۲. «اطلاق عنوان رکن فرایند تربیت به رسانه با توجه به گستردگی نقش و میزان تأثیری (مثبت یا منفی) است که انواع رسانه می‌توانند بر کارکرد تربیت داشته باشند.» (همان: ۱۸۱)

۳. در بین ۳۰ گزاره ارزشی نظام تعلیم و تربیت رسمی عمومی در سند تحول دو گزاره — گزاره ۱۵ و ۱۷ — به رسانه مربوط است. (گزاره ۱۵: نقش تربیتی اماکن مذهبی، نهادهای مردمی، اجتماعی و رسانه‌ها و گزاره ۱۷: جایگاه و نقش تعلیم و تربیتی نهاد رسانه و فناوری‌های ارتباطی و بهره‌گیری هوشمندانه) (سند تحول، ۱۳۹۰: ۱۴)

۴. «با توجه به نقش رسانه و تحولات فناوری اطلاعات و ارتباطات و گسترده نفوذ و تأثیرگذاری آن در فرایند تربیت، می‌باید از رسانه نیز به‌عنوان یکی از عوامل بسیار سهیم و مؤثر در فرایند تربیت و حتی به‌مثابه رکن آن نام برده شود. زیرا در عصر حاضر با تأسیس شاهرها و شبکه‌های اطلاعاتی و ایجاد ابر متن‌ها و فرا زبان‌ها، زندگی انسان متحول شده و معنای تازه‌ای از زندگی پدید آمده است. البته از مجموعه رویکردهایی که در زمینه ورود فناوری اطلاعات و ارتباطات به عرصه تربیت وجود دارد، اتخاذ رویکرد اصلاح‌گرانه و کل‌گرانه در مواجهه با تغییرات حاصل از فناوری کارسازتر است. یعنی در عین هشیاری و توجه به تبعات منفی ناشی از فناوری، باید تأثیرات مثبت آن را مورد توجه قرار داد و تعاملی سازنده بین فرهنگ و فناوری را پذیرفت.» (مبانی نظری، ۱۳۹۰: ۳۴۴)

این بندها به روشنی نشان می‌دهند که رسانه به‌عنوان یکی از ارکان تربیت شمرده شده است و به روشنی اهمیت و جایگاه رسانه در سند را نشان می‌دهد. این اهمیت به خودی خود نشانگر اهمیت آموزش سواد رسانه‌ای هم است. چراکه استفاده بهینه از رسانه مستلزم آموزش نحوه استفاده از رسانه و مواجهه با محصولات رسانه‌ای است.

نقش رسانه در تربیت غیر رسمی. «تربیت غیررسمی آن شکلی از جریان تربیت است که در آن انواع شایستگی‌های لازم جهت درک موقعیت و اصلاح مداوم آن بر اساس نظام معیار، در جهت آماده‌سازی متریبان برای تحقق مراتب حیات طیبه در ابعاد گوناگون، بدون سازمان‌دهی مشخص و از طریق تجارب داوطلبانه متریبان (مانند حضور در خانواده، مطالعه کتاب و روزنامه، تماشای فیلم و تلویزیون، مشارکت در فعالیت گروه‌ها و انجمن‌ها، شرکت در مساجد و محافل مذهبی) کسب می‌شود.» (همان: ۲۲۸) این بند نشان می‌دهد که نقش رسانه تنها به تربیت رسمی محدود و منحصر نیست بلکه تربیت غیررسمی را هم شامل می‌شود. این مهم بیانگر نقش و اهمیت دو چندان سواد رسانه‌ای است چراکه آموزش سواد رسانه‌ای می‌تواند نوجوانان را از آسیب‌های رسانه‌ای مصون دارد. نکته دیگر اینکه تربیت رسمی و عمومی

سازمان‌ها و نهادهای غیردولتی در دوره محدودی از زندگی افراد بر تربیت آنها تأثیر گذارند در حالی که نقش و تأثیر رسانه، قبل و بعد از تربیت رسمی عمومی هم وجود دارد. آموزش سواد رسانه‌ای به‌مثابه حق نوجوانان که بر عهده مسئولان است. «در جنبه فردی تربیت، فرد و خانواده صاحب حق و تکلیف‌اند. لذا به‌طور کلی مسئولیت اولیه و اصلی تربیت کودکان با والدین است و دولت نقش مکمل و ناظر را بر عهده دارد. ولی ایفای جنبه اجتماعی حق بر تربیت باید با مسئولیت ارکان تربیت و همه نهادهای سهیم صورت پذیرد که در تربیت رسمی و عمومی مسئولیت اصلی بر عهده حاکمیت است و والدین نقش مکمل و ناظر را دارند.» (همان: ۲۱۳)

نظر به اینکه هر انسانی دارای حق و حقوقی است و از طرف دیگر نیز تکالیفی بر عهده دارد که در قالب حقوق و تکالیف فردی و اجتماعی پذیرفته شده است، لذا می‌توان گفت حق تربیت نیز دو جنبه فردی و اجتماعی دارد. تربیت فردی به عهده خانواده و تربیت اجتماعی افراد به عهده نظام آموزش و پرورش و سازمان‌ها و نهادهای غیردولتی است. «از این منظر می‌توان گفت که آموزش سواد رسانه‌ای در مدارس حق نوجوانان است.»

ضرورت هماهنگی نظام تربیت

۱. «بی‌شک، مشارکت‌جویی یک اصل مهم و حاکم بر روابط بیرونی تربیت رسمی و عمومی با دیگر بخش‌های جامعه است. یکی از مصادیق این اصل «هماهنگی نظام تربیت رسمی و عمومی با نهادهای متولی فرهنگ عمومی (نظیر رسانه و مساجد) در فرایند اصلاح اجتماعی» است.» (همان: ۲۸۶)

۲. «بر اساس مبانی بیان‌شده در فلسفه تربیت در جمهوری اسلامی ایران، ارکان تربیت عبارت‌اند از: دولت اسلامی (حاکمیت)، خانواده، رسانه، نهادها و سازمان‌های غیردولتی.^۳ البته در راستای مبانی سیاسی و حقوقی پیش‌گفته و تقدم جنبه اجتماعی تربیت رسمی و عمومی بر جنبه فردی آن، دولت اسلامی (به لحاظ رسالت زمینه‌سازی جهت تحقق حیات طیبه و هدایت فرد و جامعه) در سامان‌دهی سیاست‌ها، برنامه‌ها و اقدامات نظام تربیت رسمی و عمومی نقش محوری و اساسی‌تری بر عهده دارد. لذا دولت اسلامی به دلیل داشتن همین نقش محوری باید علاوه بر سیاست‌گذاری و نظارت، شرایط و لوازم تحقق در حد مقبول و مناسب با ویژگی‌های تربیت رسمی و عمومی را به‌طور عادلانه برای همه مخاطبان این نوع تربیت تأمین کند. اما این‌گونه نقش‌آفرینی دولت اسلامی نباید به بی‌توجهی به نقش فعال دیگر ارکان تربیت در فرایند تربیت رسمی و عمومی منجر شود. لذا علاوه بر نقش اساسی دولت اسلامی در جهت‌دهی نظام تربیت رسمی و عمومی، خانواده، رسانه، نهادها و سازمان‌های دیگر حق و تکلیف دارند که به شکل مؤثر و هماهنگ در فعالیت‌های این نظام مشارکت جویند.» (همان: ۲۵۲)

۳. برای ایجاد هماهنگی و همسویی میان عوامل متعدد سهیم در تربیت رسمی و عمومی، عموم افراد جامعه باید هم غایت، هدف کلی و اهداف مشترکی برای انواع تربیت عمومی - اعم

از رسمی و غیررسمی — تعیین شود و هم با تقسیم کار و وظایف میان عوامل سهیم، زمینه هم‌افزایی و تعامل سازنده بین آنها فراهم شود. در این میان باید به‌طور ویژه در سطح ملی نوعی تعامل، هماهنگی و تقسیم وظایف با نهادهای ذیل به‌عمل آید:

- خانواده
 - نظام آموزش عالی
 - رسانه ملی و سایر شبکه‌های ارتباطی ملی
 - حوزه‌های علمیه
 - نهادهای تبلیغات دینی (مساجد و مؤسسات مذهبی، سازمان تبلیغات اسلامی و ...)
 - نهادهای تربیت غیر رسمی (مطبوعات، هنرهای نمایشی و مراکز فرهنگی)
 - نظام آموزش فنی و حرفه‌ای (وزارت کار و امور اجتماعی، و ...) (همان: ۳۴۵)
۴. «در تمام دستگاه‌ها و نهادها، به‌ویژه رسانه ملی، موظف‌اند در چارچوب این سند، همکاری لازم با نظام تعلیم و تربیت رسمی عمومی را برای تحقق اهداف تحول بنیادین آموزش و پرورش معمول دارند. گزارش نحوه و میزان همکاری دستگاه‌ها به‌صورت سالانه توسط وزیر آموزش و پرورش به شورای عالی انقلاب فرهنگی ارائه خواهد شد. (سند تحول، ۱۳۹۰: ۳۴)
۵. در فصل ششم سند تحول در راهبردهای کلان بند ۸ می‌نویسد: «تعامل اثربخش و فعال نظام تعلیم و تربیت رسمی عمومی با سایر نهادها و دستگاه‌های مرتبط به‌ویژه نهاد خانواده و رسانه با تأکید بر کاهش مرزهای تعلیم و تربیت رسمی و غیررسمی.» (هدف‌های کلان ۷ و ۴، ۲، ۱) (همان: ۲۳)
۶. تدوین اصول راهنما و پودمان‌های آموزشی برای تبیین نقش مدرسه، رسانه‌ها و خانواده در تأمین پیش‌نیازهای ورود کودک به مدرسه و ایجاد سازوکارهای لازم برای هماهنگی و همسویی آنها با هم و با اهداف نظام تعلیم و تربیت رسمی عمومی (همان: ۳۱). که هدف آن «تقویت بنیان خانواده و کمک به افزایش سطح توانایی‌ها و مهارت‌های خانواده در ایفای نقش تربیتی متناسب با اقتضائات جامعه اسلامی» است.
۷. تعامل اثربخش با مراکز فرهنگی و اجتماعی و استفاده از ظرفیت رسانه‌ها — به‌ویژه رسانه ملی — برای تبیین جایگاه نظام تعلیم و تربیت رسمی عمومی در تولید سرمایه اجتماعی و فرهنگی و جلوگیری از کوچک‌انگاری نقش آن در سرنوشت آینده کشور از منظر معارف اسلامی (همان: ۳۷). که هدف آن افزایش مشارکت نظام تعلیم و تربیت رسمی عمومی و مدرسه و معلمان و دانش‌آموزان در رشد و تعالی کشور در عرصه‌های دینی، فرهنگی، اجتماعی در سطح محلی و ملی به‌عنوان نهاد مولد سرمایه انسانی، فرهنگی، اجتماعی و معنوی. (همان: ۳۵)

این هماهنگی نهادها لازمه انسجام در نظام تربیتی و کامیابی آن است و در این میان رسانه نقش مؤثری در بازتولید این نظم گفتمانی دارد. اگر قرار باشد نهادهای مختلف الگوهای تربیتی مختلفی را ترویج دهند، هدف مطلوب محقق نخواهد شد. لذا رسانه هم از جهت ارائه تصویری

هم‌راستا میان نهادها و هم در تقویت فرهنگی و ارزشی نظام تربیتی اسلامی جایگاهی ویژه در میان نهادها دارد. اما در کنار این رسالت رسانه‌ای، عامل مهمی که می‌تواند به این نقش‌آفرینی حیاتی کمک کند، لحاظ کردن آموزش سواد رسانه‌ای در مدارس است.

پیچیدگی و تنوع انواع رسانه‌ها

۱. «با توجه به رشد و گسترش رسانه در دوران معاصر— در انواع دیداری، شنیداری، مکتوب، دیجیتال و در اشکال جمعی و فردی و با هویت ملی و فرا ملی — که با تکیه بر پیشرفت‌های قابل توجه در عرصه فناوری اطلاعات و ارتباطات همواره بر گسترده‌نمود و تأثیرگذاری آنها افزوده می‌شود.» (مبانی نظری: ۱۷۸)

۲. «لذا نباید به این گمان منجر شود که می‌توان انواع رسانه به‌ویژه اشکال نوین فناوری اطلاعات و ارتباطات را که عمدتاً در سطوح بین‌المللی و فراملی طراحی و سیاستگذاری و مدیریت می‌شوند، به لحاظ تربیتی تحت کنترل قرار داد، بلکه باید توجه کرد که رسانه در دنیای معاصر بیشتر به‌صورت عامل محیطی بیرونی و البته با کارکرد بسیار مؤثر بر فرایند تربیت به‌شمار می‌آید که فرصت‌ها و تهدیدهای فراوانی را در مسیر تحقق اهداف تربیت به دنبال دارد و لذا لازم است برای مواجهه فعال و هوشمندانه با انواع رسانه تدابیری مناسب اندیشیده و اقداماتی شایسته از سوی همه عوامل سهیم و مؤثر و تمام نهادهای تربیتی طراحی و اجرا شود.» (همان: ۱۸۲)

اشاره به این تنوع و تکثر در واقع اذعان به فضای پیچیده‌ای از انواع رسانه‌هاست که نوجوانان را از جهات گوناگون در معرض تهدیدات فرهنگی و معرفتی قرار داده‌است. همه‌جا حضوری و دسترسی سهل از خصوصیات رسانه‌های جدید شمرده می‌آید که برای کاهش آسیب‌های آنها ضرورت دارد نوجوانان به سواد رسانه‌ای مجهز و مسلح شوند. این مهم تنها وظیفه مسئولان نیست بلکه همچنان‌که در سند نیز مورد توجه قرار گرفته‌است، رسالت خانواده هم هست: «راهکار ۱/ ۴: آموزش و ارتقای مدیریت خانواده در استفاده مناسب از ابزار رسانه در محیط خانواده همسو با اهداف نظام تعلیم و تربیت رسمی عمومی.» (سند تحول، ۱۳۹۰: ۳۱)

این بند نشان می‌دهد که آموزش والدین نیز باید در دستور کار قرار گیرد. از سوی دیگر، حضور فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات به‌خاطر ایجاد شرایط جدید باعث شده‌است که رویکردها و رویه‌ها تغییر یابد مسلماً از معلم امروز انتظارات دیگری می‌رود. از این رو در سند «تعامل بیشتر معلمان با متربیان» تأکید شده‌است و بر نقش «تسهیل‌گری و هدایت‌کنندگی» آنها تأکید شده‌است. لذا توانمندسازی و مهارت‌افزایی معلمان نیز باید مورد توجه جدی قرار گیرد.

تأکید بر مصون‌سازی دانش‌آموزان

۱. «اما در خصوص دیگر انواع رسانه [رسانه فراملی] به‌نظر می‌رسد باید نظام تربیت رسمی و عمومی رویکرد مواجهه فعال و مثبت‌اندیشانه و هوشمندانه با این رسانه‌ها را در پیش گیرد و با تأکید بر آماده‌سازی متربیان جهت مواجهه خردورزانه با انواع رسانه، ایشان را برای

حضور ارزش‌مدار و عقلانی در عصر رسانه و بهره‌گیری از ظرفیت‌های رسانه و مصون‌سازی نسبت به تهدیدات انواع روزافزون رسانه (به‌جای برخورد محدودکننده و تکفیری) آماده‌سازد.» (مبانی نظری: ۳۱۹)

۲. «ظرفیت محیط رسانه‌ای و فناوری باید در راستای اهداف، سیاست‌ها و برنامه‌های نظام تربیت رسمی و عمومی مورد استفاده قرار گیرد، به‌گونه‌ای که زمینه رشد توانمندی‌های متریبان در شناخت و بهره‌گیری و توسعه نتایج تجارب متراکم بشری در عرصه علم و فناوری را امکان‌پذیر کند. این جهت‌گیری نه‌تنها متریبان را قادر می‌کند تا با عنایت به تغییرات و تحولات آینده با کسب دانش لازم و بینش ارزشمدر نسبت به جهان هستی و پدیده‌هایش احترام قائل شوند بلکه، روش مسئولانه‌ای در مواجهه با آن اتخاذ کنند. بدیهی است رویکرد مصون‌سازی به‌جای محدودسازی در نظام تربیت رسمی و عمومی ظرفیت‌های لازم را در متریبان برای برخورد سازنده با تأثیرات نامطلوب محیط رسانه‌ای فراهم می‌کند.» (همان: ۳۴۵)

تأکید سند بر مصون‌سازی و نه محدودسازی، در اینجا ستودنی و امیدوارکننده است و به‌روشنی می‌تواند تداعی‌کننده سواد رسانه‌ای باشد که عملی‌ساختن آن نیازمند برنامه‌ریزی از سوی کارشناسان است.

نتیجه‌گیری

با مرور بندهای رسانه‌ای سند تحول بنیادین آموزش و پرورش به جرئت می‌توان گفت همچنان‌که سواد به معنای سنتی و جاافتاده آن (که شامل خواندن و نوشتن و ... می‌شود) برای دانش‌آموزان مهم است، ارتقای سواد رسانه‌ای نیز مهم است و لازمه تربیت دانش‌آموزان در عصر حاضر به‌شمار می‌رود چراکه ضریب نفوذ و حضور رسانه‌ها در زندگی بسیار گسترش یافته‌است. تمام نظریه‌های ارتباطات چه رسانه‌محور و چه مخاطب‌محور برای قدرت و نفوذ رسانه‌ها در خدمت گرفته می‌شوند به‌طوری که دانش و مهارت رسانه‌ها را ارتقا می‌دهند تا به نوعی بر افکار مخاطبان تأثیر بگذارند.

تنها نظریه‌ای که منافع مخاطبان کانون توجه است نظریه سواد رسانه‌ای است. سواد رسانه‌ای به‌دنبال ارتقای مهارت مخاطب برای گزینش، تفسیر و نقد پیام‌هاست. در مقابل این هجمه اطلاعاتی که درست و نادرست، مطلوب و نامطلوب درهم آمیخته، مخاطبان چگونه مهارت خود را افزایش دهند تا اطلاعات درست و مطلوب را از دست ندهند و از طرفی تحت‌تأثیر پیام‌های نادرست و نامطلوب قرار نگیرند. البته مخاطبان تا حدودی سواد رسانه‌ای را از طریق تجربه کسب کرده و می‌کنند اما مخاطب کودک و نوجوان چگونه باید سواد رسانه‌ای را کسب کند. تجربه کشورهای پیشرفته که مواردی از آنها ذکر شد نشان می‌دهد که آموزش سواد رسانه‌ای برای نوجوانان راهکاری بایسته و شایسته است. با آموزش سواد رسانه‌ای در مدارس،

کودکان و نوجوانان "رسانه‌ها" را می‌آموزند و برای مواجهه با برنامه‌ها و تولیدات رسانه‌ای به تفکر انتقادی مجهز می‌شوند. چیزی که در دنیای رسانه‌ای شده امروز لازمه موفقیت و به ثمر نشستن هر نظام تربیتی است.

پی‌نوشت‌ها

۱. در مقاله حاضر به اختصار "سند تحول بنیادین" نوشته می‌شود.
۲. اصطلاح "تربیت رسمی و عمومی" برای اشاره بخش سامان‌یافته و الزامی از فرایند تربیت - یعنی تحصیلات مدرسه‌ای پیش از دانشگاه - به جای اصطلاح رایج "آموزش و پرورش" در مبانی نظری به کار گرفته شده است. (مبانی نظری: ۲۱)
۳. این ارکان در مباحث بعدی با عنوان (ارکان نظام تربیت رسمی و عمومی) مورد بحث قرار می‌گیرد.

منابع

- اسماعیلی، محسن (۱۳۸۹)، "حقوق کودک در برابر رسانه‌ها"، فصلنامه خانواده‌پژوهی، سال ششم، شماره ۲۱.
- باکینگهام، دیوید (۱۳۸۹)، *آموزش رسانه‌ای: یادگیری، سواد رسانه‌ای و فرهنگ معاصر*، ترجمه حسین سرافراز، تهران، دانشگاه امام صادق.
- پاتر، دبلیو جیمز (۱۳۹۱)، *بازشناسی رسانه‌های جمعی با رویکرد سواد رسانه‌ای*، ترجمه امیر یزدیان، پیام آزادی و منا نادعلی، قم، مرکز پژوهش‌های اسلامی صداوسیما.
- سلطانی فر، محمد (۱۳۸۶)، "سانسور یا سواد رسانه‌ای"، فصلنامه رسانه، شماره ۶۸.
- سند تحول بنیادین آموزش و پرورش، آذرماه ۱۳۹۰، مشهد مقدس.
- شرام، و. دورکین، کو (۱۳۷۷)، *تلویزیون در زندگی کودکان ما*، ترجمه م. حقیقت کاشانی، تهران، مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌های سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران.
- فانی، علی اصغر (۱۳۹۳)، سایت ایلنا، کد خبر ۲۴۲۶۷۱، تاریخ ۹۳/۱۰/۲۵
- مبانی نظری تحول بنیادین در نظام تعلیم و تربیت رسمی عمومی جمهوری اسلامی، آذرماه ۱۳۹۰.
- یونسکو (۱۳۸۰)، *کودکان و خشونت در رسانه‌های جمعی*، ترجمه مهدی شفق‌تی، تهران، مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌های سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران.

- Akker, J. van den (2003). *Curriculum perspectives: An introduction*. In J. van den Akker, W. Heins, M. & Cho, C. (2003). *Media literacy An Alternative to Censorship: the Free Expression Policy*. Retried September 29, 2006, from <http://www.fepproject.org/policyreports/medialiteracy2d.html>.
- Hobbs, R. (1998), "The seven great debates in the media literacy movement". *Journal of Communication*, 48 (1).
- Kubev, R. (1998). Obstacles to the development of media education in the United States. *Journal of communication*, 48(1).
- Kuiper & U. Hameyer (Eds.), *Curriculum landscapes and trends* Dordrecht: Kluwer Academic Publishers. American Behavioral Scientist (ABS). August 2011.