

اثر بخشی آموزش سواد رسانه‌ای بر دانش‌آموزان در شهر کرمان

دکتر عباس تقی‌زاده*

چکیده

برای زیستن در جهان کنونی به سواد رسانه‌ای نیاز داریم. با توجه به اهمیت سواد رسانه‌ای، کشورهای مختلف، آموزش‌های لازم را از مدارس آغاز کرده‌اند. بر این اساس، در پژوهش حاضر، اثربخشی آموزش سواد رسانه‌ای بر دانش‌آموزان شهر کرمان بررسی شده است. پژوهش به روش شبه‌آزمایشی و با نمونه‌گیری خوشه‌ای و انتخاب گروه‌های آزمایش و کنترل، هر کدام شامل ۱۲۰ دانش‌آموز پسر دبیرستانی در شهر کرمان انجام گرفت و دوره آموزشی برای گروه آزمایش طی یک‌ترم به اجرا درآمد.

بر اساس نتایج، میانگین نمره کلی سواد رسانه‌ای دانش‌آموزان در هر دو گروه آزمایشی و کنترل، در پیش‌آزمون ۲/۲ از ۵ بوده که در سطح «ضعیف» قرار داشت. با اجرای دوره آموزش، میانگین نمره سواد رسانه‌ای، دانش‌آموزان گروه آزمایش نسبت به گروه کنترل، با ۹۹ درصد اطمینان افزایش یافت و به ۳/۶۵، یعنی سطح «خوب» رسید. میانگین نمره دانش‌آموزان گروه آزمایش در توانایی‌های سواد رسانه‌ای یعنی، توانایی استفاده از رسانه، تجزیه و تحلیل، تولید و ارسال پیام‌های رسانه‌ای و تفکر انتقادی نیز پس از اجرای دوره آزمایشی به‌طور معناداری افزایش یافت. از این رو می‌توان گفت که آموزش سواد رسانه‌ای بر میزان و سطح توانایی‌های مرتبط با سواد رسانه‌ای در دانش‌آموزان مؤثر است و توسعه آن در مدارس ضرورت دارد.

کلید واژه‌ها: آموزش سواد رسانه‌ای، سواد رسانه‌ای، دانش‌آموزان مقطع متوسطه، تجزیه و تحلیل پیام‌های رسانه‌ای، تفکر انتقادی، شهر کرمان

* دکترای علوم ارتباطات، دانشگاه تحصیلات تکمیلی صنعتی و فناوری پیشرفته کرمان

Email: taghizaadeh319@yahoo.com

پذیرش نهایی: ۹۶/۵/۱۳

تجدید نظر: ۹۶/۳/۲۷

تاریخ دریافت: ۹۵/۱۱/۱۷

DOI: 10.22082/CR.2017.58455.1273

مقدمه

در عصر کنونی، رسانه‌ها و بویژه رسانه‌های تعاملی، جایگاه مهمی را به خود اختصاص داده‌اند. این رسانه‌ها در میان نوجوانان و جوانان، جذابیت خاصی دارند، چنان‌که زندگی بسیاری از این گروه سنی با فناوری‌های نوین ارتباطی گره خورده است.

از سوی دیگر، توانمندسازی دانش‌آموزان برای زیستن در عصر کنونی از وظایف نهاد آموزش و پرورش است. این نهاد، زیربنای توسعه و پیشرفت محسوب می‌شود و معماران فردای کشور را تربیت می‌کند.

مقطع متوسطه در میان دوره‌های تحصیلی به‌عنوان حلقه ارتباط بین مدرسه و جامعه از اهمیت بالا و سرنوشت‌سازی برخوردار است. دانش‌آموختگان این مقطع، لازم است به سواد رسانه‌ای به‌عنوان مهارتی حیاتی برای زندگی در عصر کنونی مجهز شوند. مهارتی که تسلط بر آن برای دانش‌آموزان این مقطع، بیش از سایر اقشار جامعه ضرورت دارد.

در سند تحول راهبردی نظام تربیت رسمی و عمومی جمهوری اسلامی ایران در افق چشم‌انداز (۱۳۹۰)، به زمینه‌سازی برای مدیریت بهینه محیط رسانه‌ای و کمک به ترویج و تعمیق سواد رسانه‌ای و بهره‌برداری مناسب از محیط نوظهور یادگیری اشاره شده است. همچنین طبق برنامه ملی درسی (۱۳۹۱)، نهاد تعلیم و تربیت وظیفه دارد با پاسخگویی به نیازهای جامعه و مطالبات اجتماعی، رسالت تربیتی خود را به‌درستی ایفا کند. در این برنامه بر سواد رسانه‌ای تأکید شده است.

سواد رسانه‌ای مراحل مختلفی را پشت سر گذاشته و پایه‌پای بشر و همراه با تحول رسانه‌ها، متناسب با هر دوره زمانی، گسترش یافته است. امروزه سواد رسانه‌ای بیشتر تحت تأثیر رسانه‌های تعاملی قرار دارد.

در این میان، سازمان بین‌المللی یونسکو، به‌طور فعال، از دهه ۱۹۶۰ به پشتیبانی از آموزش سواد رسانه‌ای همت گماشت و تلاش کرد در این زمینه برنامه‌ای جهانی را اجرا کند. از اواسط دهه ۱۹۷۰ میلادی، موضوع سواد رسانه‌ای در برخی کشورها با

اثربخشی آموزش سواد رسانه‌ای بر دانش‌آموزان در شهر کرمان ❖ ۱۵۵

پیشگامی کانادا مورد توجه قرار گرفت. اصلی‌ترین هدف آموزش سواد رسانه‌ای در این کشورها، برطرف کردن نابرابری‌های اطلاعاتی بین کشورهای پیشرفته و عقب‌افتاده بود. برای نمونه، در استرالیا و برخی کشورهای اروپایی، موضوع آموزش سواد رسانه‌ای بر نگاه منتقدانه و خلاق به محصولات رسانه‌ای تأکید دارد و هدف اصلی آن توانمند کردن مخاطبان برای ایجاد تمایز بین ارزش‌های والای فرهنگی و ارزش‌های عمومی محصولات رسانه‌ای است. در افریقای جنوبی، آموزش سواد رسانه‌ای به منظور ارتقای سطح آموزش عمومی مورد استفاده قرار گرفت، در حالی که در برخی از کشورهای انگلیسی‌زبان، مانند اسکاتلند، این آموزش به مثابه بخشی از آموزش مهارت‌های زبانی محسوب می‌شد (طلوعی، ۱۳۹۱، ص ۶۱). ژاپن، این سواد را در بررسی انتقادی فرآورده‌های رسانه‌ای و نقد و تحلیل واقعیت ایجاد شده از سوی رسانه‌ها به کار می‌برد (کونیومی^۱، ۲۰۰۲، ص ۹۵) و بیانیه یونسکو (۱۹۸۲) در زمینه آموزش و پرورش بر فهم انتقادی محیط رسانه‌ای که ما را فراگرفته؛ با هدف افزایش اصول شهروندی و مشارکت اجتماعی تأکید دارد. در سال‌های اخیر نیز، به آموزش سواد رسانه‌ای با تأکید بر رسانه‌های دیجیتال توجه زیادی شده است (برایان^۲، ۲۰۱۰، ص ۳۲۴). در واقع اینترنت، بزرگ‌ترین تحول را در رسانه‌ها پدید آورد؛ تحولی که مردم را قادر به پذیرش و کار با برنامه‌های کاربردی مختلف کرد (هاچسمن^۳ و استارت^۴، ۲۰۱۲، ص ۴). دیدگاه انتقادی هم از مؤلفه‌های مهم سواد رسانه‌ای است که به مطالعه در زمینه صاحبان و اقتصاد رسانه، اصول اخلاقی و سیاسی و نیروهای شکل‌دهنده به محتوای آنها می‌پردازد (روزنباوم^۵ و همکاران، ۲۰۱۶، ص ۱۲).

اینک رسانه‌ها، شکل تازه‌ای به زندگی ما داده‌اند. نوجوانان دانش‌آموز، از کاربران رسانه‌های نوین هستند و برای استفاده مطلوب و خردمندانه از آنها، نیاز به سواد رسانه‌ای دارند.

به اعتقاد پاتر^۶ که از پیشگامان سواد رسانه‌ای است، دانشجویان [و دانش‌آموزان]

-
- | | | |
|------------|--------------|---------------|
| 1. Kuniomi | 2. Brian | 3. Hoechsmanl |
| 4. Stuart | 5. Rosenbaum | 6. Potter |

به‌طور معمول فکر می‌کنند؛ که چیزهای زیادی می‌دانند و آن‌هم به دلیل صرف وقت در کانال‌های رسانه‌ای و تأثیرات ویژه تصاویر است اما متأسفانه حتی از درک اولیه صنعت رسانه‌ای و اثرات آن بی‌خبرند. پاتر، استدلال می‌کند که افراد دارای سواد رسانه‌ای به‌طور خودکار، زمان کمتری صرف پردازش پیام‌های رسانه‌ای می‌کنند (۲۰۰۸، ص ۶۱). برنامه درسی برای آموزش سواد رسانه‌ای لازم است. برنامه درسی، به محتوای رسمی و غیررسمی، فرایند، محتوا، آموزش‌های آشکار و پنهانی اطلاق می‌شود که از طریق آنها، فراگیر تحت هدایت مدرسه، دانش لازم را به دست می‌آورد، مهارت‌ها را کسب می‌کند و گرایش‌ها، قدرشناسی‌ها و ارزش‌ها را در خود تغییر می‌دهد (ملکی، ۱۳۹۱، ص ۳۴). در حالی که در مدارس بسیاری از کشورها، مباحث سواد رسانه‌ای در قالب کتاب درسی برای پایه‌های مختلف تدریس می‌شود، در کشور ما، به‌تازگی این درس در پایه دهم به‌صورت اختیاری ارائه شده است. در واقع نوعی شکاف در حوزه آموزش سواد رسانه‌ای در میان کشور ما و کشورهای دیگر وجود دارد. از سویی، سهم یافته‌های پژوهشی داخلی بخصوص در حوزه سواد رسانه‌ای دانش‌آموزان اندک است و به پژوهش‌های زیادی، بویژه در زمینه تأثیر آموزش‌های سواد رسانه‌ای بر دانش‌آموزان برای رسیدن به برنامه درسی جامع نیاز است. پژوهش حاضر با همین هدف انجام شده است.

فرضیه‌های پژوهش

- دانش‌آموزانی که در دوره آموزش سواد رسانه‌ای شرکت کرده‌اند، توانایی بیشتری در استفاده از رسانه‌ها نسبت به دانش‌آموزان شرکت نکرده در دوره آموزشی دارند.
- دانش‌آموزانی که در دوره آموزش سواد رسانه‌ای شرکت کرده‌اند، توانایی بیشتری در تولید و ارسال پیام‌های رسانه‌ای نسبت به دانش‌آموزان شرکت نکرده در دوره آموزشی دارند.
- دانش‌آموزانی که در دوره آموزش سواد رسانه‌ای شرکت کرده‌اند، در تجزیه و تحلیل پیام‌های رسانه‌ای نسبت به دانش‌آموزانی که در دوره شرکت نکرده‌اند تواناترند.

اثربخشی آموزش سواد رسانه‌ای بر دانش آموزان در شهر کرمان ❖ ۱۵۷

● دانش‌آموزانی که در دوره آموزش سواد رسانه‌ای شرکت کرده‌اند، در برخورد با پیام‌های رسانه‌ای میزان تفکر انتقادی بالاتری نسبت به دانش‌آموزان شرکت نکرده در دوره آموزشی دارند.

● دانش‌آموزانی که در دوره آموزش سواد رسانه‌ای شرکت کرده‌اند، سواد رسانه‌ای بالاتری نسبت به دانش‌آموزان شرکت نکرده در دوره آموزشی دارند.

پیشینه پژوهش

سواد رسانه‌ای از دهه ۱۹۶۰م. به نحوی فزاینده به‌عنوان یک چارچوب مهم در زمینه مطالعات رسانه و ارتباطات مطرح شد (دراک^۱، ۲۰۱۶، ص ۱۱۲۵).

سرافین^۲ (۲۰۱۱) در پژوهش خود نحوه پردازش پیام‌های رسانه‌ای را در زمینه‌های مرتبط با تبلیغات، بین دانش‌آموزان شرکت‌کننده در دوره آموزش سواد رسانه‌ای و دانش‌آموزان شرکت نکرده بررسی کرد. بر اساس نتایج این پژوهش، دانش‌آموزان گروه آزمایش پس از پنج هفته که در دوره آموزشی شرکت کردند، نسبت به مصرف تبلیغاتی خود و آگاهی از تکنیک‌های به‌کار رفته در تبلیغات، به‌طور معناداری در سطح بالاتری نسبت به گروه کنترل قرار داشتند. از سوی دیگر، دانش‌آموزان دربارۀ پیام‌های رسانه‌ای، معنایابی، توجه آگاهانه به رسانه‌ها و پردازش نیز به‌طور معناداری نسبت به گروه کنترل در سطح بالاتری قرار می‌گرفت. همچنین بر پایه نتایج پژوهش سینگ^۳ (۲۰۱۲) قرار دادن سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی در هسته اصلی آموزش به‌منظور ترویج تفکر انتقادی و یادگیری مستقل در میان دانش‌آموزان، امری است که ضروری به نظر می‌رسد.

فینکیولیویک^۴ و همکاران (۲۰۱۲)، با بررسی سیاست‌های اطلاعاتی و آموزشی در امریکای لاتین، نشان دادند که برنامه‌های سواد رسانه‌ای در مکزیک و پرو بر اساس این نیاز شکل گرفته تا سطوح بالایی از نابرابری و شکاف دیجیتالی عظیم را که همراه با نفوذ اینترنت ایجاد شده، حل کنند.

1. Druick 2. Serafin 3. Singh
4. Finquelievich

عمران^۱ و همکاران (۲۰۱۴)، پردازش پیام‌های رسانه‌های اجتماعی را در مواقع اضطراری مورد بررسی قرار داده‌اند. بر اساس نتایج وی، در مواقع بحرانی و خطرناک، رسانه‌های اجتماعی مبادرت به انتقال اطلاعات می‌کنند اما مدیریت اطلاعات فراینده، فیلتر کردن اطلاعات معتبر و اولویت‌بندی اطلاعات مختلف، از چالش‌های پردازش پیام‌ها در رسانه‌های اجتماعی است. سور^۲ و همکاران (۲۰۱۴) نیز در پژوهش خود به بررسی نیازهای آموزشی سواد رسانه‌ای در مدارس ترکیه پرداخته‌اند. مصاحبه آنها با معلمان، نشان می‌دهد که درک دانش‌آموزان از رسانه‌ها نسبت به قبل از دوره آموزشی معنادار است. نتایج پژوهش‌های لی^۳ (۲۰۱۶) در هنگ‌کنگ هم مشخص کرده است که برگزاری دوره‌های آموزش سواد رسانه‌ای، ارتباطات، میزان همکاری، تفکر انتقادی و خلاقیت را در دانش‌آموزان افزایش می‌دهد.

نتایج پژوهش تقی‌زاده (۱۳۹۰)، حاکی از آن است که سواد رسانه‌ای دانش‌آموزان دبیرستانی شهر کرمان در سطح متوسط به پایین است و آنان اطلاعات اندکی درباره رسانه‌ها، مالکیت و عوامل اقتصادی، فرهنگی دارند. دانش‌آموزان کمتر با برنامه‌ریزی قبلی از رسانه‌ها استفاده می‌کنند و اعتماد زیادی به محتوای اینترنت دارند.

نتایج پژوهش شاه‌حسینی (۱۳۹۲) نیز نشان داده است که دانش‌آموزان شرکت‌کننده در دوره آموزشی تفکر انتقادی؛ در بازگشایی پیام‌های تبلیغاتی نسبت به گروه آموزش ندیده بهتر عمل می‌کنند. همچنین سلیمان و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهش خود به این نتیجه دست یافتند که دانشجویان و دانش‌آموزان تهرانی به دلیل ضعف در بعد ادراکی سواد رسانه‌ای، قادر به انتخاب آگاهانه از میان فرستنده‌های متعدد، اقدام مستقل و کنترل در مرحله مصرف نیستند و نیاز به آموزش دارند تا به ابزار تحلیل و ارزیابی تولیدات رسانه‌ای مجهز شوند.

چارچوب نظری

از سواد رسانه‌ای تعاریف زیادی ارائه شده است. به اعتقاد ثومن^۴ (۱۹۹۵) سواد

1. Imran 2. Sur 3. Lee
4. Thoman

رسانه‌ای در سه لایه عمل می‌کند: لایه اول، اهمیت برنامه‌ریزی شخصی در نحوه استفاده از رسانه‌هاست. در لایه دوم، مخاطب به جنبه‌های نامحسوس‌تر رسانه‌ای توجه می‌کند و به پرسش‌ها و موضوعات عمیق می‌پردازد. لایه سوم نیز، مهارت‌های لازم برای تماشای انتقادی رسانه‌هاست. با این مهارت‌ها، مخاطب به تجزیه و تحلیل و پرسش درباره چارچوب ساخت پیام و جنبه‌های جا افتاده در آن می‌پردازد (کواچ^۱ و روسنستیل^۲، ۲۰۰۷، ص ۵). بر این اساس، سواد رسانه‌ای نظامی تفسیری و ترجیحی، متأثر از داوری‌های ذهنی و اخلاقی است که مواجهه فرد را با پیام‌های رسانه‌ای شکل می‌دهد و موجب می‌شود مخاطبان، در استفاده و انتخاب پیام‌ها مسئولیت بیشتری احساس کنند (لیوینگستون^۳ و تامیم^۴، ۲۰۰۳، ص ۶).

همچنین سواد رسانه‌ای به دانش، مهارت‌ها و توانایی‌هایی اشاره دارد که برای استفاده و تفسیر رسانه‌ها مورد نیاز است. سواد رسانه‌ای گونه‌ای از سواد انتقادی است که شامل تحلیل، ارزیابی و باریک‌اندیشی انتقادی است (باکینگهام، ترجمه سرفراز، ۱۳۸۹، صص ۸۵ و ۱۹۲). از سوی دیگر، سواد رسانه‌ای به‌طور معمول مترادف با سواد اطلاعاتی به کار می‌رود. در حالی که از نگاه یونسکو، سواد اطلاعاتی، بر اهمیت دسترسی به اطلاعات و ارزیابی و استفاده حرفه‌ای از آن تأکید دارد، سواد رسانه‌ای بر درک کارکرد رسانه‌ها، ارزیابی یا تحلیل کارکردها و چگونگی تعامل عقلانی با رسانه‌ها در جهت استقلال فردی تأکید می‌کند (یونسکو، ۲۰۱۱، ص ۱۸). هدف از آموزش سواد رسانه‌ای، ارتقا بخشیدن به درک مخاطبان است تا بررسی چگونگی کار و ساختار، نحوه انعکاس واقعیت‌ها و معناسازی در رسانه‌ها برای دانش آموزان لذت‌بخش باشد. هدف دیگر نیز توانمند ساختن دانش‌آموزان برای تولیدات رسانه‌ای است (دانکن^۵، ۲۰۰۶).

براساس نظریه جیمز پاتر، سواد رسانه‌ای از سه بلوک؛ شامل منبع شخصی، ساختارهای دانش و مهارت‌ها ساخته می‌شود. منبع شخصی، اهداف انگیزشی مخاطبان

1. Kovach 2. Rosenstie 3. Livingstone
4. Thumim 5. Duncan

از رسانه‌ها را توضیح پذیر می‌کند و برخورداری مخاطبان از رسانه‌ها پیوستاری از کنش فعالانه تا منفعل را دربرمی‌گیرد. ساختارهای دانش مجموعه اطلاعات برنامه‌ریزی شده در حافظه فرد هستند که خودبه‌خود ایجاد نمی‌شوند؛ بلکه با توجه و دقت ساخته می‌شوند. پاتر در حالی که سواد رسانه‌ای را مجموعه‌ای از چشم‌اندازها می‌داند که به‌طور فعالانه، برای قرار گرفتن در معرض رسانه از آنها بهره‌برداری می‌کنیم، بر پردازشگری اطلاعات، برای درک معنا و تفسیر پیام‌هایی که با آنها مواجه می‌شویم صحنه می‌گذارد (پاتر، ۲۰۰۸، صص ۱۵-۱۲).

در مجموع، با بررسی مفاهیم، به چهار مؤلفه (توانایی) دست می‌یابیم که توانایی دسترسی و استفاده از رسانه‌ها؛ تحلیل و ارزیابی، تولید و ارسال (ارتباط با) پیام‌های رسانه‌ای و تفکر انتقادی نام دارند. این چهار مؤلفه که از دید یونسکو (۲۰۱۱) به‌عنوان اجزای سازنده سواد رسانه‌ای معرفی شده‌اند، مبنای پژوهش کنونی را تشکیل می‌دهند.

جدول ۱. تعریف یونسکو از سواد رسانه‌ای (۲۰۱۱)

مؤلفه (توانایی‌ها)			
تفکر انتقادی	تجزیه و تحلیل	تولید و ارسال پیام	دسترسی و استفاده
ارزیابی انتقادی پیام‌ها اعم از خبر یا سرگرمی، به‌منظور تقویت کردن توانایی‌های مستقل افراد و کاربران فعال	گسترش مهارت‌های تحلیل پیام، اعم از خبری یا سرگرم‌کننده، به‌منظور تقویت کردن قابلیت‌های مستقل افراد و کاربران فعال	ترغیب کردن تولید، خلاقیت و تعامل در حوزه‌های مختلف ارتباطات رسانه‌ای	فراهم آوردن امکان دسترسی به انواع رسانه‌ها که به‌طور بالقوه، ابزارهایی برای درک جامعه و مشارکت دموکراتیک هستند.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش، به روش شبه‌آزمایشی انجام گرفته است. جامعه آماری همه دانش‌آموزان مقطع متوسطه شهر کرمان را در سال ۱۳۹۳-۱۳۹۲ شامل می‌شود. برای نمونه‌گیری و تعیین گروه‌های کنترل و آزمایش، از نمونه‌گیری خوشه‌ای استفاده شده است. در ابتدا،

اثربخشی آموزش سواد رسانه‌ای بر دانش‌آموزان در شهر کرمان ❖ ۱۶۱

دبیرستان‌های شهر کرمان به دو خوشه ناحیه ۱ و ۲ تقسیم و از بین آنها، مدارس پسرانه جدا شده‌اند (پژوهشگر، برای اجرای دوره آموزشی مجوز حضور در مدارس دخترانه را نداشت). به‌طور تصادفی، دو مدرسه در هر ناحیه، تعیین و در ادامه، همه دانش‌آموزان سال اول یک مدرسه به‌عنوان گروه آزمایش و همه دانش‌آموزان سال اول دبیرستان دیگر به‌عنوان گروه کنترل انتخاب شدند. پژوهشگر در ابتدای ماه مهر، پیش‌آزمون را برگزار کرد و به مدت یک ترم به تدریس دوره آموزشی سواد رسانه‌ای به ازای هر هفته یک جلسه به مدت ۹۰ دقیقه برای گروه آزمایش پرداخت. در پایان نیز پس‌آزمون در هر دو مدرسه اجرا شد. محتوای دوره آموزشی، شامل موارد زیر بود:

شناخت پایگاه‌های اینترنتی؛ بخش‌ها، امکانات و ویژگی‌ها، شناخت ویژگی‌های رادیو، تلویزیون و فیلم‌ها همراه با تاریخچه، شناخت بازی‌های رایانه‌ای با ویژگی‌ها، مزایا و معایب، آشنایی با شیوه‌های اقناع مخاطب در گونه‌های مختلف رسانه‌ای، شناخت ویژگی‌های روزنامه‌ها و مجلات همراه با تاریخچه، شناسایی محتوای سالم و ناسالم رسانه‌ای در ابعاد مختلف، چالش‌ها و مخاطرات حضور در فضای مجازی، آشنایی با اخبار و تبلیغات سیاسی، استفاده مناسب از فناوری‌های نوین ارتباطی، مدیریت جستجوهای اینترنتی و منابع کتابخانه‌ای، مدیریت زمان و برنامه‌ریزی، آشنایی با اصول، قواعد و زبان رسانه‌های مختلف، سواد بصری، هنری و زیباییشناسی در بررسی نمادها و نشانه‌ها، بررسی مالکیت رسانه‌ها و ارتباط آن با محتوا و مخاطبان، نقد فیلم و انیمیشن، بازی‌های رایانه‌ای و کتاب، تبلیغات تجاری؛ فن‌ها و ویژگی‌ها، آشنایی با نقش حامیان رسانه‌های مختلف، تولید محتوای رسانه‌ای مانند پوستر، بروشور، وبلاگ، آشنایی با مفهوم بازنمایی، تفکرات قالبی، پیام‌های پنهان و آشکار در رسانه‌ها.

در پژوهش کنونی، چهار متغیر دسترسی و استفاده از رسانه‌ها؛ تحلیل و ارزیابی، تولید و ارسال پیام‌های رسانه‌ای و تفکر انتقادی در نظر گرفته شده است که با هم سواد رسانه‌ای را می‌سازند. از طریق پرسشنامه، هر مؤلفه با ۱۰ گویه بر اساس طیف لیکرت و در مجموع، سواد رسانه‌ای با ۴۰ گویه سنجیده شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها در دو سطح

۱۶۲ ❖ پژوهش‌های ارتباطی / سال بیست‌وچهارم / شماره ۴ (پیاپی ۹۲) / زمستان ۱۳۹۶

توصیفی و روش آماری استنباطی انجام گرفت. برای سنجش پایایی پرسشنامه ضریب پایایی (آلفای کرونباخ) محاسبه گردید که برابر با ۰/۹۲ به دست آمد. از طرفی، اعتبار یا روایی پرسشنامه از سوی تعدادی از استادان گروه‌های ارتباطات و علوم اجتماعی و علوم تربیتی، بررسی و با جمع‌بندی نظرهای آنان نهایی شد. همچنین متغیر پایگاه اقتصادی - اجتماعی خانواده دانش‌آموزان نیز با مؤلفه‌هایی شامل میزان درآمد خانواده، وضعیت سکونت و مدرک تحصیلی والدین به صورت رتبه‌ای در سه سطح پایین، متوسط و بالا ساخته شد.

یافته‌های پژوهش

با توجه به اطلاعات جدول ۲، آزمودنی‌ها به تعداد ۲۴۰ نفر، پسرانی هستند که در هر مدرسه، در قالب ۴ کلاس، در سال اول دبیرستان مشغول تحصیل هستند. از لحاظ پایگاه اقتصادی - اجتماعی، بیشترین درصد با ۵۲/۱ درصد (۱۲۵ نفر) در پایگاه اقتصادی - اجتماعی بالا و کمترین درصد با ۴/۶ درصد (۱۱ نفر) در پایگاه پایین قرار دارند. مدارس شاهد و آزمایش از نظر سطح پایگاه اقتصادی - اجتماعی، تعداد، جنس، پایه تحصیلی و معدل تحصیلی آزمودنی‌ها مشابه‌اند.

جدول ۲. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی

کل		مدرسه آزمایش		مدرسه شاهد		ویژگی‌ها	
درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	پسر، اول دبیرستان	جنس و پایه تحصیلی
۱۰۰	۲۴۰	۵۰	۱۲۰	۵۰	۱۲۰		
۴/۶	۱۱	۵	۶	۴/۲	۵	پایین	پایگاه اقتصادی اجتماعی
۴۳/۳	۱۰۴	۴۱/۷	۵۰	۴۵	۵۴	متوسط	
۵۲/۱	۱۲۵	۵۲/۳	۶۴	۵۰/۸	۶۱	بالا	
۱۰۰	۸	۵۰	۴	۵۰	۴	اول دبیرستان	تعداد کلاس
۱۸/۲۵		۱۸/۲۴		۱۸/۲۷		معدل تحصیلی	

بررسی پیش‌آزمون

در ابتدای اجرای دوره در دو گروه، پیش‌آزمون برگزار شد. نتایج پیش‌آزمون استخراج و برای هر مؤلفه سازنده سواد رسانه‌ای و مفهوم کلی سواد رسانه‌ای، در پنج سطح رتبه‌بندی انجام گرفت. با توجه به کدگذاری پاسخ‌ها از ۱ تا ۵ رتبه‌بندی بر مبنای اختلاف بین کمترین امتیاز (۱) و بالاترین امتیاز ممکن (۵) صورت گرفت (۱/۸۰- $1/100 =$ سطح خیلی ضعیف، $2/60 - 1/81 =$ سطح ضعیف، $3/40 - 2/61 =$ سطح متوسط، $4/20 - 3/41 =$ سطح خوب و $5/00 - 4/21 =$ سطح خیلی خوب).

چنان‌که در جدول ۳ مشاهده می‌شود، بین واریانس گروه‌ها در متغیرهای پژوهش در مرحله پیش‌آزمون تفاوت معنادار وجود ندارد، از این رو، پیش‌فرض تساوی واریانس‌ها برای متغیر رعایت شده است و دانش‌آموزان در دو گروه، همگن هستند. سطح هر متغیر در هر گروه (آزمایش و کنترل) نیز در پیش‌آزمون، یکسان است.

جدول ۳. نتایج پیش‌آزمون سواد رسانه‌ای و مهارت‌ها

متغیر	مراحل	گروه	میانگین	سطح	انحراف استاندارد	F (لوین)	سطح معناداری
دست‌رسی و استفاده از رسانه‌ها	پیش‌آزمون	آزمایش	۱/۶۹	خیلی ضعیف	۰/۳۶	۰/۹۶	۰/۳۳
		کنترل	۱/۶۷	خیلی ضعیف	۰/۳۹		
تولید و ارسال پیام	پیش‌آزمون	آزمایش	۲/۳۲	ضعیف	۰/۷۹	۰/۲۶	۰/۶۱
		کنترل	۲/۴۵	ضعیف	۰/۷۵		
تحلیل و ارزیابی پیام	پیش‌آزمون	آزمایش	۲/۲۶	ضعیف	۰/۵۰	۰/۰۱	۰/۷۶
		کنترل	۲/۲۴	ضعیف	۰/۵۱		
تفکر انتقادی	پیش‌آزمون	آزمایش	۲/۴۷	متوسط	۰/۶۲	۲/۶۶	۰/۱۰
		کنترل	۲/۵۰	متوسط	۰/۵۵		
کل: سواد رسانه‌ای	پیش‌آزمون	آزمایش	۲/۱۹	ضعیف	۰/۴۰	۰/۶۶	۰/۴۲
		کنترل	۲/۲۰	ضعیف	۰/۳۷		

با توجه به اطلاعات ارائه شده در جدول ۴ و مقایسه آن با اطلاعات جدول ۳، دانش‌آموزان شرکت‌کننده در دوره آموزش سواد رسانه‌ای، در مؤلفه‌های چهارگانه نسبت به گروه کنترل، پیشرفت داشته‌اند. توانایی استفاده از رسانه‌ها، در گروه آزمایش از سطح «خیلی ضعیف» به «متوسط» و توانایی تجزیه و تحلیل پیام‌های رسانه‌ای، از سطح «ضعیف» به «خیلی خوب» رسیده است. توانایی تولید و ارسال پیام‌های رسانه‌ای نیز در این گروه از سطح «ضعیف» به خوب منتهی شده، این در حالی است که گروه کنترل در این زمینه، از سطح «ضعیف» به «متوسط» رسیده است. همچنین در زمینه تفکر انتقادی در برخورد و استفاده از پیام‌های رسانه‌ای، دانش‌آموزان گروه آزمایش از سطح «متوسط» به «خیلی خوب» ارتقا یافته‌اند.

در مجموع، سطح سواد رسانه‌ای دانش‌آموزان گروه آزمایش از «ضعیف» به «خوب» رسیده است اما سطح سواد رسانه‌ای گروه کنترل، در همان سطح قبلی (ضعیف) باقی مانده است. در ادامه، یافته‌های پژوهش در قالب فرضیه‌ها و با آزمون‌های آماری، بررسی شده‌اند.

جدول ۴. مقایسه سواد رسانه‌ای و مهارت‌های سازنده در میان دانش‌آموزان گروه آزمایش و کنترل بر اساس اختلاف میانگین‌ها در پس‌آزمون

اختلاف میانگین	سطح	میانگین (انحراف استاندارد)	گروه	عناصر سازنده سواد رسانه‌ای
۰/۸۹	متوسط	۲/۶۲ (۰/۳۷)	آزمایش	توانایی دسترسی و استفاده از رسانه‌ها
	خیلی ضعیف	۱/۷۳ (۰/۲۸)	کنترل	
۱/۹۰	خوب	۳/۴۲ (۰/۶۰)	آزمایش	توانایی تولید و ارسال پیام
	متوسط	۲/۷۸ (۰/۷۵)	کنترل	
۰/۶۴	خیلی خوب	۴/۲۳ (۰/۳۸)	آزمایش	توانایی تحلیل و ارزیابی
	ضعیف	۲/۳۳ (۰/۳۶)	کنترل	
۱/۵۲	خیلی خوب	۴/۳۰ (۰/۷۵)	آزمایش	تفکر انتقادی
	متوسط	۲/۷۸ (۰/۵۵)	کنترل	
۱/۲۵	خوب	۳/۶۵ (۰/۲۷)	آزمایش	کل: سواد رسانه‌ای
	ضعیف	۲/۴۰ (۰/۳۰)	کنترل	

بررسی فرضیه‌ها

فرضیه‌های پژوهش با آزمون t مستقل بین گروهی آزمایش و کنترل، بررسی شده‌اند. فرضیه ۱. دانش‌آموزانی که در دوره آموزش سواد رسانه‌ای شرکت کرده‌اند، توانایی بیشتری در استفاده از رسانه‌ها نسبت به دانش‌آموزان شرکت نکرده در دوره آموزشی دارند. با توجه به نتایج آزمون آماری در جدول ۵، با مقدار $t = -20/921$ و سطح معناداری $(0/000)$ ، می‌توان گفت که بین توانایی استفاده از رسانه‌ها در گروه‌های آزمایش و کنترل، در سطح خطای ۱ درصد و با اطمینان ۹۹ درصد تفاوت معناداری وجود دارد. به عبارت دیگر، میانگین این توانایی در دانش‌آموزان شرکت‌کننده در دوره آموزشی سواد رسانه‌ای افزایش یافته و برنامه آموزشی در این زمینه مؤثر بوده است.

جدول ۵. نتایج آزمون مقایسه میانگین توانایی دسترسی و استفاده از رسانه‌ها در دو گروه

سطح معناداری	t	F (پوین)	میانگین اختلاف	انحراف استاندارد	میانگین	تعداد	پس‌آزمون	
۰/۰۰۰	-۲۰/۹۲۱	۴/۳۳	۰/۸۹	۰/۳۷	۲/۶۲	۱۲۰	گروه	توانایی استفاده از رسانه‌ها
							آزمایش	
				۰/۲۸	۱/۷۳	۱۲۰	گروه کنترل	

$p < 0/01$

فرضیه ۲. دانش‌آموزانی که در دوره آموزش سواد رسانه‌ای شرکت کرده‌اند، توانایی بیشتری در تولید و ارسال پیام‌های رسانه‌ای نسبت به دانش‌آموزان شرکت نکرده در دوره آموزشی دارند. با توجه به نتایج آزمون آماری ارائه شده در جدول ۶، با مقدار $t = -7/295$ و سطح معناداری $(0/000)$ می‌توان گفت که بین توانایی تولید و ارسال پیام‌های رسانه‌ای در گروه‌های آزمایش و کنترل، در سطح خطای ۱ درصد و با اطمینان ۹۹ درصد تفاوت معناداری وجود دارد. به طوری که میانگین این توانایی در دانش‌آموزان شرکت‌کننده در دوره آموزشی سواد رسانه‌ای افزایش یافته و برنامه آموزشی در این زمینه تأثیرگذار بوده است.

جدول ۶. نتایج آزمون مقایسه میانگین توانایی تولید و ارسال پیام‌های رسانه‌ای

در دو گروه

تولید و ارسال پیام‌های رسانه‌ای	گروه	تعداد	میانگین	استاندارد انحراف	میانگین اختلاف	F (لوین)	t	معناداری سطح
	گروه آزمایش	۱۲۰	۳/۴۲	۰/۶۰	۰/۶۴	۶/۴۳	-۷/۲۹۵	۰/۰۰۰
	گروه کنترل	۱۲۰	۲/۷۸	۰/۷۵				

$p < 0/01$

فرضیه ۳. دانش‌آموزانی که در دوره آموزش سواد رسانه‌ای شرکت کرده‌اند، در تجزیه و تحلیل پیام‌های رسانه‌ای نسبت به دانش‌آموزانی که در دوره شرکت نکرده‌اند، توانا ترند. با توجه به نتایج آزمون آماری در جدول (۷) با مقدار $F = 40/30$ و سطح معناداری (۰/۰۰۰) می‌توان گفت که بین توانایی تجزیه و تحلیل پیام‌های رسانه‌ای دانش‌آموزان در دو گروه آزمایش و کنترل، در سطح خطای ۱ درصد و با اطمینان ۹۹ درصد تفاوت معناداری وجود دارد. به طوری که میانگین این توانایی در دانش‌آموزان شرکت‌کننده در دوره آموزشی سواد رسانه‌ای افزایش یافته و برنامه آموزشی در این زمینه تأثیر داشته است.

جدول ۷. نتایج آزمون مقایسه میانگین توانایی تجزیه و تحلیل پیام‌های رسانه‌ای

در دو گروه

توانایی تجزیه و تحلیل پیام	گروه	تعداد	میانگین	استاندارد انحراف	میانگین اختلاف	F (لوین)	t	معناداری سطح
	گروه آزمایش	۱۲۰	۴/۲۳	۰/۳۸	۱/۹۰	۰/۰۴۷	-۴۰/۳۰	۰/۰۰۰
	گروه کنترل	۱۲۰	۲/۳۳	۰/۳۶				

$p < 0/01$

اثربخشی آموزش سواد رسانه‌ای بر دانش‌آموزان در شهر کرمان ❖ ۱۶۷

فرضیه ۴. دانش‌آموزانی که در دوره آموزش سواد رسانه‌ای شرکت کرده‌اند، در برخورد با پیام‌های رسانه‌ای میزان تفکر انتقادی بالاتری نسبت به دانش‌آموزان شرکت نکرده در دوره آموزشی دارند.

با توجه به نتایج آزمون آماری در جدول ۸، با مقدار $F=۲۴/۹۰$ و سطح معناداری، $۰/۰۰۰$ ، بین میزان تفکر انتقادی در برخورد با پیام‌های رسانه‌ای دانش‌آموزان در دو گروه آزمایش و کنترل در سطح خطای ۱ درصد و با اطمینان ۹۹ درصد تفاوت معناداری وجود دارد. میانگین این توانایی در دانش‌آموزان شرکت‌کننده در دوره آموزشی سواد رسانه‌ای افزایش یافته و برنامه آموزشی در این زمینه مؤثر عمل کرده است.

جدول ۸. نتایج آزمون مقایسه میانگین توانایی تفکر انتقادی در برخورد با پیام‌های رسانه‌ای در دو گروه

پس‌آزمون	تعداد	میانگین	استاندارد انحراف	میانگین اختلاف	F (لوین)	t	سطح معناداری
گروه آزمایش تفکر انتقادی	۱۲۰	۴/۳۰	۰/۳۹	۱/۵۲	۱۲/۲۰	-۲۴/۹۰	۰/۰۰۰
گروه کنترل	۱۲۰	۲/۷۸	۰/۵۵				

$p < ۰/۰۱$

فرضیه ۵. دانش‌آموزانی که در دوره آموزش سواد رسانه‌ای شرکت کرده‌اند، سواد رسانه‌ای بالاتری نسبت به دانش‌آموزان شرکت نکرده در دوره آموزشی دارند.

با توجه به نتایج آزمون آماری ثبت شده در جدول ۹ با مقدار $F=۳۳/۸۸$ و سطح معناداری $۰/۰۰۰$ ، می‌توان گفت که بین میزان سواد رسانه‌ای دانش‌آموزان در گروه‌های آزمایش و کنترل، در سطح خطای ۱ درصد و با اطمینان ۹۹ درصد، تفاوت معناداری وجود دارد. به طوری که میانگین این توانایی در دانش‌آموزان شرکت‌کننده در دوره

آموزشی افزایش یافته و برنامه آموزشی در ارتقای مهارت‌های سواد رسانه‌ای، مؤثر عمل کرده است.

جدول ۹. نتایج آزمون برای مقایسه میانگین سواد رسانه‌ای دانش‌آموزان در گروه‌های آزمایش و کنترل

معناداری سطح	t	F (لین)	میانگین اختلاف	انحراف استاندارد	میانگین	تعداد	پس آزمون	
۰/۰۰۰	-۳۳/۸۸	۴/۱۹۲	۱/۲۵	۰/۲۷	۳/۶۵	۱۲۰	آزمایش	سواد
					۲/۴۰	۱۲۰	کنترل	رسانه‌ای

$p < 0/01$

بحث و نتیجه‌گیری

مدارس کشورهای مختلف، آموزش سواد رسانه‌ای را در برنامه‌های درسی و آموزشی خود گنجانده‌اند. حرکتی که از کانادا شروع و به تدریج در جهان فراگیر شده است. ما نیز در این زمینه باید وارد عمل شویم.

در پژوهش حاضر، با الهام از تعاریف و مفاهیم ارائه شده از سوی کارشناسان یونسکو (۲۰۱۱) و مطالعات دیگر (ثومن، ۱۹۹۵، پاتر، ۲۰۰۸، یاکینگهام، ۱۳۸۹ و تقی‌زاده، ۱۳۹۰)، دوره آموزشی سواد رسانه‌ای در چهار کلاس به‌عنوان گروه آزمایش، اجرا و نتایج کار با اجرای پیش‌آزمون و پس‌از آزمون، در گروه آزمایش و کنترل (با تعداد مشابه) استخراج شده است.

نتایج نشان می‌دهد که سطح توانایی‌های مرتبط با سواد آزمون رسانه‌ای در دانش‌آموزان در ابتدای اجرای دوره آموزش سواد رسانه‌ای، بر اساس نتایج پیش‌آزمون در حد ضعیف است و توجه به ارتقای توانایی‌ها ضرورت دارد. نتایج به دست آمده در پیش‌آزمون، با نتایج پژوهش تقی‌زاده (۱۳۹۰)، سلیمان و همکاران (۱۳۹۲) و سرافین (۲۰۱۱) همخوانی دارد.

اثربخشی آموزش سواد رسانه‌ای بر دانش آموزان در شهر کرمان ❖ ۱۶۹

بر اساس نتایج آزمون‌های آماری t با دو گروه مستقل، توانایی در استفاده از رسانه‌های مختلف در دانش آموزان شرکت‌کننده در دوره آموزش سواد رسانه‌ای نسبت به دانش آموزان شرکت نکرده در دوره، بالاتر است و این اختلاف تا ۹۹ درصد معنادار است. دانش آموزان گروه آزمایش در این زمینه، از میانگین $1/69$ و سطح «خیلی ضعیف» به میانگین $2/62$ و سطح «متوسط» در پایان دوره رسیده‌اند. به عبارتی، اجرای دوره به شناخت بهتر انواع رسانه‌ها در دانش آموزان کمک کرده و توانایی‌های استفاده مطلوب از رسانه‌ها را در آنان، ارتقا بخشیده است.

همچنین دانش آموزان شرکت‌کننده در دوره آموزش سواد رسانه‌ای، در مهارت تجزیه و تحلیل پیام‌های رسانه‌ای از سطح «ضعیف» به «خیلی خوب» رسیده‌اند. این اختلاف بر اساس آزمون‌های آمار تا ۹۹ درصد معنادار است.

توانایی تولید و ارسال پیام‌های رسانه‌ای و ارتباط با رسانه‌ها نیز در دانش آموزان شرکت‌کننده در دوره آموزشی، نسبت به گروه کنترل در سطح ۹۹ درصد به‌طور معناداری ارتقا یافته است. توانایی دانش آموزان در این مؤلفه از میانگین «ضعیف» به «خوب» رسیده‌اند.

توانایی داشتن تفکر انتقادی در استفاده از رسانه‌ها و پیام‌های رسانه‌ای نیز در پایان دوره آموزشی در گروه آزمایش، از میانگین «متوسط» به «خیلی خوب» رسیده است. این اختلاف بر پایه آزمون‌های آماری تا ۹۹ درصد معنادار است. آموزش سواد رسانه‌ای با جنبه‌های انتقادی در جهان چند رسانه‌ای امروز، یک ضرورت اجتناب‌ناپذیر است و به همین دلیل، باید علاوه بر آموزش سواد سنتی و کار با ابزارهای ارتباطی جدید، به فراگیری این جنبه از سواد نیز پرداخت.

در مجموع، توانایی‌های مربوط به چهار مؤلفه سازنده و مفهوم کلی سواد رسانه‌ای دانش آموزان گروه آزمایش از حد «ضعیف» به «خوب» ارتقا یافته و میانگین سواد رسانه‌ای آنها افزایش داشته است. در واقع این اختلاف معنادار است.

نتایج به دست آمده در خصوص تأثیر دوره آموزش سواد رسانه‌ای با پژوهش‌های

شاه‌حسینی (۱۳۹۲)، سرافین (۲۰۱۱)، سور و همکاران (۲۰۱۴) و لی (۲۰۱۶) در یک راستا قرار دارد. آنان نیز نشان داده‌اند آموزش سواد رسانه‌ای، مهارت‌های دانش‌آموزان را در استفاده از رسانه‌ها و ارزیابی انتقادی پیام‌های رسانه‌ای افزایش می‌دهد. در سواد رسانه‌ای، آگاهی بیشتر نسبت به جنبه‌های گوناگون کاربرد، تولید و رمزگشایی پیام‌های رسانه‌ای، مورد تأکید است. از این رو، شناخت دانش‌آموزان با جنبه‌های مختلف در تولید و ارتباط با پیام‌های رسانه‌ای و تحلیل و ارزیابی آنها، به ارتقای سواد رسانه‌ای می‌انجامد.

بر پایه نظریه سواد رسانه‌ای پاتر (۲۰۰۸)، مخاطبان و کاربران رسانه، هنگام استفاده از برنامه‌های رسانه‌ای به پردازشگری و تحلیل اطلاعات دست می‌زنند؛ یعنی منفعل نیستند و با گزینشگری، انتخاب می‌کنند. در مطالعه انجام شده، مخاطب رسانه، همان دانش‌آموز است که در مدرسه و کلاس درس با تجزیه و تحلیل اطلاعات آموزشی بر آموخته‌هایش می‌افزاید و دانش‌آموز شرکت‌کننده در دوره آموزش سواد رسانه‌ای هم در برخورد و استفاده از رسانه‌های مختلف، فعالانه دست به انتخاب می‌زند. بر پایه نتایج، دانش‌آموزان شرکت‌کننده در دوره آموزش سواد رسانه‌ای، در تحلیل و ارزیابی پیام‌های رسانه‌ای موفق‌ترند. می‌توان گفت که فرد برخوردار از توانایی سواد رسانه‌ای می‌تواند منتقدانه، درباره پیام‌های رسانه‌ای فکر کند.

یافته‌های پژوهش اهمیت پرداختن به آموزش سواد رسانه‌ای در مدارس را به‌عنوان ضرورتی مهم در عصر کنونی، نشان می‌دهد. دوره آموزش سواد رسانه‌ای راه را برای استفاده هوشمندانه، فعالانه و پویا از رسانه‌ها هموار می‌کند. ارتقای این مهارت می‌تواند نقش فعال‌تری برای دانش‌آموزان در استفاده از رسانه‌ها و بویژه رسانه‌های دیجیتال در جامعه اطلاعاتی و عصر جهانی شدن قایل شود.

دانش‌آموز برخوردار از سواد رسانه‌ای بالاتر، ساختارهای دانش خود را در زمینه‌های مختلف محکم‌تر می‌سازد، با برنامه‌ریزی بیشتر از رسانه‌ها استفاده می‌کند و با کنترل بهتر بر نحوه استفاده خود از رسانه‌ها و برخورد با پیام‌های رسانه‌ای، به سمت مخاطب فعال، گام برمی‌دارد. به این ترتیب، در مجموع به نظر می‌رسد که توسعه و گسترش

اثربخشی آموزش سواد رسانه‌ای بر دانش‌آموزان در شهر کرمان ❖ ۱۷۱

آموزش‌های سواد رسانه‌ای در مدارس کشور امری حیاتی است. درکل ارزیابی دوره‌های آموزش سواد رسانه‌ای در پایه‌های مختلف تحصیلی با روش‌های کمی و کیفی؛ انجام پژوهش‌های تطبیقی؛ ایجاد مرکز ملی آموزش سواد رسانه‌ای با مشارکت بخش‌های دولتی، دانشگاهی، غیردولتی و صداوسیما؛ ارائه برنامه‌های آموزش سواد رسانه‌ای از طریق صداوسیما پیشنهاد می‌شود.

منابع

- باکینگهام، دیوید. (۱۳۸۹). آموزش رسانه‌ای (ترجمه حسین سرفراز). تهران: دانشگاه امام صادق (ع).
- تقی‌زاده، عباس. (۱۳۹۰). بررسی مقایسه‌ای سواد رسانه‌ای دانش‌آموزان دختر و پسر مقطع متوسطه. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبائی تهران.
- سلیمان، سفر؛ خسروی، فریبرز و حداد، زهرا. (۱۳۹۲). ارزیابی سواد رسانه‌ای دانشجویان و دانش‌آموزان شهر تهران. رسانه، ۱۶.
- سند تحول راهبردی نظام تربیت رسمی و عمومی جمهوری اسلامی ایران در افق چشم‌انداز. (۱۳۹۰). مصوب شورای عالی انقلاب فرهنگی. تهران: وزارت آموزش و پرورش.
- شاه‌حسینی، وحیده. (۱۳۹۲). نقش آموزش تفکر انتقادی و سواد رسانه‌ای در بازگشایی پیام. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، واحد علوم و تحقیقات دانشگاه آزاد اسلامی تهران.
- طلوعی، علی. (۱۳۹۱). سواد رسانه‌ای، درآمدی بر شیوه یادگیری و سنجش. تهران: دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها.
- ملکی، حسن. (۱۳۹۱). برنامه‌ریزی درسی (راهنمای عمل). تهران: مدرسه.
- Brian, O. (2010). Media Literacy and Communication Rights, Ethical Individualism in the New Media Environment. *The International Communication Gazette*, 1748–0485, Vol. 72, No. 4–5, Pp. 323–338.

- Druick, Z. (2016). The Myth of Media Literacy. **International Journal of Communication**, 10, Pp.1125-1144. from:
<http://www.ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/2797>
- Duncan, B. (2006). Media Literacy: Essential Survival Skills for the New Millennium. **School Libraries in Canada**, Vol. 25, No. 4, Pp. 31–34. from:
<http://www.cla.ca/casl/slic/254medialiteracy.html>
- Finkelievich, S.; Feldman, P. & Fischnaller, C. (2012). Public Policies on Media and Information Literacy and Education in Latin America: **Overview and Policies. Paper Presented at the International Conference on Media and Information Literacy for Knowledge Societies**, Moscow, Russian Federation.
- Hochsman, M. & Stuart, R. P. (2012). **Media Literacy, a Critical Introduction**, Blackwell Publishing.
- Imran. M. & et al. (2014). **Processing Social Media Messages in Mass Emergency: A Survey**, from:
http://www.mimran.me/papers/processing_social_media_messages_in_mass_emergency_survey.pdf
- Kuniomi, S. (2002). **Analysis of Critical Approach, in Media Literacy, Comparative Studies between Japan and Canada, Keio Communication Review**, 24, Pp. 93-110. from:
<http://www.mediacom.keio.ac.jp/publication/pdf2002/review24/7.pdf>.
- kovach, B. & Rosenstiel, T. (2007). **The Elements of Journalism: what news People should Know and the Public should Expect**. New York: Crown publishing.

Lee, A. y. L. (2016). **Media Education in the School 2.0 era. of Global Media and China**, Pp.1-15. from:

<http://www.journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/2059436416667129>

Livingstone, S. & Thumim, N. (2003). **Assessing the Media Literacy UK**

http://www.eprints.lse.ac.uk/21673/1/Assessing_the_media_literacy_of_UK_adults.pdf

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

Rosenbaum, J.E. & et.al. (2016). Mapping Media Literacy: **Key Concepts and Future Directions Annals of the International Communication Association Journal**, 32, Pp. 313-353. from:

<http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/23808985.2008.11679081>

Serafin, M. (2011). **Media Mindfulness: Developing the Ability and Motivation to Process Advertisements**, ProQuest, UMI **Dissertation Publishing**. from:

<http://www.amazon.com/Media-mindfulness-Developing-motivation-advertisements/dp/1243529814>.

Singh, J. (2012). **Placing Information Literacy Skills at the Core of Instruction**. from:

http://www.ifapcom.ru/files/News/Images/2012/mil/Singh_text.pdf

Sur, E. & et.al. (2014). **Primary School Second Grade Teachers' and Students' Opinions on Media Literacy, Media Education Research Journal**, Vol. 21, No. 42, Pp. 119-127. from:

<http://www.eprints.rclis.org/21085/>

Thoman, E. (1995). **The three Stages of Media Literacy**. from:

[http://www.media-awareness.ca/english/teachers/media_literacy/
what_is_media_literacy.cfm](http://www.media-awareness.ca/english/teachers/media_literacy/what_is_media_literacy.cfm).

UNESCO. (2011). Media and Information Literacy Curriculum for
Teacher, Edited: Alton. G & Carolyn. W. from:

<http://www.unesdoc.unesco.org/images/0019/001929/192971e.pdf>.

