

تحلیل محتوای کتاب درسی تفکر و سواد رسانه‌ای پایه دهم براساس آموزش سواد رسانه‌ای

رقیة عبدالهی بکتاش*

ادریس اسلامی**، کمال آفانی***

چکیده

هدف این مطالعه تحلیل محتوای کتاب درسی تفکر و سواد رسانه‌ای پایه دهم براساس آموزش سواد رسانه‌ای است. برای نیل به این هدف، از روش تحلیل محتوا استفاده شده است. نتایج این مطالعه نشان می‌دهد که در این کتاب مجموعاً ۱۱۰ مورد مرتبط با آموزش سواد رسانه‌ای وجود دارد، که ۴۳ مورد (۹۰/۳۹ درصد) از این تعداد از مؤلفه‌های ناظر بر اهداف آموزش سواد رسانه‌ای است. در میان مؤلفه‌های ناظر بر اهداف آموزش سواد رسانه‌ای، مؤلفه مهارت پرسش‌گری درباره پیام‌های رسانه‌ای با ۲۴ مورد (۸۱/۵۵ درصد) بیش‌ترین فراوانی را به خود اختصاص داده است. هم‌چنین، در میان مؤلفه‌های ناظر بر محتوای آموزش سواد رسانه‌ای، مؤلفه آشنایی با شیوه‌های اقناع مخاطب در گونه‌های مختلف رسانه با ۱۴ مورد (۸۹/۲۰ درصد) بیش‌ترین فراوانی را دارد. براساس این یافته‌ها، بازنگری کتاب درسی تفکر و سواد رسانه‌ای به‌ویژه با نظر به تقویت مهارت استدلال، مطالعه و بررسی بیش‌تر تجربیات نظام‌های آموزشی موفق در اجرای برنامه درسی سواد رسانه‌ای، استفاده از آن برای غنابخشیدن به برنامه درسی تفکر و سواد رسانه‌ای، و تدوین برنامه درسی تفکر و سواد رسانه‌ای در مقاطع پایین‌تر تحصیلی پیشنهاد شده است.

کلیدواژه‌ها: سواد رسانه‌ای، آموزش سواد رسانه‌ای، کتاب درسی تفکر و سواد رسانه‌ای، تحلیل محتوا.

* کارشناس ارشد علوم تربیتی گرایش برنامه‌ریزی درسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مهاباد و معلم در شهرستان نوده، Abdollahib.r@gmail.com

** استادیار گروه علوم تربیتی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مهاباد، ایران (نویسنده مسئول)
edrisislami@yahoo.com

*** استادیار گروه علوم تربیتی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مهاباد، ایران، kamalafani@yahoo.com
تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۰۶/۲۵، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۱۰/۱۷

۱. مقدمه

در عصر حاضر و با توجه به پدید آمدن دو مقوله بسیار مهم فرهنگ جهانی (world culture) و جهانی شدن (globalization)، روش‌های یادگیری گذشته به چالش کشیده شده است و آموزش معنا و مفهوم دیگری پیدا کرده است. در دنیای معاصر، تنها توانایی خواندن و نوشتن برای داشتن سواد کافی نیست، بلکه افراد باید توانایی تحلیل انتقادی فرهنگ چندرسانه‌ای را داشته باشند و با اشکال و شیوه‌های رسانه‌ای مختلف عقاید خود را بیان کنند. در این عصر، تنوع و تعدد پیام‌های رسانه‌ای و هجوم آن‌ها به سمت مخاطبان ایجاب می‌کند که مخاطبان، برای انتخاب پیام‌ها و برنامه‌های مناسب رسانه‌ای، به دانشی مجهز باشند که از حالت انفعال و مصرف‌کنندگی صرف خارج شوند و براساس نیازهای اطلاعاتی خودشان دست به انتخاب بزنند (حبیبی نیا ۱۳۸۲: ۲۴). بر این اساس، یکی از ضرورت‌های عصر اطلاعات وجود نوعی آموزش است که فراگیران را برای رویارویی با چالش‌های زندگی متأثر از رسانه‌های نوین آماده کند و آن آموزش سواد رسانه‌ای (teaching media literacy) است.

مکلوهان (McLuhan) برای اولین بار در کتاب خود، با عنوان *درک رسانه؛ گسترش/بعاد وجودی انسان*، عبارت سواد رسانه‌ای را به کار برد و بر آن بود که هرگاه دهکده جهانی تحقق یابد، لازم است انسان‌ها به سواد جدیدی به نام سواد رسانه‌ای دست یابند (صدیق بنای ۱۳۸۵، به نقل از بصیریان جهرمی و بصیریان جهرمی ۱۳۸۵: ۳۳). سواد رسانه‌ای (media literacy) عبارت است از نوعی درک متکی بر مهارت که براساس آن می‌توان انواع رسانه‌ها را شناخت و آن‌ها را از یکدیگر تفکیک کرد (کانسیدان ۱۳۸۰: ۹۱). در این زمینه، بیانۀ یونسکو بر فهم انتقادی محیط رسانه‌ای به منظور افزایش اصول شهروندی و مشارکت اجتماعی تأکید می‌کند (Brain 2010: 324). هدف سواد رسانه‌ای ایجاد توانایی در افراد برای کنترل برنامه‌ریزی رسانه‌ای است. رسانه‌ها ما را به گونه‌ای تربیت می‌کنند که زندگی خود را براساس زمان پخش برنامه‌های آن‌ها تنظیم کنیم. از این رو، کسانی که مهارت سواد رسانه‌ای خود را توسعه ندهند گرفتار جزرومد پیام‌های رسانه‌ای می‌شوند (تقی زاده و کیا ۱۳۹۳: ۸۴).

رسانه‌ها در الگوهای سنتی جوامع تغییر ایجاد می‌کنند و با به وجود آوردن ارزش‌ها و هنجارهای جدید الگوهای نسل قدیم را به چالش می‌کشند. در این وضعیت اگر مردم جامعه از سطح سواد رسانه‌ای نسبتاً پایینی برخوردار باشند، امکان محافظت از خود در برابر استیلائی رسانه دشوار است، اما در صورتی که افراد از سطح سواد رسانه‌ای بالایی برخوردار باشند، رفتارها، نگرش‌ها، و احساسات آن‌ها تغییر نمی‌کند و آن‌ها قادر خواهند بود تعاریفی را که

رسانه برای آن‌ها از دنیای اطراف ایجاد کرده است از بین ببرند و عقاید خود را جانشین برنامه رسانه کنند (Potter 2008). بر این اساس، داشتن اطلاعات و آگاهی‌های لازم در زمینه بهره‌مندی از اطلاعات و پیام‌های رسانه‌ای موقعیتی به مخاطب اعطا می‌کند که به راحتی تحت تأثیر ارزش‌ها و ایدئولوژی‌های خاص اطلاعاتی رسانه‌ای قرار نگیرد. علاوه بر این، معلمان و استادانی که مهارت‌های سواد رسانه‌ای را کسب می‌کنند می‌توانند به اشاعه‌دهندگان اطلاعاتی اثرگذارتری تبدیل شوند، شکاف میان برنامه‌های آموزشی و برنامه‌های اجتماعی را بردارند، و متقدم و تیزبین شوند (Angell 2005: 7). امروزه، رسانه‌های ارتباطی هم‌چون بازاری است که اگر نادرست و نابه‌جا به کار گرفته شود، می‌تواند چون نیروی ویرانگر و مصیبت‌بار عمل کند (سلیمان و دیگران ۱۳۹۲: ۵۴). هاگود (Hagood) بر آن است معلمان جوان برای آموزش سواد رسانه‌ای بسیار کارآمد و مناسب‌اند، زیرا آن‌ها به دانش‌آموزان و فرهنگ عامه نزدیک‌ترند و کم‌تر تحت تسخیر تکنولوژی و تأثیرهای آن در رویکردشان به آموزش و انتخاب موضوع قرار می‌گیرند (Hagood 2009، به نقل از سلیمان و دیگران ۱۳۹۲: ۶۱).

در چند سال اخیر، نظام آموزشی ایران ضرورت تدوین برنامه درسی آموزش سواد رسانه‌ای را احساس کرده است. از این رو در سال ۱۳۹۵ کتاب درسی تفکر و سواد رسانه‌ای را برای پایه دهم متوسطه دوم تدوین کرد و از این طریق آموزش سواد رسانه‌ای به طور اختصاصی و رسمی وارد نظام آموزشی ایران شد. جهت‌گیری اصلی این کتاب عبارت است از توانایی نقد و بررسی هوشمندانه، تولید مؤثر پیام، و مدیریت بهره‌مندی از رسانه، و اهداف عملکردی آن عبارت‌اند از تفسیر پیام‌های آشکار و پنهان تولیدات رسانه‌ای، تشخیص بازنمایی در تولید رسانه‌ای، شیوه‌های اقناع در تولید رسانه‌ای، اهداف و انگیزه‌های ارسال‌کنندگان پیام، و نقش ارزش‌ها و سبک زندگی در تولید رسانه‌ای (تفکر و سواد رسانه‌ای ۱۳۹۵). کتاب درسی تفکر و سواد رسانه‌ای در پی آن است که در مواجهه با رسانه عقلانیتی بر فکر دانش‌آموزان حاکم شود که بتوانند، از بالا و با نگاهی مسلط، به خود و به موضوعات مرتبط با رسانه نگاه کنند، در نحوه مواجهه و استفاده خود از رسانه فکورانه، عاقلانه، و با مدیریت همه‌جانبه عمل کنند و در ضمن بتوانند در مورد مدیریت زمان و مدیریت اثرپذیری و مدیریت مصرف فعالانه عمل کنند. این کتاب درسی می‌کوشد که به نیاز اصلی انسان در قرن کنونی توجه کند. از این منظر، یکی از نیازهای مهم جامعه ما مسئله رسانه و مجهز بودن افراد، به‌ویژه دانش‌آموزان، به سواد رسانه‌ای و تأثیری است که داشتن چنین سواد در زندگی فردی، خانوادگی، و اجتماعی آنان دارد.

۲. پیشینه پژوهش

در عرف علمی ایران، هم قبل و هم بعد از تدوین کتاب درسی تفکر و سواد رسانه‌ای، پژوهش‌هایی درباره آموزش سواد رسانه‌ای انجام شده است. بیش‌تر این پژوهش‌ها یا به ضرورت و اهمیت گنجاندن محتوای آموزش سواد رسانه‌ای در نظام آموزشی ایران اشاره کرده‌اند یا به تأثیر مثبت این نوع آموزش در آگاهی و تفکر دانش‌آموزان.

تقی‌زاده (۱۳۹۰) در پایان‌نامه خود با عنوان *بررسی مقایسه‌ای سواد رسانه‌ای دختران و پسران دانش‌آموز مقطع متوسطه* به این نتیجه دست پیدا کرد که آموزش سواد رسانه‌ای دانش‌آموزان مقطع متوسطه شهر کرمان در حد متوسط است و آن‌ها شناخت چندانی از مالکیت، اصول، و زبان رسانه‌ها ندارند.

نصیری و دیگران (۱۳۹۱) در پژوهشی با عنوان «اهمیت آموزش سواد رسانه‌ای در قرن بیست‌ویکم» در دو محور اساسی مطالعه کرده‌اند: نخست، چرایی ضرورت توجه نظام‌های آموزشی به آموزش سواد رسانه‌ای در قرن بیست‌ویکم را بیان کردند؛ دوم، سازوکارهای اجرایی متناسب با برنامه درسی آموزش سواد رسانه‌ای در نظام آموزشی ایران را مطرح کردند.

دهقان شاد و محمودی کوکنده (۱۳۹۱) در مطالعه‌ای با عنوان «بررسی ضرورت آموزش سواد رسانه‌ای کودکان و نوجوانان از نگاه متخصصان آموزش و پرورش شهر تهران» به این نتیجه دست یافتند که ناآشنایی کودکان و نوجوانان با آموزش سواد رسانه‌ای به این موضوع برمی‌گردد که هیچ‌گونه آموزش سواد رسانه‌ای در نظام آموزش رسمی کشور وجود ندارد. از این رو، کودکان و نوجوانان ما نمی‌توانند درکی از اهداف پیدا و پنهان رسانه‌ها داشته باشند و از آن استفاده درست کنند.

تقی‌زاده و کیا (۱۳۹۳) در مطالعه‌ای با عنوان «نیازسنجی برنامه آموزش سواد رسانه‌ای در مدارس» نشان دادند که بومی‌سازی و ورود آموزش سواد رسانه‌ای به مدارس به توان‌مندسازی دانش‌آموزان در استفاده بخردانه از رسانه‌ها و حفظ و تقویت هویت و فرهنگ ایرانی - اسلامی منجر می‌شود. اجرای آزمایشی دوره‌های آموزشی، ارزش‌یابی توصیفی، تدوین محتوا، و ارائه به‌شیوه تلفیق با متون درسی در دوره ابتدایی و ارائه کتاب مستقل در دوره متوسطه از دیگر یافته‌های این پژوهش است. همچنین، براساس یافته‌های این پژوهش، محتوا باید به شناخت انواع رسانه‌ها، تولید، ارزیابی، و تحلیل انتقادی متون رسانه‌ای توجه کند.

شاه‌حسینی و دیگران (۱۳۹۴) در پژوهشی با عنوان «مطالعه موردی اجرای طرح درس سواد رسانه‌ای برای دانش‌آموزان پایه چهارم ابتدایی» نشان دادند که پس از ارزش‌یابی پایان دوره مشاهده می‌شود آموزش سواد رسانه‌ای محرکی برای تفکر و زمینه‌ای برای برانگیختن دانش‌آموزان درباره رسانه‌ها و ایجاد پرسش‌هایی درباره پیام‌های رسانه‌ای شده است و این وضعیت همان هدف آموزش سواد رسانه‌ای است.

تقی‌زاده و طاهری (۱۳۹۵) مطالعه‌ای با عنوان «مطالعه ضرورت‌ها و نیازمندی‌های آموزش بومی سواد رسانه‌ای» انجام دادند. یافته‌ها حاکی از آن است که متخصصان برنامه‌داری، در بخش محتوا و ضرورت‌ها، به‌طور عمده بر تفکر انتقادی در استفاده از رسانه‌ها تأکید کردند که نشان‌دهنده توجه به سطوح بالای تحلیل و ارزیابی در برخورد با پیام‌های رسانه‌ای است. همچنین، در بخش محدودیت‌های اجرای آموزش سواد رسانه‌ای در کشور، به رسمیت شناخته‌نشده شدن آموزش سواد رسانه‌ای در مدارس مهم‌ترین محدودیت ورود آموزش‌ها به مدارس دانسته شد.

نیازی و دیگران (۱۳۹۵) پژوهشی با عنوان «تأثیر برنامه آموزش سواد رسانه‌ای مبتنی بر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر میزان آگاهی دانش‌آموزان» انجام دادند. یافته‌ها نشان می‌دهد که آموزش سواد رسانه‌ای مبتنی بر فناوری اطلاعات و ارتباطات باعث افزایش میزان آگاهی دانش‌آموزان از سواد رسانه‌ای شده است. این نتیجه بیان‌گر نقش مثبت استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات در آموزش سواد رسانه‌ای و افزایش آگاهی از مؤلفه‌های اساسی سواد رسانه‌ای است.

تقی‌زاده (۱۳۹۶) در مطالعه‌ای با عنوان «اثر بخشی آموزش سواد رسانه‌ای بر دانش‌آموزان در شهر کرمان» به این نتیجه دست یافت که میانگین نمره کلی سواد رسانه‌ای دانش‌آموزان در هر دو گروه آزمایشی و کنترل در پیش‌آزمون ۲/۲ از ۵ بود 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 در میزان و سطح توانایی‌های مرتبط با سواد رسانه‌ای در دانش‌آموزان مؤثر است و توسعه آن در مدارس ضرورت دارد.

چنان‌که روشن است، هیچ‌کدام از پژوهش‌های بالا کتاب *درسی تفکر و سواد رسانه‌ای* را بررسی نکرده‌اند. مطالعه حاضر بر آن است که، با توجه به این‌که این کتاب نخستین تجربه نظام آموزشی درباره سواد رسانه‌ای است، بررسی آن ضرورت و اهمیت دارد. بر این اساس، این مطالعه گامی در راه تحقق این مهم است. پژوهش حاضر در پی آن است که از طریق بررسی کتاب *درسی تفکر و سواد رسانه‌ای* روشن کند محتوای این کتاب تا چه اندازه بر شاخص‌ها و مؤلفه‌های مقبول و استاندارد جهانی آموزش سواد رسانه‌ای منطبق است. انجام این کار نقاط قوت و ضعف این اثر را نشان می‌دهد تا از این طریق هم زمینه‌ای برای بازنگری محتوای آن با تلاش برنامه‌ریزان درسی فراهم آید و هم درباره محتوای آن روشن‌نگری بیش‌تری به معلمان این درس داده شود.

۳. سؤال‌های پژوهش

۱.۳ سؤال اصلی

در کتاب *درسی تفکر و سواد رسانه‌ای* پایه دهم تا چه اندازه به مؤلفه‌های آموزش سواد رسانه‌ای توجه شده است؟

۲.۳ سؤال‌های فرعی

در کتاب *درسی تفکر و سواد رسانه‌ای* پایه دهم تا چه اندازه به مؤلفه‌های ناظر به هدف آموزش سواد رسانه‌ای توجه شده است؟

در کتاب *درسی تفکر و سواد رسانه‌ای* پایه دهم تا چه اندازه به مؤلفه‌های ناظر به محتوای آموزش سواد رسانه‌ای توجه شده است؟

هریک از مؤلفه‌های آموزش سواد رسانه‌ای نسبت به کل مؤلفه‌های اهدافی و محتوایی آموزش سواد رسانه‌ای به چه صورتی توزیع شده‌اند؟

۴. نوع و روش پژوهش

پژوهش حاضر از نوع توصیفی است. پژوهش توصیفی مطالعه‌ای است که در آن پژوهش‌گر به دنبال توصیفی دقیق و منظم از یک موضوع یا موقعیت است، و نه در پی کشف و توضیح روابط و آزمون فرض‌ها. محقق به دنبال جمع‌آوری داده‌هاست، سپس

آن‌ها را شناسایی و بررسی می‌کند، و پدیده‌ها را مقایسه و ارزش‌یابی می‌کند (سیف نراقی و نادری ۱۳۹۳: ۱۷).

یکی از روش‌های پژوهش توصیفی تحلیل محتواست که مطالعه حاضر با تکیه بر آن به سؤال‌های پژوهشی پاسخ می‌دهد. تحلیل محتوا روش مطالعه و تجزیه و تحلیل ارتباطات به شیوه‌ای نظام‌دار، عینی، و کمی است (کرلینجر ۱۳۸۲، به نقل از یارمحمدیان ۱۳۸۶: ۱۵۰). تحلیل محتوا یکی از مهم‌ترین روش‌های پژوهش در علوم اجتماعی و انسانی است. تحلیل محتوا به مثابه تکنیک پژوهشی شامل شیوه‌های تخصصی در پردازش داده‌های علمی است. هدف تحلیل محتوا فراهم آوردن شناخت، بینشی نو، درک واقعیت، و راهنمای عمل است (کرپیندروف ۱۳۸۸: ۲۵). در تحلیل محتوا این مراحل باید طی شود: ۱. مرحله قبل از تحلیل (آماده‌سازی و سازمان‌دهی)؛ ۲. بررسی مواد (پیام)؛ ۳. پردازش نتایج (سرمد و حجازی ۱۳۸۰: ۱۳۶). پژوهش‌گر پس از گردآوری داده‌ها مشخص می‌کند که کجا باید تأکید بیش‌تری شود و واقعیت‌ها را تأیید کرد و میزان دقت آن نیز کنترل‌شدنی است (هومن ۱۳۹۱: ۱۵۰).

در این پژوهش، با تکیه بر چهارچوب کلی نظریه‌های آموزش سواد رسانه‌ای و عناصر آموزش سواد رسانه‌ای نظیر اهداف و محتوا، مؤلفه‌های آموزش سواد رسانه‌ای به دست آمده‌اند. مؤلفه‌های مربوط به اهداف آموزش سواد رسانه‌ای عبارت‌اند از ایجاد زمینه برای رشد مهارت‌هایی چون پرسش‌گری درباره پیام‌های رسانه‌ای، تفسیر پیام‌های رسانه‌ای، تحلیل پیام‌های رسانه‌ای، استدلال درباره پیام‌های رسانه‌ای، و ارزش‌یابی پیام‌های رسانه‌ای. هم‌چنین، محتوای آموزش سواد رسانه‌ای شامل این مقوله‌هاست: شناخت پایگاه‌های اینترنتی شامل بخش‌ها، امکانات، و ویژگی‌های آن‌ها، شناخت ویژگی‌های رادیو، تلویزیون، و فیلم‌ها همراه با تاریخچه، شناخت بازی‌های رایانه‌ای شامل ویژگی‌ها، مزایا، و معایب آن‌ها، آشنایی با شیوه‌های اقناع مخاطب در گونه‌های مختلف رسانه، شناخت ویژگی‌های روزنامه و مجله همراه با تاریخچه، شناسایی محتوای سالم و ناسالم رسانه در ابعاد مختلف، چالش‌ها و مخاطره‌های حضور در فضای مجازی، آشنایی با اخبار و تبلیغات سیاسی، استفاده مناسب از فناوری‌های نوین ارتباطی (اینترنت، منابع کتاب‌خانه‌ای، و مدیریت زمان)، آشنایی با اصول، قواعد و زبان رسانه‌های مختلف، سواد بصری و هنری و زیباشناسی در بررسی نمادها و نشانه‌ها، بررسی مالکیت رسانه‌ها و ارتباط آن با محتوا و مخاطبان، نقد فیلم و پویانمایی و بازی رایانه‌ای و کتاب، تبلیغات تجاری، فنون و ویژگی‌ها، آشنایی با نقش حامیان رسانه‌های مختلف، تولید محتوای رسانه‌ای مانند پوستر و فیلم کوتاه و بروشور و

وبلاگ، کاوش در محیط زندگی و اجتماعی و گروه هم‌سالان، آشنایی با مفهوم بازنمایی و تفکر قالبی و پیام‌های آشکار و پنهان.

پس از تهیه فهرست مقولات مربوط به آموزش سواد رسانه‌ای و تدوین سیاهه تحلیل محتوا و به‌دست‌آوردن روایی آن، براساس این مقولات، کتاب درسی تفکر و سواد رسانه‌ای پایه دهم متوسطه اول در سال تحصیلی ۹۵-۹۶ تحلیل شده است. از این رو، این کتاب جامعه آماری پژوهش حاضر به‌شمار می‌آید. زمینه تحلیل متن کتاب است و واحد ثبت نیز جمله، اعم از اخباری و استفهامی و مضمون، است، به این معنا که جملات و پیام‌های آن‌ها در مؤلفه‌ها و مقولات خاص خود طبقه‌بندی و کدگذاری شده‌اند. سرانجام، برای تجزیه و تحلیل اطلاعات، از روش‌های آمار توصیفی، مانند فراوانی و درصدگیری، و برای ارائه داده‌ها از جدول و نمودار بهره گرفته شده است.

۵. روایی پژوهش

روایی عبارت است از این که آیا ابزار موردنظر آن چه را برای اندازه‌گیری آن اختصاص یافته است اندازه می‌گیرد. روایی با این سؤال سروکار دارد که آیا ابزار ویژگی، صفت، یا هرچیز دیگری را که برای آن ساخته شده است می‌سنجد (خوی‌نژاد ۱۳۸۰: ۳۴۶). روش‌های متعددی برای تعیین روایی ابزار اندازه‌گیری وجود دارد که می‌توان به روایی محتوایی، روایی ملاکی، و روایی سازه اشاره کرد (دل‌اور ۱۳۷۹: ۱۵۳). در این پژوهش از روایی صوری یا محتوایی استفاده می‌شود. از این رو، برای حصول اطمینان از روایی صوری از مؤلفه‌های محتوایی سواد رسانه‌ای پژوهش تقی‌زاده (۱۳۹۳) استفاده شده است.

۶. پایایی پژوهش

در مطالعه حاضر برای سنجش پایایی یا ضریب قابلیت اعتماد از فرمول ویلیام اسکات (William Scott) استفاده شده است. برای محاسبه آن، ابتدا ۲۰ درصد از محتوای کدگذاری شده برای نمونه انتخاب و دوباره کدگذاری شد. در گام بعد، درصد توافق موردانتظار و توافق مشاهده‌شده به‌دست آمد و در پایان، براساس فرمول اسکات، درصد پایایی این پژوهش محاسبه شد.

$$\pi = \frac{po-pe}{1-pe} \text{ (فرمول اسکات)}$$

تحلیل محتوای کتاب درسی تفکر و سواد رسانه‌ای پایه دهم ... ۱۰۱

$$Pe = 0/35 \text{ (درصد توافق موردانتظار)}$$

$$Po = 0/83 \text{ (درصد توافق مشاهده شده)}$$

$$\pi = 0/73 \text{ (ضریب قابلیت اعتماد)}$$

$$\pi = \frac{0/83 - 0/35}{1 - 0/35} = 0/73$$

بنابراین، پایایی یا ضریب قابلیت اعتماد این پژوهش ۰/۷۳ است که، براساس اصول علمی، چون بیش از ۰/۷۰ به دست آمده است، پایایی آن قابل قبول است.

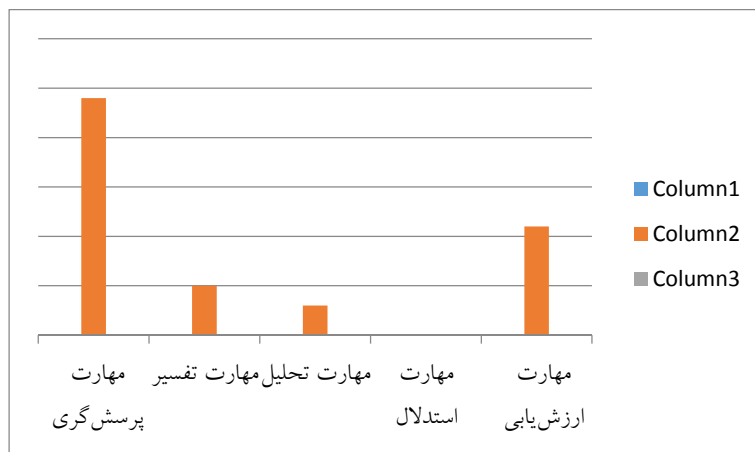
۷. یافته‌های پژوهش

اولین سؤال فرعی مطالعه حاضر این است که در کتاب درسی تفکر و سواد رسانه‌ای پایه دهم تا چه اندازه به مؤلفه‌های ناظر به هدف آموزش سواد رسانه‌ای توجه شده است؟ جدول ۱ میزان توجه اهداف کتاب درسی تفکر و سواد رسانه‌ای پایه دهم به مؤلفه‌های ناظر به هدف آموزش سواد رسانه‌ای را نشان می‌دهد.

جدول ۱. فراوانی و درصد توزیع مؤلفه‌های ناظر به هدف آموزش سواد رسانه‌ای در کتاب درسی تفکر و آموزش سواد رسانه‌ای پایه دهم

درصد	فراوانی	مؤلفه‌های ناظر به اهداف آموزش سواد رسانه‌ای
۵۵/۸۱	۲۴	ایجاد زمینه برای رشد مهارت پرسش‌گری درباره پیام‌های رسانه‌ای
۱۱/۶۲	۵	ایجاد زمینه برای رشد مهارت تفسیر پیام‌های رسانه‌ای
۶/۹۷	۳	ایجاد زمینه برای رشد مهارت تحلیل پیام‌های رسانه‌ای
۰	۰	ایجاد زمینه برای رشد مهارت استدلال درباره پیام‌های رسانه‌ای
۲۵/۵۸	۱۱	ایجاد زمینه برای رشد مهارت ارزش‌یابی پیام‌های رسانه‌ای
۱۰۰	۴۳	مجموع

همان‌طور که نتایج جدول ۱ نشان می‌دهد در کل متن کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای پایه دهم مجموعاً ۴۳ مورد مرتبط با مؤلفه‌های ناظر به هدف آموزش سواد رسانه‌ای آمده است، که از این تعداد بیش‌ترین توجه به مؤلفه ایجاد زمینه برای رشد مهارت پرسش‌گری درباره پیام‌های رسانه‌ای، با فراوانی ۲۴ (۵۵/۸۱ درصد)، شده است. در مقابل، هیچ اشاره‌ای به مؤلفه ایجاد زمینه برای رشد مهارت استدلال درباره پیام‌های رسانه‌ای نشده است. نتایج جدول ۱ در نمودار ۱ ارائه شده است.



نمودار ۱. میزان توجه کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای پایه دهم به مؤلفه‌های ناظر به هدف آموزش سواد رسانه‌ای

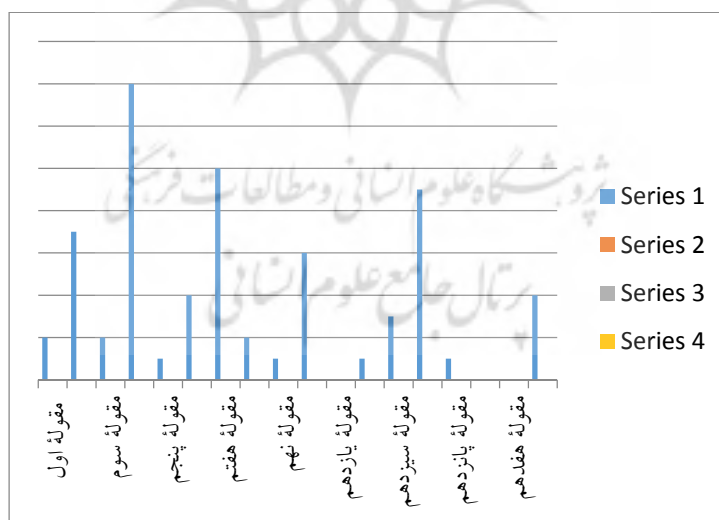
دومین سؤال فرعی مطالعه حاضر این است که در کتاب درسی تفکر و سواد رسانه‌ای پایه دهم تا چه اندازه به مؤلفه‌های ناظر به محتوای آموزش سواد رسانه‌ای توجه شده است. جدول ۲ میزان توجه محتوای کتاب درسی تفکر و سواد رسانه‌ای پایه دهم به مؤلفه‌های ناظر به محتوای آموزش سواد رسانه‌ای را نشان می‌دهد.

جدول ۲. فراوانی و درصد توزیع مؤلفه‌های ناظر به محتوای آموزش سواد رسانه‌ای در کتاب درسی تفکر و سواد رسانه‌ای پایه دهم

ردیف	فراوانی	درصد	مؤلفه‌های ناظر به محتوای آموزش سواد رسانه‌ای
۱	۲	۲/۹۸	شناخت پایگاه‌های اینترنتی شامل بخش‌ها، امکانات، و ویژگی‌ها
۲	۷	۱۰/۴۴	شناخت ویژگی‌های رادیو، تلویزیون، و فیلم هم‌راه با تاریخچه
۳	۲	۲/۹۸	شناخت بازی‌های رایانه‌ای شامل ویژگی‌ها، مزایا، و معایب
۴	۱۴	۲۰/۸۹	آشنایی با شیوه‌های اقناع مخاطب در گونه‌های مختلف رسانه
۵	۱	۱/۴۹	شناخت ویژگی‌های روزنامه و مجله هم‌راه با تاریخچه
۶	۴	۵/۹۷	شناسایی محتوای سالم و ناسالم رسانه در ابعاد مختلف
۷	۱۰	۱۴/۹۲	چالش‌ها و مخاطره‌های حضور در فضای مجازی
۸	۲	۲/۹۸	آشنایی با اخبار و تبلیغات سیاسی
۹	۱	۱/۴۹	استفاده مناسب از فناوری‌های نوین ارتباطی (اینترنت، منابع کتاب‌خانه‌ای، و مدیریت زمان)
۱۰	۶	۸/۹۵	آشنایی با اصول، قواعد، و زبان رسانه‌های مختلف

۱۱	۰	۰	سواد بصری، هنری، و زیباشناسی در بررسی نمادها و نشانه‌ها
۱۲	۱	۱/۴۹	بررسی مالکیت رسانه‌ها و ارتباط آن با محتوا و مخاطبان
۱۳	۳	۴/۴۷	نقد فیلم، پویانمایی، بازی رایانه‌ای، و کتاب
۱۴	۹	۱۳/۴۳	تبلیغات تجاری، فنون، و ویژگی‌ها
۱۵	۱	۱/۴۹	آشنایی با نقش حامیان رسانه‌های مختلف
۱۶	۰	۰	تولید محتوای رسانه‌ای مانند پوستر، فیلم کوتاه، بروشور، و وبلاگ
۱۷	۰	۰	کاوش در محیط زندگی، اجتماعی، و گروه هم‌سالان
۱۸	۴	۵/۹۷	آشنایی با مفهوم بازنمایی، تفکر قالبی، و پیام‌های آشکار و پنهان
مجموع			۶۷

همان‌طور که نتایج جدول ۲ نشان می‌دهد در کل متن کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای پایه دهم مجموعاً ۶۷ مورد مرتبط با مؤلفه‌های ناظر به محتوای آموزش سواد رسانه‌ای است که از این تعداد بیش‌ترین توجه به مؤلفه آشنایی با شیوه‌های اقناع مخاطب در گونه‌های مختلف رسانه، با فراوانی ۱۴ (۲۰/۱۹ درصد)، شده است. در مقابل، هیچ اشاره‌ای به مؤلفه سواد بصری، هنری، و زیباشناسی در بررسی نمادها و نشانه‌ها، تولید محتوای رسانه‌ای مانند پوستر، فیلم کوتاه، بروشور، و وبلاگ، و کاوش در محیط زندگی، اجتماعی، و گروه هم‌سالان نشده است. نتایج جدول ۲ در نمودار ۲ ارائه شده است.



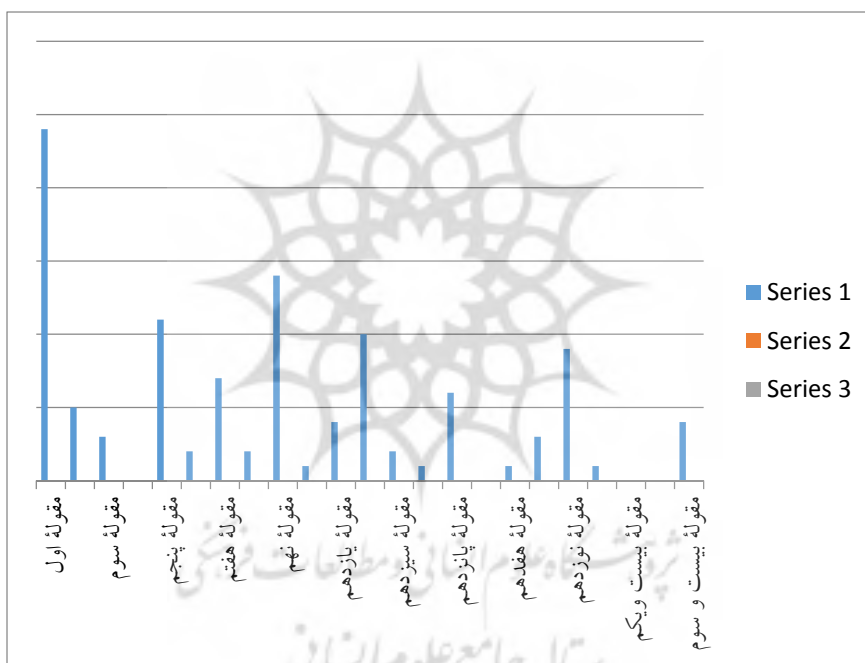
نمودار ۲. میزان توجه کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای پایه دهم به محتوا درباره پیام رسانه‌ای و مؤلفه‌های آن

سؤال فرعی سوم مطالعه حاضر این است که هریک از مؤلفه‌های آموزش سواد رسانه‌ای نسبت به کل مؤلفه‌های اهدافی و محتوایی آموزش سواد رسانه‌ای به چه صورتی توزیع شده‌اند. در جدول ۳ نحوه توزیع هریک از مؤلفه‌های آموزش سواد رسانه‌ای نسبت به کل مؤلفه‌های اهدافی و محتوایی آموزش سواد رسانه‌ای نشان داده می‌شود.

جدول ۳. فراوانی و درصد توزیع هریک از مؤلفه‌های آموزش سواد رسانه‌ای نسبت به کل مؤلفه‌های اهدافی و محتوایی آموزش سواد رسانه‌ای

درصد	فراوانی	مؤلفه‌های اهدافی و محتوایی آموزش سواد رسانه‌ای	
۲۱/۸۱	۲۴	ایجاد زمینه برای رشد مهارت پرسش‌گری درباره پیام‌های رسانه‌ای	۱
۴/۵۴	۵	ایجاد زمینه برای رشد مهارت تفسیر پیام‌های رسانه‌ای	۲
۲/۷۲	۳	ایجاد زمینه برای رشد مهارت تحلیل پیام‌های رسانه‌ای	۳
۰	۰	ایجاد زمینه برای رشد مهارت استدلال درباره پیام‌های رسانه‌ای	۴
۱۰	۱۱	ایجاد زمینه برای رشد مهارت ارزش‌یابی پیام‌های رسانه‌ای	۵
۱/۸۱	۲	شناخت پایگاه‌های اینترنتی شامل بخش‌ها، امکانات، و ویژگی‌ها	۶
۶/۳۶	۷	شناخت ویژگی‌های رادیو، تلویزیون، و فیلم همراه با تاریخچه	۷
۱/۸۱	۲	شناخت بازی‌های رایانه‌ای، ویژگی‌ها، مزایا، و معایب	۸
۱۲/۷۲	۱۴	آشنایی با شیوه‌های اقناع مخاطب در گونه‌های مختلف رسانه	۹
۹۰	۱	شناخت ویژگی‌های روزنامه و مجله همراه با تاریخچه	۱۰
۳/۶۳	۴	شناسایی محتوای سالم و ناسالم رسانه در ابعاد مختلف	۱۱
۹/۰۹	۱۰	چالش‌ها و مخاطره‌های حضور در فضای مجازی	۱۲
۱/۸۱	۲	آشنایی با اخبار و تبلیغات سیاسی	۱۳
۰/۹۰	۱	استفاده مناسب از فناوری‌های نوین ارتباطی (اینترنت، منابع کتاب‌خانه‌ای، و مدیریت زمان)	۱۴
۵/۴۵	۶	آشنایی با اصول، قواعد، و زبان رسانه‌های مختلف	۱۵
۰	۰	سواد بصری، هنری، و زیباییشناسی در بررسی نمادها و نشانه‌ها	۱۶
۰/۹۰	۱	بررسی مالکیت رسانه‌ها و ارتباط آن با محتوا و مخاطبان	۱۷
۲/۷۲	۳	نقد فیلم، پویانمایی، بازی رایانه‌ای، و کتاب	۱۸
۸/۱۸	۹	تبلیغات تجاری، فنون و ویژگی‌ها	۱۹
۰/۹۰	۱	آشنایی با نقش حامیان رسانه‌های مختلف	۲۰
۰	۰	تولید محتوای رسانه‌ای مانند پوستر، فیلم کوتاه، بروشور، و وبلاگ	۲۱
۰	۰	کاوش در محیط زندگی، اجتماعی، و گروه هم‌سالان	۲۲
۳/۶۳	۴	آشنایی با مفهوم بازنمایی، تفکر قالبی، و پیام‌های آشکار و پنهان	۲۳
۱۰۰	۱۱۰	مجموع	

همان‌طور که نتایج جدول ۳ نشان می‌دهد، در کل متن کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای پایه دهم مجموعاً ۱۱۰ مورد درباره مؤلفه‌های آموزش سواد رسانه‌ای آمده است که از این تعداد بیش‌ترین توجه به مؤلفه ایجاد زمینه برای رشد مهارت پرسش‌گری درباره پیام‌های رسانه‌ای، با فراوانی ۲۴ (۲۱/۸۱ درصد)، شده است. درمقابل، هیچ اشاره‌ای به مؤلفه‌های ایجاد زمینه برای رشد مهارت استدلال درباره پیام‌های رسانه‌ای، سواد بصری، هنری، و زیباشناسی در بررسی نمادها و نشانه‌ها، تولید محتوای رسانه‌ای مانند پوستر، فیلم کوتاه، بروشور، و وبلاگ، و کاوش در محیط زندگی، اجتماعی، و گروه هم‌سالان نشده است. نتایج جدول ۳ در نمودار ۳ ارائه شده است.



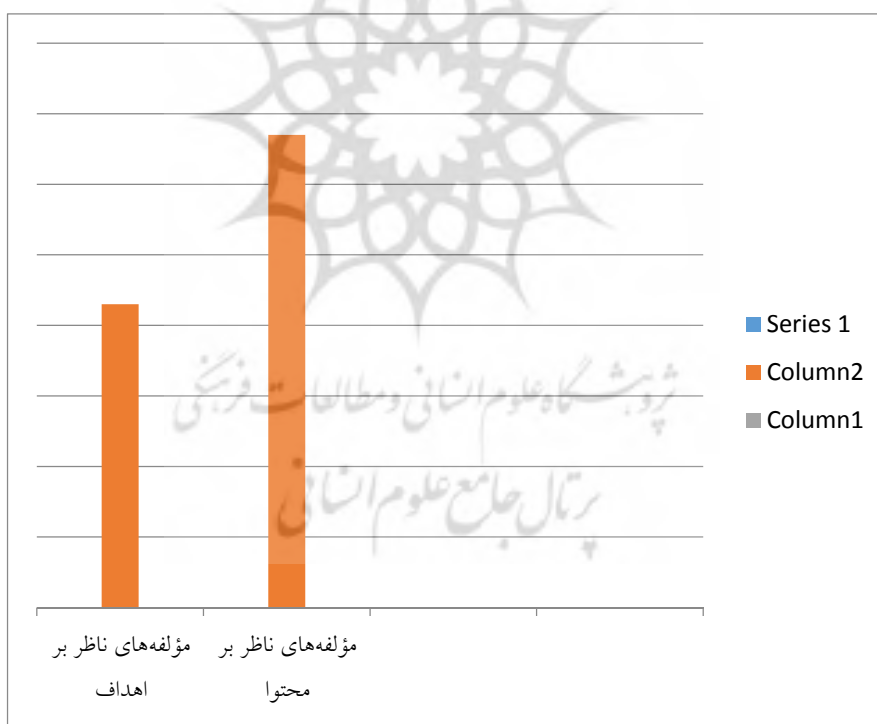
نمودار ۳. توزیع هریک از مؤلفه‌های آموزش سواد رسانه‌ای نسبت به کل مؤلفه‌های اهدافی و محتوایی کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای

سؤال اصلی مطالعه حاضر این است که در کتاب درسی تفکر و سواد رسانه‌ای پایه دهم تا چه اندازه به مؤلفه‌های آموزش سواد رسانه‌ای توجه شده است. جدول ۴ میزان توجه کتاب درسی تفکر و سواد رسانه‌ای پایه دهم به مؤلفه‌های آموزش سواد رسانه‌ای را نشان می‌دهد.

جدول ۴. فراوانی و درصد توزیع مؤلفه‌های آموزش سواد رسانه‌ای در کتاب درسی تفکر و سواد رسانه‌ای پایه دهم

درصد	فراوانی	مؤلفه‌های آموزش سواد رسانه‌ای
۳۹/۰۹	۴۳	مؤلفه‌های ناظر بر اهداف آموزش سواد رسانه‌ای
۶۰/۹۰	۶۷	مؤلفه‌های ناظر بر محتوای آموزش سواد رسانه‌ای
۱۰۰	۱۱۰	مجموع

همان‌طور که نتایج جدول ۴ نشان می‌دهد، در کل متن کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای پایه دهم مجموعاً ۱۱۰ مرتبه در مورد مؤلفه‌های آموزش سواد رسانه‌ای بحث شده است که از این تعداد ۴۳ مورد (۳۹/۰۹ درصد) مربوط به مؤلفه‌های اهدافی آموزش سواد رسانه‌ای است و ۶۷ (۶۰/۹۰ درصد) نیز مربوط به مؤلفه‌های محتوایی آموزش سواد رسانه‌ای. نتایج جدول ۴ در نمودار ۴ ارائه شده است.



نمودار ۴. میزان توجه کتاب درسی تفکر و سواد رسانه‌ای پایه دهم به مؤلفه‌های آموزش سواد رسانه‌ای

۸. بحث و نتیجه‌گیری

اولین سؤال فرعی مطالعه حاضر این است که در کتاب درسی تفکر و سواد رسانه‌ای پایه دهم تا چه اندازه به مؤلفه‌های ناظر به هدف آموزش سواد رسانه‌ای توجه شده است. در کل متن کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای پایه دهم مجموعاً ۴۳ مورد مرتبط با مؤلفه‌های ناظر به هدف آموزش سواد رسانه‌ای آمده است که از این تعداد بیش‌ترین توجه به مؤلفه ایجاد زمینه برای رشد مهارت پرسش‌گری درباره پیام‌های رسانه‌ای، با فراوانی ۲۴ (۵۵/۸۱ درصد)، شده است. درمقابل، هیچ اشاره‌ای به مؤلفه ایجاد زمینه برای رشد مهارت استدلال درباره پیام‌های رسانه‌ای نشده است.

۱.۸ مقایسه با یافته‌های پژوهش شاه‌حسینی و همکاران

یافته‌های مربوط به این سؤال با یافته‌های مطالعه شاه‌حسینی و دیگران (۱۳۹۴) هم‌سوست. آن‌ها پس از اجرای دوره آموزش سواد رسانه‌ای دریافتند که آموزش سواد رسانه‌ای محرکی برای تفکر و زمینه‌ای برای برانگیختن دانش‌آموزان به طرح پرسش‌هایی درباره پیام‌های رسانه‌ای شده است و از این‌رو هدف آموزش سواد رسانه‌ای محقق شده است. از آن‌جاکه محتوای غنی می‌تواند فرصت مناسبی برای یادگیری دانش‌آموزان باشد، محتوای کتاب درسی تفکر و سواد رسانه‌ای نیز، با فراهم کردن زمینه‌هایی برای رشد مهارت پرسش‌گری، غنی است؛ از این‌رو می‌تواند پی‌آمدی مانند مطالعه شاه‌حسینی و دیگران داشته باشد.

۱.۱.۸ بحث و تبیین

هدف اصلی آموزش سواد رسانه‌ای این است که کنترل بیش‌تری بر تعابیر پیام‌ها به ما ببخشد. واقعیت این است که همه پیام‌های رسانه‌ای تعابیر و تفاسیر مختلف‌اند. روزنامه‌نگاران به ما تعابیر خودشان را، از این‌که چه چیزی و چه کسی مهم است، ارائه می‌دهند. صاحبان آگهی نیز سعی می‌کنند ما را متقاعد کنند که مشکلاتی داریم و این‌که کالاهای آن‌هاست که می‌تواند ما را در غلبه بر این مشکل یا مشکلات یاری رساند. هم‌چنین، ما مخاطبان می‌توانیم تعابیر خودمان را از این پیام‌ها داشته باشیم. چه ما آگاهی لازم را کسب کنیم و چه نکنیم، فرایند تأثیر رسانه‌ها ادامه دارد. زمانی که بتوانیم کنترل بیش‌تری بر رسانه‌ها و تعابیر آن‌ها داشته باشیم، می‌توانیم به تأثیرهای مثبتشان قوت ببخشیم و از تأثیرهای منفی‌شان بکاهیم. سواد رسانه‌ای به افراد این توانایی را می‌بخشد که،

ضمن این که متفکرانی منتقد باشند، خود به مولدان خلاق پیام‌ها تبدیل شوند. مسلماً بهره‌مندی از سواد رسانه‌ای مهارتی حیاتی برای قرن حاضر محسوب می‌شود. از این رو سواد رسانه‌ای در مفهوم وسیع خود شامل توانایی دست‌رسی، پرسش‌گری، تفسیر، تحلیل، استدلال، ارزیابی، و پردازش فعال اطلاعات در اشکال مختلف پیام‌های مکتوب، دیداری، و شنیداری است (بیران ۱۳۸۳). سواد رسانه‌ای مجموعه‌ای از چشم‌اندازهاست که مخاطب فعالانه برای قرارگرفتن در معرض پیام رسانه‌ها از آن استفاده می‌کند تا معنای پیام‌هایی را که دریافت کرده است به‌خوبی تفسیر و تحلیل کند (پاتر ۱۳۸۵).

در بخش اهداف آموزش سواد رسانه‌ای درباره پرسش‌گری، باید با ارتقای پرسش‌گری نقادانه و توانمندی‌های درونی، فعالانه، بخردانه، اخلاق‌مدار، و هوش‌مندانه از رسانه استفاده شود، فراگیر را در ایجاد پرسش و بالابردن جرئت در بیان پرسش خود یاری رساند، و جوی دوستانه به‌هم‌راه روش بارش مغزی برای توانایی خلق پرسش‌گری مهیا کرد. درباره ارزش‌یابی، فراگیران باید به انسان‌هایی با قوه قضاوت صحیح و بدون تعصب تبدیل شوند. چنان نباشد که ارزیابی آن‌ها براساس خواست و نیازی باشد یا این که در نتیجه کم‌بود و نقصی صورت گرفته باشد، بلکه نوعی جهت‌دهی ارزشی به‌سوی حفظ و تقویت فرهنگ و هویت ایرانی - اسلامی فراهم شود. ضعف عمده کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای پایه دهم در بعد اهداف غافل‌شدن از مهارت استدلال است. می‌بایست از استدلال قیاسی و استقرایی برای فهم مفاهیم بنیادی استفاده می‌شد. از آن‌جاکه استدلال یکی از مهارت‌های اساسی تفکر است، باید پرسید چگونه کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای، در عین این که ادعای تفکر‌محوری دارد، می‌تواند به استدلال و پرورش آن کم‌توجه باشد. هم‌چنین، در زمینه اهداف آموزش سواد رسانه‌ای، باید به مسائل مختلف در زمینه شناخت انواع رسانه‌ها، ارزیابی و تحلیل متون رسانه‌ای، تولید متن رسانه‌ای، ارتباط با رسانه‌ها، و تفکر انتقادی در مورد رسانه و محتوای آن‌ها توجه شود.

دومین سؤال فرعی مطالعه حاضر این است که در کتاب درسی تفکر و سواد رسانه‌ای پایه دهم تا چه اندازه به مؤلفه‌های ناظر به محتوای آموزش سواد رسانه‌ای توجه شده است. در کل متن کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای پایه دهم مجموعاً ۶۷ مورد مرتبط با مؤلفه‌های ناظر به محتوای آموزش سواد رسانه‌ای است که از این تعداد بیش‌ترین توجه به مؤلفه آشنایی با شیوه‌های اقناع مخاطب در گونه‌های مختلف رسانه، با فراوانی ۱۴ (۲۰/۸۹ درصد)، شده است. در مقابل، هیچ اشاره‌ای به مؤلفه سواد بصری، هنری، و زیباشناسی در بررسی نمادها و نشانه‌ها، تولید محتوای رسانه‌ای مانند پوستر، فیلم کوتاه، بروشور، و وبلاگ، و کاوش در محیط زندگی، اجتماعی، و گروه هم‌سالان نشده است.

۲.۸ مقایسه با یافته‌های پژوهش لایچ

یافته‌های مربوط به سؤال دوم با یافته‌های پژوهش لایچ (Laitsch 2006) هم‌سوست. یافته‌های مطالعه لایچ نشان می‌دهد که دانش‌آموزان در برابر قدرت و اثر تبلیغات تلویزیون بسیار آسیب‌پذیرند. برای حل این مسئله، او بر آموزش سواد رسانه‌ای تأکید دارد و بر آن است که این نوع آموزش می‌تواند، با ارائه راه‌کارهایی و آشناسدن دانش‌آموزان با آن‌ها، قدرت و اثر تبلیغات تلویزیون را تعدیل کند و در برابر رسانه به مخاطبی آگاه، منتقد، و مستقل تبدیل شوند. براساس یافته‌های مربوط به سؤال دوم می‌توان گفت کتاب درسی تفکر و سواد رسانه‌ای با ارائه شیوه‌های اقناع مخاطب در پی آن است که به دانش‌آموزان آگاهی متقدانه ببخشد تا در برابر اثر مخرب و جهت‌گیرانه رسانه مقاوم و مستقل باشند.

۱.۲.۸ بحث و تبیین

در بحث محتوای آموزش سواد رسانه‌ای، می‌توان پنج پرسش کلیدی را بررسی کرد: نخست، چه کسی (کسانی) پیام‌های رسانه‌ای را می‌آفریند؟ دوم، چه تکنیک‌های خلاقانه‌ای باید برای جذب مخاطب به کار رود؟ سوم، افراد مختلف چگونه پیام‌های رسانه‌ای را متفاوت با یک‌دیگر می‌فهمند؟ چهارم، چه دیدگاه‌ها، ارزش‌ها، و شیوه‌هایی از زندگی در یک پیام رسانه‌ای نشان داده شده یا از قلم افتاده است؟ و سرانجام، چرا یک پیام فرستاده می‌شود؟ (تفکر و سواد رسانه‌ای ۱۳۹۵: ۱۳۸). باتوجه به اقبال بسیار متفاوتی که در زمینه سواد رسانه‌ای در کشورمان با آنان مواجهیم، یعنی اقشاری که در کم‌سوادی به سر می‌برند، اقشاری که سواد نوشتاری دارند، و تعداد معدودی که توانایی استفاده از رسانه‌های نوین را دارند، دولت باید، از طریق برنامه‌توان‌مندسازی، ارتقای سواد رسانه‌ای شهروندان را در اولویت قرار دهد و تدابیری را در این باره بیندیشد. یعنی همان‌گونه که در مبارزه با بی‌سوادی خدمت می‌کند، باید سواد رسانه‌ای را نیز در جامعه، و به‌ویژه در مدارس، آغاز کند، زیرا یکی از اهداف اصلی سواد رسانه‌ای بالابردن آگاهی و سعی در کم‌کردن تأثیرهای منفی رسانه‌ها در کودکان، دانش‌آموزان، و جوانان است.

از آن‌جاکه جوانان و نوجوانان از مصرف‌کنندگان اصلی رسانه‌ها هستند، آن‌ها باید درک کنند که هر روز در معرض تهاجم دائمی رسانه‌ها برای خرید کالا و پیام‌های گوناگون قرار دارند. آن‌ها باید دریابند که اهداف رسانه‌ها چیست و چگونه، بدون آن‌که خود بخواهند، رسانه‌ها به‌طور زیرکانه به افکار، کردار، و رفتارشان شکل می‌دهند. قدرت رسانه‌ها در این

است که مخاطبان، ناخودآگاه، با دیدگاه، رفتار، و گفتاری خاص هماهنگ می‌شوند. به عبارتی، رسانه‌ها به ارائه نقش‌های مشترک، جهان‌بینی مشترک، و ارزش‌های مشترک به مخاطبان خود مشغول‌اند. بنابراین کاملاً روشن است که سواد رسانه‌ای تنها این نیست که مخاطب بداند با رسانه‌ها چگونه برخورد کند، بلکه صاحب این نوع سواد به اهداف و تأثیرهای رسانه‌ها آگاهی دارند و می‌توانند درک کنند که چگونه رسانه‌ها افکار مخاطبان خود را دست‌کاری می‌کنند. دولت می‌تواند با ایجاد زیرساخت‌های ارتباطی، نظیر فراهم کردن رسانه‌های متنوع از نظر شکلی و محتوایی، امکان استفاده از فناوری‌های نوین آموزش و دست‌رسی آسان به آن‌ها، به‌کارگیری نیروهای متخصص در زمینه سواد رسانه‌ای در مدارس و دانشگاه‌ها، و برقراری ارتباط میان نهادهای آموزشی رسمی و غیررسمی نظیر رسانه‌ها و خانواده‌ها، جامعه را در رسیدن به سواد رسانه‌ای بالا و در نتیجه ارتقای توسعه انسانی یاری رسانند.

سؤال فرعی سوم مطالعه حاضر این است که هر یک از مؤلفه‌های آموزش سواد رسانه‌ای نسبت به کل مؤلفه‌های اهدافی و محتوایی آموزش سواد رسانه‌ای به چه صورتی توزیع شده‌اند. یافته‌های مربوط به این سؤال نشان می‌دهد که در کل متن کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای پایه دهم مجموعاً ۱۱۰ مورد درباره مؤلفه‌های آموزش سواد رسانه‌ای آمده است که از این تعداد بیش‌ترین توجه به مؤلفه ایجاد زمینه برای رشد مهارت پرسش‌گری درباره پیام‌های رسانه‌ای، با فراوانی ۲۴ (۲۱/۸۱ درصد)، شده است. در مقابل، هیچ اشاره‌ای به مؤلفه‌های ایجاد زمینه برای رشد مهارت استدلال درباره پیام‌های رسانه‌ای، سواد بصری و هنری و زیباشناسی در بررسی نمادها و نشانه‌ها، تولید محتوای رسانه‌ای مانند پوستر، فیلم کوتاه، بروشور، و وبلاگ، و کاوش در محیط زندگی و اجتماعی و گروه هم‌سالان نشده است.

۳۸ مقایسه با یافته‌های پژوهش شاه‌حسینی و همکاران

یافته‌های مربوط به سؤال سوم نیز مانند سؤال اول با یافته‌های مطالعه شاه‌حسینی و دیگران (۱۳۹۴) هم‌سوست، به این معنا که، در هر دو پژوهش، آموزش سواد رسانه‌ای زمینه‌ای برای تحقق هدف رشد مهارت پرسش‌گری دانش‌آموزان تلقی شده است. بر این اساس، تعلق گرفتن بیش‌ترین فراوانی به مؤلفه ایجاد مهارت پرسش‌گری در میان ۲۳ مؤلفه آموزش سواد رسانه‌ای حاکی از آن است که کتاب درسی تفکر و سواد رسانه‌ای رشد مهارت پرسش‌گری را محور آگاهی انتقادی و تفکر دانش‌آموزان در برخورد با رسانه‌ها می‌داند.

۱.۳.۸ بحث و تبیین

مهارت‌ها ابزاری‌اند که افراد برای مواجهه با پیام‌های رسانه‌ای، پردازش اطلاعات، و نیز ایجاد ساختارهای دانش خود از آن‌ها استفاده می‌کنند. افرادی که مهارت‌های ضعیفی دارند نمی‌توانند در برخورد با رسانه‌ها و اطلاعات فعالیت مؤثری داشته باشند. در بسیاری موارد، آن‌ها اطلاعات خوب را حذف و اطلاعات نادرست و بد را تثبیت می‌کنند، به‌شيوه ضعیفی اطلاعات را طبقه‌بندی می‌کنند، و از این‌رو ساختارهای دانش ضعیف و ناقصی ایجاد می‌کنند. در بدترین شرایط، افراد با مهارت‌های ضعیف تلاش می‌کنند از فکر کردن درباره اطلاعات اجتناب کنند. بزرگ‌ترین قابلیت انعطاف‌پذیری در سواد رسانه‌ای از طریق مهارت‌ها ایجاد می‌شود. این مهارت‌ها عبارت‌اند از پرسش، تجزیه و تحلیل، ارزیابی، طبقه‌بندی، استقراء، استنتاج، تفسیر، ترکیب و چکیده‌کردن، که همگی به افزایش تفکر انتقادی منجر می‌شوند. ما این مهارت‌ها را نه صرفاً در مواجهه با رسانه‌ها، بلکه در تمام فعالیت‌های زندگی روزمره به‌کار می‌گیریم. چالش سواد رسانه‌ای کسب این مهارت‌ها نیست، بلکه آن است که در استفاده از هر یک از این مهارت‌ها در هنگام مواجهه با پیام‌های رسانه‌ای بهتر عمل کنیم. کشف لایه‌های پنهان پیام‌های رسانه‌ای و نگاه انتقادی به این متون حرف اصلی محتوای سواد رسانه‌ای است، موضوعی که خاص مخاطب است و در مصرف رسانه‌ای به مخاطبان هشدار می‌دهد و برای آنان، در مواجهه با پیام‌ها و نشانه‌های رسانه، آگاهی‌بخش است (پاتر ۱۳۸۵: ۱۵۷).

سؤال اصلی مطالعه حاضر این است که در کتاب درسی تفکر و سواد رسانه‌ای پایه دهم تا چه اندازه به مؤلفه‌های آموزش سواد رسانه‌ای توجه شده است؟

نتایج مربوط به این سؤال حاکی از آن است که در کل متن کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای پایه دهم مجموعاً ۱۱۰ مرتبه در مورد مؤلفه‌های آموزش سواد رسانه‌ای بحث شده است، که از این تعداد ۴۳ مورد (۳۹/۰۹ درصد) مربوط به مؤلفه‌های اهدافی آموزش سواد رسانه‌ای است و ۶۷ مورد (۶۰/۹۰ درصد) نیز مربوط به مؤلفه‌های محتوایی آموزش سواد رسانه‌ای است.

۴.۸ مقایسه با یافته‌های پژوهش تقی‌زاده و کیا

یکی از عوامل مؤثر در تحقق اهداف هر برنامه درسی محتوای آن است. از سوی دیگر، محتوا هرچه با اهداف تناسب بیشتری داشته باشد و از جامعیت بیشتری برخوردار باشد، امکان بیش‌تری برای تحقق اهداف به‌وجود می‌آید. تقی‌زاده و کیا (۱۳۹۳) بر آن‌اند که مؤلفه‌های

محتوایی آموزش سواد رسانه‌ای، که ۱۸ مورد است، با اهداف آموزش سواد رسانه‌ای متناسب‌اند و از جامعیت زیادی برخوردارند. از سوی دیگر، براساس یافته‌های مربوط به این سؤال، کتاب درسی تفکر و سواد رسانه‌ای به مؤلفه‌های محتوایی هجده‌گانه آموزش سواد رسانه‌ای بیش‌ترین توجه را داشته است. بر این اساس، می‌توان گفت تأکید بر مؤلفه‌های محتوایی، متناسب با اهداف آموزش سواد رسانه‌ای است و به محتوای این کتاب جامعیت بخشیده است. از این رو، یافته‌های مربوط به این سؤال به‌طور غیرمستقیم با یافته‌های تقی‌زاده و کیا (۱۳۹۳) هم‌سوست.

۱.۴.۸ بحث و تبیین

در مطالعه حاضر بر این نظریه که در بعد اهدافی و محتوایی کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای پایه دهم نسبت به آموزش سواد رسانه‌ای نوعی عدم توازن مشاهده می‌شود. سواد رسانه‌ای باید متضمن پرورش انواع مهارت‌ها، هم در بعد اهداف و هم در بعد تولید محتوای مناسب، باشد. بنابراین، آموزش و پرورش به‌ویژه سازمان پژوهش و برنامه‌ریزی آموزشی در تدوین الگوی آموزشی خود، به‌منظور توسعه همگانی سواد رسانه‌ای و برنامه‌ریزی درسی، باید به افزایش و ارتقای مهارت‌های تولید رسانه‌ای نیز توجه داشته باشد و از آن غفلت نکند. توجه به آموزش سواد رسانه‌ای در بعد اهداف و محتوا ضروری است، زیرا توانایی و مهارت مخاطبان را افزایش می‌دهد تا بتوانند ارتباطی دوسویه و تعاملی با محتوای پیام‌های رسانه‌ای برقرار کنند و عقاید و افکار خود را در گستره اشکال رسانه‌های چاپی و الکترونیکی و بین‌المللی مطرح کنند. هم‌چنین، با تأکید بر مهارت‌های آموزش سواد رسانه‌ای در کنار دانش محتوایی، مخاطبان این توانایی را به دست می‌آورند که هر پیامی را در هر رسانه‌ای تحلیل کنند و به این ترتیب برای زندگی در فرهنگ رسانه‌ای آمادگی پیدا می‌کنند.

۹. پیشنهادها

۱.۹ پیشنهاد پژوهشی

به پژوهش‌گران علاقه‌مند به این حوزه پیشنهاد می‌شود که با روش‌های کمی دیگری، به‌ویژه با نظرخواهی از معلمان و دانش‌آموزان، درباره کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای مطالعه‌ای انجام دهند.

۲.۹ پیشنهادهای کاربردی

۱. مطالعه و بررسی برنامه‌ریزی‌ها، سیاست‌گذاری‌ها، تصمیم‌گیری‌ها، و مرور تجربیات و پیشینه کشورهای توسعه‌یافته موفق در زمینه پیاده‌سازی آموزش سواد رسانه‌ای؛
۲. توسعه فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، و سیاسی کشورمان به حضور فعال شهروندانی آگاه و صاحب‌توان‌مندی‌های علمی و مهارت‌های لازم برای توفیق در زندگی فردی و اجتماعی بستگی دارد. برای تربیت چنین شهروندانی لازم است در برنامه‌های درسی کلیه مدارس و دانشگاه‌ها، از دوره ابتدایی تا پایان تحصیلات دانشگاهی، نقش آموزش سواد رسانه‌ای برای زندگی در عصر جهانی پررنگ‌تر شود. متولیان این‌گونه آموزش‌ها و قانون‌گذاران نیز ضمانت مالی و اجرایی آن را با تصویب قوانین فراهم کنند؛
۳. تدوین و انتشار جزوات و کتاب‌های ویژه استفاده مناسب و نقادانه از اطلاعات در سطح عمومی، مدارس، و دانشگاه‌ها، اهتمام بیش‌تر در رشد تفکر انتقادی، و ارتقای امکانات در زمینه آموزش‌های سواد رسانه‌ای؛
۴. بازنگری کتاب درسی تفکر و سواد رسانه‌ای با توجه بیش‌تر به مهارت استدلال؛
۵. سواد رسانه‌ای والدین نیز ضروری و اجتناب‌ناپذیر است. این دانش و مهارت شکاف میان نسل‌ها را پر می‌کند و والدین، با مهارت‌های تفکر انتقادی در استفاده از رسانه‌ها، می‌توانند زبان، فرهنگ، مشغله‌های ذهنی، و نگرانی‌های نسل جوان را به‌خوبی درک کنند.

کتاب‌نامه

- بیران، صدیقه (۱۳۸۳)، «سواد رسانه‌ای در برخورد با خشونت رسانه‌ای»، ماه‌نامه همشهری دیپلماتیک، س ۲، ش ۲۳.
- بصیریان جهرمی، رضا و حسین بصیریان جهرمی (۱۳۸۵)، «درآمدی به سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی»، رسانه، س ۱۷، ش ۴.
- پاتر، جیمز (۱۳۸۵)، «تعریف سواد رسانه‌ای»، ترجمه لیدا کاووسی، رسانه، س ۱۷، ش ۴.
- تقی‌زاده، عباس و شیوا طاهری (۱۳۹۵)، «مطالعه ضرورت‌ها و نیازمندی‌های آموزش بومی سواد رسانه‌ای»، پنجمین همایش الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت، تهران: مرکز الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت.
- تقی‌زاده، عباس و علی‌اصغر کیا (۱۳۹۳)، «نیازسنجی برنامه آموزش سواد رسانه‌ای در مدارس»، مطالعات فرهنگ - ارتباطات، س ۱۵، ش ۲۶.
- تقی‌زاده، عباس (۱۳۹۰)، ارتقای سواد رسانه‌ای زمینه کاهش آسیب‌های اجتماعی نوپدید فضای مجازی، پایان‌نامه دکتری، تهران: گروه مطالعات ارتباطاتی دانشگاه علامه طباطبائی.

تقی‌زاده، عباس (۱۳۹۶)، «اثر بخشی آموزش سواد رسانه‌ای بر دانش‌آموزان در شهر کرمان»، پژوهش‌های ارتباطی، س ۲۴، ش ۴.

حبیبی‌نیا، امید (۱۳۸۲)، «مردم و سواد رسانه‌ای»، روزنامه همشهری، ش ۳۲۱۹.

خوی‌نژاد، غلامرضا (۱۳۸۰)، روش‌های پژوهش در علوم و فناوری، تهران: سمت.

دلاور، علی (۱۳۷۹)، مبانی نظری و عملی پژوهش در علوم انسانی و اجتماعی، تهران: رشد.

دهقان‌شاد، حوریه و محمد محمودی کوکنده (۱۳۹۱)، «بررسی ضرورت آموزش سواد رسانه‌ای کودکان

و نوجوانان از نگاه متخصصان آموزش و پرورش شهر تهران، مطالعات رسانه‌ای، س ۷، ش ۱۶.

تفکر و سواد رسانه‌ای (۱۳۹۵)، جمعی از نویسندگان، تهران: شرکت چاپ و نشر کتاب‌های درسی ایران.

سرمد، زهره و الهه حجازی (۱۳۸۰)، روش‌های تحقیق در علوم رفتاری، تهران: سپهر.

سلیمان، سفر، فریبرز خسروی، و زهرا حداد (۱۳۹۲)، «ارزیابی سواد رسانه‌ای دانشجویان و دانش‌آموزان

شهر تهران»، رسانه، س ۸، ش ۲.

سیف‌نراقی، مریم و عزت‌الله نادری (۱۳۹۳)، روش‌های تحقیق و چگونگی ارزش‌یابی آن در علوم

انسانی (با تأکید بر علوم تربیتی)، تهران: ارسباران.

شاه‌حسینی، وحیده، علی دلاور، و هادی خانیکی (۱۳۹۴)، «مطالعه موردی اجرای طرح درس سواد

رسانه‌ای برای دانش‌آموزان پایه چهارم ابتدایی»، جامعه، فرهنگ، و رسانه، س ۴، ش ۱۶.

کانسیدان، دیوید (۱۳۸۰)، «درآمدی بر سواد رسانه‌ای»، ترجمه ناصر بلیغ، هفته‌نامه پنجره، ش ۷.

کرپیندروف، کلوس (۱۳۸۸)، تحلیل محتوا؛ مبانی روش‌شناسی، ترجمه هوشنگ نایی، تهران: نی.

نصیری، بهاره، بهاره بخشی، و محمود هاشمی (۱۳۹۱)، «اهمیت آموزش سواد رسانه‌ای در قرن

بیست و یکم»، مطالعات رسانه‌ای، س ۷، ش ۱۸.

نیازی، لیلا، اسماعیل زارعی زوارکی، و خدیجه علی‌آبادی (۱۳۹۵)، «تأثیر برنامه آموزش سواد رسانه‌ای

مبتنی بر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر میزان آگاهی دانش‌آموزان»، مطالعات رسانه‌های نوین،

س ۲، ش ۷۷.

هومن، حیدرعلی (۱۳۹۱)، راهنمای عملی پژوهش کیفی، تهران: سمت.

یارمحمدیان، محمدحسین (۱۳۸۶)، اصول برنامه‌ریزی درسی، تهران: یادواره کتاب.

Angell, H. M. (2005), "What Music Videos Teach at Risk Adolescent Girls", *Making a Case for Media Literacy Curriculum*, Doctoral Dissertation of Philosophy, University of Florida.

Brain, O. (2010), "Media Literacy and Communication Rights; Ethical Individualism in the New Media Environment", *International Communications Gazette*, vol. 72, no. 4-5.

Laitsch, D. (2006), "Media Literacy Training, Commercial Television", *Media Literacy Curriculum*, A Doctoral Dissertation of Philosophy, University of Florida.

Potter, W. J. (2008), *Media Literacy*, Los Angeles: Sage.