



Ministry of Education  
Islamic Republic of IRAN

ISSN:  
1235-1735

Quarterly Journal of

Educational Innovations



Organization for Educational  
Research and Planning

## Abstract

# Identifying the components of media literacy education and analyzing its position in the upstream documents of Iranian education system

- Hamidrezā Tāji, MA Student at Shāhed University, Tehran, Iran<sup>1</sup>
- Mohsen Dibā'i Sāber (PhD), Shāhed University, Tehran, Iran<sup>2</sup>

The aim of this study was to identify the components of media literacy education and analyze its position in the upstream documents of Iranian education system. The descriptive research method included the documentary analysis as well as content analysis and its approach was applied. The research population in the documentary analysis section included all texts related to media literacy education and in the content analysis section included the four upstream documents of the Iranian education system. Due to the nature of the topic, there was no sampling and the whole population has been studied. The research instruments included note-taking forms and the content analysis checklist. The documentary data were investigated using qualitative method and the content analysis data were analyzed using the descriptive indicators in the Shannon entropy analysis process. The results showed: 1. The conceptual framework of media literacy education can be classified into three components of cognition, critical thinking, and message production and interaction. Each of these components could be divided into some sub-components. 2- The level of attention to the components of media literacy education in the upstream documents of education system is different. 3- Among the documents under study, the highest significance coefficient was related to the 20-year vision document (0.534) and the lowest significance coefficient was related to the document of fundamental transformation of education (0.087).

## Keywords

Education, Upstream Documents, Media Literacy, Content Analysis

E-mail: 1. hamidrezataji1369@gmail.com 2. m.dibaei1359@gmail.com (Corresponding Author)

Serial No.85. 22(1): Spring. 2023  
Quarterly Journal of Educational Innovations



Published by Tehran University of Medical Sciences

Copyright © The Authors.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>). Non-commercial uses of the work are permitted, provided the original work is properly cited.



پښتونستان د علومو او مطالعات فریښتی  
پرتال جامع علوم انسانی

# شناسایی مؤلفه‌های آموزش سواد رسانه‌ای و تحلیل جایگاه آن در اسناد بالادستی آموزش و پرورش

■ حمیدرضا تاجی\* ■ محسن دیبایی صابر\*\*

## چکیده:

پژوهش حاضر با هدف شناسایی مؤلفه‌های آموزش سواد رسانه‌ای و تحلیل جایگاه آن در اسناد بالادستی آموزش و پرورش انجام شد. سروس پژوهش توصیفی شامل تحلیل اسنادی و نیز تحلیل محتوا و رویکرد آن کاربردی است. جامعه پژوهش در بخش تحلیل اسنادی، کلیه متون مرتبط با آموزش سواد رسانه‌ای و در بخش تحلیل محتوا، چهار سند بالادستی نظام آموزش و پرورش ایران است. با توجه به ماهیت موضوع، از نمونه‌گیری صرف‌نظر و کل جامعه بررسی شد. ابزارهای اندازه‌گیری فرم فیش‌برداری و فهرست تحلیل محتوای محقق‌ساخته است. داده‌های اسنادی به شیوه کیفی و داده‌های تحلیل محتوا با استفاده از شاخص‌های توصیفی در فرایند تحلیلی آنتروپی شانون بررسی شدند. نتایج پژوهش نشان داد: ۱. چارچوب مفهومی آموزش سواد رسانه‌ای را می‌توان در سه مؤلفه شناخت، تفکر انتقادی و تولید و تعامل پیام دسته‌بندی کرد. هریک از این مؤلفه‌ها نیز به چند خرده‌مؤلفه تقسیم می‌شود؛ ۲. میزان توجه به مؤلفه‌های آموزش سواد رسانه در اسناد بالادستی آموزش و پرورش متفاوت است؛ به طوری که بیشترین تأکید بر مؤلفه شناخت و کمترین تأکید بر مؤلفه تفکر انتقادی است؛ ۳. در بین اسناد بررسی‌شده، بیشترین ضریب اهمیت مربوط به سند چشم‌انداز بیست‌ساله (۵۳۴/۰) و کمترین مربوط به سند تحول بنیادین آموزش و پرورش (۰/۰۸۷) بوده است.

آموزش و پرورش، اسناد بالادستی، سواد رسانه‌ای، تحلیل محتوا

کلید واژه‌ها:

□ تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۰/۸/۳۰ □ تاریخ شروع بررسی: ۱۴۰۰/۱۰/۲۸ □ تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۱/۳/۲۸

\* دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه شاهد. E-mail: hamidrezataji1369@gmail.com

\*\* (نویسنده مسئول) استادیار، گروه علوم تربیتی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه شاهد. E-mail: m.dibaei1359@gmail.com

## مقدمه

نظام آموزش و پرورش، به‌منزله متولی اصلی نظام تعلیم و تربیت رسمی، وظیفه دارد ضمن پاسخ‌گویی به نیازهای جامعه و مطالبات اجتماعی، رسالت تربیتی خود را به‌درستی انجام دهد و به‌منظور تحقق مهم‌ترین هدف خود، که آماده‌سازی کودکان و نوجوانان برای زندگی در جامعه است، با تغییرات اجتماعی، سیاسی و اقتصادی در سطح ملی و بین‌المللی متناسب و همسو باشد. اگر آموزش و پرورش با رویکردهای جهانی همسو نباشد، منسوخ خواهد شد و آموزش‌های غیررسمی و فراملی جای آموزش‌های آن را خواهد گرفت.

در دوران کنونی، که به عصر فناوری اطلاعات و ارتباطات (فاوا) معروف شده، رسانه عنصر اساسی به‌شمار می‌رود و نیاز به آموزش سواد رسانه‌ای از ضرورت‌های این عصر قلمداد می‌شود.

برای سواد رسانه‌ای تعاریف متعددی ارائه شده است. ایسن مصطفی<sup>۱</sup> (۲۰۲۰) محقق رسانه می‌گوید: «سواد رسانه‌ای، دانایی و شناخت نسبت به نحوه کارکرد رسانه‌ها در جامعه است.» به‌عبارت‌دیگر، سواد رسانه‌ای عبارت است از محدودیت‌هایی که باید از فرهنگ، اقتصاد و سیاست در انتقال پیام‌های رسانه‌ها فهم کرد و به آن توجه داشت (همان). آرت سیلوریلت برای تعریف سواد رسانه‌ای پنج مؤلفه بیان می‌کند که عبارت‌اند از:

۱. به دنبال آگاهی از تأثیرات رسانه‌ای در فرد و جامعه باشیم؛
۲. در این فرایند جمعی، که بین فرستنده و مخاطب نوعی تعادل متقابل برقرار می‌شود، چه نوع فهم و درکی ایجاد می‌شود؛
۳. بحث و مطالعه در حوزه توسعه راهبردهای تجزیه و تحلیل پیام‌های رسانه‌ای به مخاطب؛
۴. محتوای برنامه‌های تولیدشده رسانه‌ها به‌منابۀ یک متن، چه نوع بینشی به رسانه در جامعه و در دوره فرهنگ معاصر خود ایجاد می‌کند؛
۵. سواد رسانه‌ای در رسانه‌های جمعی با تربیت و ترویج نوعی لذت، فهم و درک، امتنان و ارزیابی محتوایی همراه است (تاجیک اسماعیلی و رمضانلو، ۱۳۹۵).

شیلدر و ردمنود<sup>۲</sup> (۲۰۱۹) سواد رسانه‌ای را شناخت عمیق از آنچه در فضای رسانه‌ای می‌گذرد تعریف کرده‌اند. شکرخواه نیز سواد رسانه‌ای را در تعریفی کلی، نوعی درک متکی بر مهارت می‌داند که براساس آن می‌توان انواع رسانه‌ها و تولیدات رسانه‌ای را شناخت و آن‌ها را از یکدیگر تفکیک کرد (شکرخواه، ۱۳۸۵ به نقل از حامدی، ۱۳۹۱). براین‌اساس، مخاطبان عصر اطلاعات، به‌ویژه نوجوانان و جوانان ما، نیازمند آموختن مهارت‌های سواد رسانه‌ای هستند تا بتوانند اهداف نهفته در سبک زندگی القاشده در هر پیام را شناسایی کنند و برخورد فعالانه‌تری با محتوای پیام‌های رسانه‌ای داشته باشند. این هدف، هنگامی محقق می‌شود که نهادهای آموزشی بتوانند افراد را طوری پرورش دهند که قدرت تشخیص و توانایی رمزگشایی محتوای پیام‌های رسانه‌ای را داشته باشند. اکنون سواد رسانه‌ای و

آموزش سواد رسانه‌ای به‌منزله یکی از کارآمدترین ابزارهای نظارتی، توجه کشورهای پیشرفته را جلب کرده و در قالب یک واحد درسی، در نظام آموزشی کشورهای کانادا، ژاپن، آلمان، انگلیس، استرالیا و آفریقای جنوبی درحال تدریس است. در این کشورها، سواد رسانه‌ای به‌قدری اهمیت داشته که آن را به‌منزله یک ماده درسی در میان مواد درسی دوره‌های تحصیلی راهنمایی تا مقطع دبیرم به رسمیت شناخته‌اند و حتی آن را برای سنین بزرگسال و دوره‌های تحصیلی بالاتر نیز طراحی کرده‌اند. به این امر در نظام آموزشی ایران نیز توجه شده است؛ به‌طوری که در سند تحول راهبردی آموزش و پرورش (۱۳۹۰) و در تبصره هفدهم فصل دوم، با مضمون جایگاه و نقش تعلیم و تربیتی نهاد رسانه و فناوری‌های ارتباطی و بهره‌گیری هوشمندانه از آن و مواجهه فعال و آگاهانه برای پیشگیری و کنترل آثار و پیامدهای نامطلوبش، بر آن تأکید شده است. به‌همین‌منظور، در دوره متوسطه برنامه درسی‌ای با عنوان تفکر و سواد رسانه‌ای تعریف شده است. این درحالی است که نتایج تحقیقات متعددی از جمله سلطانی‌فر (۱۳۸۷) و نصیری و همکاران (۱۳۹۷) نشان می‌دهد دانش‌آموزان ایرانی به‌لحاظ سواد رسانه‌ای وضعیت مطلوبی ندارند. برای مثال تحقیقات سلیمان و همکاران (۱۳۹۲) نشان داد که دانش‌آموزان شهر تهران توانایی انتخاب آگاهانه از میان فرستنده‌های متعدد، عمل مستقل و کنترل را ندارند و نیاز دارند که آموزش‌های لازم را در این‌باره فراگیرند. همچنین نتایج پژوهش دهقانی شاد و محمودی کوکنده (۱۳۹۱) بیانگر آن است که آشنانبودن کودکان و نوجوانان با موضوع سواد رسانه به دلیل آموزش رسمی در مدرسه بوده است.

با توجه به آثار مثبت آشنایی با سواد رسانه‌ای، توجه به آموزش آن در میان دانش‌آموزان ضرورت بیشتری می‌یابد؛ ازجمله آشنایی و آموزش استفاده هدفمند فراگیران از رسانه‌ها (عبدالله و رحمان<sup>۳</sup>، ۲۰۱۷؛ دیل<sup>۴</sup> و همکاران، ۲۰۱۰) نقش مؤثر آموزش سواد رسانه‌ای در توسعه اجتماعی و مشارکت اجتماعی (یامان<sup>۵</sup>، ۲۰۲۰؛ جنسون و درومیوا<sup>۶</sup>، ۲۰۱۶)، توانمندسازی دانش‌آموزان در استفاده از رسانه‌ها (پیرز<sup>۷</sup> و همکاران، ۲۰۱۹؛ میرز<sup>۸</sup> و همکاران، ۲۰۱۳؛ نصیری و همکاران، ۱۳۹۷)، حفظ و تقویت هویت و فرهنگ ایرانی - اسلامی (رضایی و همکاران، ۱۳۹۹؛ فرمهینی فراهانی، ۱۳۹۷؛ آصف و همکاران، ۱۳۹۶؛ حسینی، ۱۳۹۲)، افزایش انگیزه تحصیلی دانش‌آموزان (مورهوت و هایل<sup>۹</sup>، ۲۰۲۰؛ اشمیت<sup>۱۰</sup>، ۲۰۱۲)، افزایش عاطفه مثبت، افزایش رضایت از زندگی، حرمت خود، بهزیستی فاعلی، رضایت خاطر و افزایش خلق مثبت (جنسون و درومیوا، ۲۰۱۶؛ کولتای<sup>۱۱</sup>، ۲۰۱۱)، کاهش خشم، کاهش افسردگی و کاهش اضطراب (مؤلفه‌های سلامت روان در دانش‌آموزان) (استنلی و لاوسون<sup>۱۲</sup>، ۲۰۲۰؛ سایمو<sup>۱۳</sup> و همکاران، ۲۰۱۷؛ پارک و بورفورد<sup>۱۴</sup>، ۲۰۱۳؛ ملکی، ۱۳۹۵).

زمانی این ضرورت بیشتر اهمیت می‌یابد که بدانیم میان دانش‌آموزان پایه یازدهم و دوازدهم از نظر سواد رسانه‌ای تفاوت معناداری وجود دارد و دانش‌آموزان پایه یازدهم، که درس تفکر و سواد رسانه‌ای را گذرانده بودند، به‌نسبت دانش‌آموزان پایه دوازدهم، که این درس را نگذرانده بودند، سواد رسانه‌ای بیشتری

داشتند (تقی‌زاده و افخمی، ۱۳۹۲). با توجه به موارد بیان شده، گفتنی است که آموزش سواد رسانه‌ای به دانش‌آموزان کمک خواهد کرد که در زندگی رسانه‌ای خود، در مورد افکارشان با دقت، جدیت و عمیق تأمل کنند، تسلیم محض پیام‌رسان نشوند، پیام‌ها را به چالش بکشند و آگاهانه با آن‌ها مواجه شوند، انتخاب کنند و پیشنهادهای سالم را برگزینند. بنابراین، سواد رسانه‌ای می‌تواند تأثیر بسزایی در توسعه اجتماعی و مشارکت مدنی افراد جامعه داشته باشد و دقیقاً براساس همین تأثیر تعیین‌کننده، آموزش آن به کودکان و نوجوانان امروز ضروری به‌نظر می‌رسد. در دورانی که به‌دلیل زندگی در عصر فاوا و اقتضائات آن (سرعت بسیار زیاد تغییر و لزوم همگامی با این تغییرات) بر ضرورت تحول بنیادین در آموزش و پرورش کشور در عالی‌ترین سطوح تأکید شده است، شاهد تدوین اسناد و سیاست‌گذاری‌های زیربنایی و بسیار مهمی از جمله «سند چشم‌انداز بیست‌ساله»، «سند نقشه جامع علمی کشور»، «سند تحول بنیادین نظام تعلیم و تربیت» و «برنامه درسی ملی» هستیم که هدایتگر و زمینه‌ساز تحقق تحول بنیادین در عرصه تعلیم و تربیت جمهوری اسلامی ایران بوده و کلیه فعالیت‌های نظام آموزشی، از جمله تهیه و تدوین کتب درسی به‌منزله محور عمده فعالیت یاددهی - یادگیری معلمان و دانش‌آموزان براساس آن انجام می‌شود و از این اسناد بالادستی، در حکم نقشه راه و قطب‌نمای حرکت نهادهای فرهنگی و آموزشی کشور یاد می‌شود. مرور این اسناد و قوانین، از این‌روی مهم است که فهمیده شود آیا مشکلات مربوط به سواد رسانه‌ای به دلیل نبود قانون و جایگاه نازل آن در اسناد و مصوبات است یا بی‌توجهی و ضعف کارکردی نظام‌ها و سازمان‌های ذی‌ربط. با توجه به موارد ذکر شده، پژوهش حاضر درصدد است تا ضمن تبیین مؤلفه‌های آموزش سواد رسانه‌ای، میزان انطباق محتوای اسناد بالادستی نظام آموزش و پرورش ایران با مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای را مشخص کند. بر این اساس، محقق برای رسیدن به هدف پژوهش، سؤالات زیر را طرح و درصدد پاسخ‌گویی به آن‌هاست:

۱. مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای کدام‌اند؟
۲. میزان انطباق محتوای اسناد بالادستی نظام آموزش و پرورش ایران با مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای چگونه است؟

## ■ مبانی نظری تحقیق

اگرچه در نگاه اول تعریف سواد ساده به‌نظر می‌رسد، اما این دیدگاه درستی نیست؛ زیرا سواد فقط به معنای خواندن و نوشتن نیست، بلکه معنای گسترده‌تر و هدفی والاتر دارد. سواد مهارتی بنیادین برای توانمند کردن انسان در رشد عقل، منطق و تفکر نظام‌مند است؛ یعنی سواد پیش‌نیاز اصلی برای رشد فکری و توانایی انجام پژوهش است (ایسن مصطفی، ۲۰۲۰).

در صورت نبود سواد، دستیابی به منابع دانش بشری محال خواهد بود و به‌نوعی، پیشرفت تمدن بشر را به سواد و توسعه آن وابسته می‌دانند. هر پژوهشی که مبتنی بر تفکر نظام‌مند و متکی به روش علمی

است، به مفهوم بسیط سواد نیازمند است (محمودی و همکاران، ۱۳۹۸). بر مبنای این اصل، یونسکو<sup>۱۵</sup> از انواع مختلف سواد از جمله سواد ارتباطی، سواد عاطفی، سواد مالی، سواد رایانه، سواد آموزش و پرورش و سواد رسانه<sup>۱۶</sup> نام می‌برد (الکولیا<sup>۱۷</sup> و همکاران، ۲۰۲۰).

بولگر و داویسون<sup>۱۸</sup> (۲۰۱۸) سواد رسانه‌ای را توانایی تعبیر و خلق مفاهیم شخصی از هزاران نماد آوایی و دیداری‌ای که همه‌روزه از طریق تلویزیون، رادیو، رایانه، مجله و همچنین آگهی‌های تبلیغاتی دریافت می‌کنیم تعریف می‌کنند. کرچ و لزل<sup>۱۹</sup> (۲۰۱۹) سواد رسانه‌ای را جزو مؤلفه‌های باسوادی می‌دانند و بیان می‌کنند که امروزه افراد باسواد رسانه‌ای باید بتوانند توانایی رمزگشایی، درک، ارزیابی و کار با انواع مختلف رسانه را داشته باشند، بخوانند، ارزیابی کنند و متن، تصویر و صدا بیافرینند یا ترکیبی از این عناصر را داشته باشند. برگستروم<sup>۲۰</sup> و همکاران (۲۰۱۸) نیز سواد رسانه‌ای را مجموعه دیدگاه‌ها و مهارت‌ها درباره کنترل مخاطب بر خود، به هنگام مواجهه با رسانه، می‌دانند و معتقدند سواد رسانه‌ای تفسیر آگاهانه فرد از مفاهیم پیام‌های رسانه‌ای است. براساس تعاریف فوق، سواد رسانه‌ای را می‌توانیم به معنای توان گزینش و انتخاب، توان چالش و پرسش، توان آگاه شدن از آنچه در اطراف ما می‌گذرد و توان اینکه آسیب‌پذیر و انفعالی نباشیم تعریف کنیم. با توجه به دنیای پرشتاب امروز، آموزش سواد رسانه‌ای اصلی اساسی و اجتناب‌ناپذیر است. براساس تعاریف مذکور، گفتنی است آموزش سواد رسانه‌ای فرایندی است که از طریق آن افراد، باسواد رسانه‌ای می‌شوند. این باسوادی باعث می‌شود مردم با رویکرد انتقادی طبیعت، روش‌ها و تأثیرات محصولات و پیام‌های رسانه‌ای را درک کنند. در این آموزش، محتوای رسانه‌ای با تفکر انتقادی درآمیخته است تا به ما کمک کند در میان چشم‌انداز بسیار پیچیده رسانه حرکت کنیم. این چشم‌انداز نه فقط رسانه‌های سنتی و دیجیتال، بلکه متون (یا زمینه‌های) فرهنگ عامه مانند انواع مد، فروشگاه‌ها و مراکز تفریحی را شامل می‌شود (الکولیا و همکاران، ۲۰۲۰).

مرکز سواد رسانه‌ای پنج مقوله اصلی آموزش سواد رسانه‌ای را شامل موارد زیر می‌داند:

- ۱) چه کسی این پیام را خلق کرده است؟ (شناخت مؤلف پیام)؛
- ۲) از چه روش خلاقانه‌ای برای جلب توجه مخاطب استفاده شده است؟ (تشخیص قالب یا ساختار)؛
- ۳) چه میزان ممکن است انسان‌های متفاوت برداشت‌های متفاوتی از این پیام‌ها داشته باشند؟ (بررسی مخاطب)؛
- ۴) چه ارزش‌ها، سبک‌های زندگی و دیدگاه‌هایی در این پیام بازتابی یا حذف می‌شوند؟ (بررسی محتوا)؛
- ۵) چرا این پیام ارسال شده است؟ (هدف نهایی از طراحی و ارسال پیام) (برگر<sup>۲۱</sup> و همکاران، ۲۰۱۹).

هریک از پنج سؤال ذکر شده به ترتیب به پنج تفکر بنیادی زیر درباره سواد رسانه‌ای مربوط می‌شوند:

- ۱) تمامی پیام‌های رسانه‌ای ساخته می‌شوند (مربوط به مؤلف پیام)؛
- ۲) پیام‌های رسانه‌ای با استفاده از زبان خلاقانه با قواعد خود ساخته می‌شوند (مربوط به قالب پیام)؛
- ۳) افراد مختلف یک پیام رسانه‌ای واحد را به اشکال متفاوت تجربه یا دریافت می‌کنند (مربوط به مخاطب)؛
- ۴) رسانه‌ها ارزش‌ها و دیدگاه‌ها را دارند (مربوط به محتوا)؛
- ۵) بیشتر پیام‌های رسانه‌ای برای به دست آوردن منفعت یا قدرت سازمان‌دهی می‌شوند (مربوط به هدف از ارسال پیام) (الکولیا و همکاران، ۲۰۲۰).

بر همین اساس، اهمیت موضوع آموزش سواد رسانه‌ای توجه محققان را جلب کرده و تحقیقات متعددی با محوریت آن انجام شده است.

## پیشینه تحقیق

پژوهش‌های متعددی در حوزه سواد رسانه‌ای انجام شده است که عمده آن‌ها بر بررسی تأثیر سواد رسانه‌ای یا بر آثار سواد رسانه‌ای و یا وضعیت سواد رسانه‌ای در دانش‌آموزان متمرکز بوده‌اند؛ برای مثال یافته‌های تحقیق بهرامی (۱۳۹۸) با عنوان «بررسی نقش آموزش سواد رسانه‌ای در مقابله با تهاجم فرهنگی از دیدگاه کارشناسان» نشان داد که یکی از مهم‌ترین راه‌های مقابله با تهاجم فرهنگی و همچنین تشخیص محتوای رسانه‌ای با هدف تهاجم فرهنگی از سایر تولیدات رسانه‌ای، داشتن «سواد رسانه‌ای» است. کارشناسان از میان رویکردهای آموزش سواد رسانه‌ای، که بر اساس نظریه جیمز ای. براون در حوزه آموزش سواد رسانه‌ای اتخاذ شده است، دو رویکرد «تشخیصی» و «واکنشی» را مؤثرتر از سایر رویکردها در مقابله با تهاجم فرهنگی تشخیص دادند.

نتایج تحقیقات دیربان و آقایی (۱۳۹۹) با عنوان «سواد رسانه‌ای معلمان آموزش و پرورش بر نحوه جامعه‌پذیری دانش‌آموزان مدارس ابتدایی شهر ایلام» نشان داد میان میزان سواد رسانه‌ای دبیران آموزش و پرورش و نحوه جامعه‌پذیری دانش‌آموزان رابطه معناداری وجود دارد. میان میزان سواد رسانه‌ای دبیران آموزش و پرورش و شکل‌گیری دیدگاه انتقادی دانش‌آموزان بر رسانه‌ها رابطه معناداری وجود دارد. میان میزان سواد رسانه‌ای دبیران آموزش و پرورش و مواجهه دانش‌آموزان با رسانه‌ها و محتوای آن‌ها رابطه معناداری وجود دارد.

نتایج تحقیق فرقانی و خدامرادی (۱۳۹۸) با عنوان «نقش سواد رسانه‌ای در تعدیل اعتیاد اینترنتی» حاکی از آن است که آموزش سواد رسانه‌ای باعث کاهش اعتیاد به اینترنت در دانش‌آموزان می‌شود و همچنین



میزان کتاب‌خوانی و پیشرفت تحصیلی دانش‌آموزان را افزایش می‌دهد. یافته‌های پژوهش عبدلی و همکاران (۱۳۹۷) با عنوان «تأثیر آموزش سواد رسانه‌ای بر مهارت‌های تفکر انتقادی دانش‌آموزان» نشان داد آموزش سواد رسانه‌ای بر هویت، استنباط، استدلال قیاسی، استدلال استقرایی و تجزیه و تحلیل دانش‌آموزان اثر دارد. براساس یافته‌های این پژوهش، دانش‌آموختگان برای بهره‌مندی از هویت و تفکر انتقادی مناسب باید میزان و هدف استفاده از سواد رسانه‌ای را مدنظر داشته باشند. نتایج پژوهش نیازی و همکاران (۱۳۹۵) با عنوان «تأثیر آموزش سواد رسانه‌ای مبتنی بر فناوری بر میزان آگاهی دانش‌آموزان» نشان داد که آموزش سواد رسانه‌ای مبتنی بر فناوری اطلاعات و ارتباطات باعث افزایش میزان آگاهی دانش‌آموزان از سواد رسانه‌ای شده است. نتایج این پژوهش، که در راستای سایر پژوهش‌های انجام شده، بیانگر تأثیر مثبت استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات در آموزش سواد رسانه‌ای و افزایش آگاهی درباره مؤلفه‌های اساسی سواد رسانه‌ای بود. وراگا و همکاران (۲۰۱۵) در تحقیقی به کنترل رسانه‌ها توجه کرده‌اند که در آن، اخبار به‌منزله یک مؤسسه کنترل اجتماعی محسوب می‌شوند که در آن‌ها برخی از رادیکال‌ها از چگونگی بیان و ارائه اخبار برداشتی سنتی دارند. نتایج نشان داد که روزنامه‌نگاران عینی عمل نمی‌کنند و خبرنگاران اخبار را پوشش نمی‌دهند و یک گام به جلو می‌روند و رسانه‌ها را کنترل می‌کنند؛ با این استدلال که مؤسسات فرهنگی از رویکردهای اخبار و ارائه اطلاعات روزمره از مواضع فرهنگی خاص در راستای قدرت نخبگان استفاده می‌کنند. پژوهش یانگ‌بوئر<sup>۲۲</sup> (۲۰۲۰) با عنوان «اجرای سواد رسانه در برنامه درسی مطالعات اجتماعی» نشان داد که اگر دانش‌آموزان امروز بخواهند در بزرگ‌سالی شهروندان متعهدی شوند، باید مهارت‌ها و دانش مرتبط با سواد رسانه‌ای را به‌دست آورند. وی بیان می‌کند که معلم‌ان باید سواد رسانه‌ای خود را در مطالعات اجتماعی قبل از شروع کار و در دوران آموزش ارتقا دهند. آنان از این راه می‌توانند سواد رسانه‌ای را به کلاس‌های درس خود منتقل کنند. هانسون<sup>۲۳</sup> و همکاران (۲۰۱۹) در پژوهشی با عنوان «سواد رسانه‌ای» به این نکته اشاره می‌کنند که دانش‌آموز، معلم، کتابدار و در مجموع هر شخصی نیازمند سواد رسانه‌ای است. این تحقیق تأکید می‌کند که آموزش باید از کودکی آغاز و تا بزرگ‌سالی ادامه یابد؛ زیرا هر نشریه و رسانه، ادبیات مخصوص خود را دارد که نیازمند بهره‌گیری از سواد رسانه‌ای است. همچنین آموزش سواد رسانه به‌دلیل کاربردش در شئون گوناگون زندگی و تأثیر مستقیمش در زندگی توصیه می‌شود. یاسدین<sup>۲۴</sup> و همکاران (۲۰۲۱) در پژوهشی با عنوان «نقش سواد جدید و تفکر انتقادی در رشد حرفه‌ای دانش‌آموزان» به این نتایج دست یافتند: ۱. گردش اطلاعات در رسانه‌های اجتماعی در میان دانش‌آموزان بسیار فشرده است؛ ۲. تشدید اطلاعات در رسانه‌های اجتماعی دانش‌آموزان را تشویق می‌کند تا الگوی سوادآموزی را در قالب جنبش‌های سوادآموزی جدید بهبود بخشند؛ ۳. سوادآموزی جدید بهبود تفکر انتقادی دانش‌آموزان را تشویق می‌کند؛ ۴. سواد جدید و تفکر انتقادی با یکدیگر در شکل‌گیری مهارت‌های نرم تعامل دارند تا رشد حرفه‌ای دانش‌آموزان را تقویت کنند. سکین<sup>۲۵</sup> و همکاران (۲۰۲۱) در پژوهشی با عنوان «رابطه بین سطوح سواد دیجیتال دانش‌آموزان مقطع راهنمایی، اهداف استفاده از رسانه‌های اجتماعی و سطح تهدید سایبری» به

این نتیجه رسیدند که میان سطوح سواد دیجیتال دانش‌آموزان راهنمایی و استفاده از رسانه‌های اجتماعی به‌منظور تعامل بین فردی و اهداف آماده‌سازی درس روابط مثبت متوسطی وجود دارد. علاوه بر این، سواد دیجیتال رابطه مثبت ضعیفی با قرار گرفتن در معرض زورگویی سایبری دارد. ایوانویچ<sup>۲۶</sup> (۲۰۱۴) پژوهشی را با عنوان «سواد رسانه‌ای جدید در بستر ویژگی اجتماعی و جمعیت‌شناختی» در صربستان انجام دادند. نتایج نشان داد که تفاوت‌های چشمگیری در توانایی‌ها و ظرفیت رسانه‌ای آزمون‌دهندگان با توجه به جنس، سن، سطح آموزش و درآمد آنان وجود دارد. کارا<sup>۲۷</sup> و همکاران (۲۰۲۰) پژوهشی را با عنوان «عادات رسانه‌های اجتماعی از طریق دیدگاه سواد رسانه‌ای جدید: موردی از دانش‌آموزان بالاستعداد» انجام دادند. هدف از این مطالعه، پاسخ به این پرسش بود که آیا دانش‌آموزان تیزهوش موفق در زمینه تحصیلی از رسانه‌های اجتماعی آگاهانه در محور سواد رسانه‌ای جدید استفاده می‌کنند؟ نتایج تحقیق نشان داد که دانش‌آموزان تیزهوش زمان زیادی را صرف رسانه‌های دیجیتال، به‌ویژه کانال یوتیوب، می‌کنند. افزون بر این، نتایج این پژوهش نشان داد که میزان سواد رسانه‌ای دانش‌آموزان ضعیف است و آن‌ها می‌توانند از طریق سواد رسانه‌ای جدید اطلاعات شایان توجهی در مورد آموزش ویژه به‌دست آورند. براساس مطالب فوق، براساس بررسی‌های محقق تاکنون پژوهشی در خصوص شناسایی مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای و تحلیل جایگاه این مؤلفه‌ها در اسناد بالادستی، که در واقع به‌منزله نقشه راه مطرح هستند و تعیین‌کننده دورنمای برنامه درسی در نظام آموزش و پرورش کشورند، انجام نشده است. بر این اساس، به این امر توجه شده و محقق در پی بررسی این موضوع است که اولاً مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای کدام‌اند و ثانیاً این مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای تا چه میزان در اسناد بالادستی نظام آموزش و پرورش مدنظر قرار گرفته است؟

## عوامل مؤثر در استقرار مدیریت دانش در مدارس چیست؟

### روش پژوهش

اهداف این پژوهش، شناسایی مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای و بررسی میزان انطباق محتوای اسناد بالادستی نظام آموزش و پرورش ایران با مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای است. پژوهش حاضر به شیوه توصیفی، شامل تحلیل اسنادی و تحلیل محتوا انجام شده است؛ بدین صورت که ابتدا به کمک روش تحلیل اسنادی و استفاده از متون نظری و سوابق پژوهشی (با بررسی کتاب‌ها، مقاله‌ها، نشریات، پایان‌نامه‌ها، اسناد و سایت‌های اینترنتی) مؤلفه‌های آموزش سواد رسانه‌ای احصا و در مرحله بعد، با استفاده از روش تحلیل محتوا، میزان توجه به این مؤلفه‌ها در اسناد بالادستی آموزش و پرورش تحلیل محتوا شده است. جامعه پژوهشی در بخش تحلیل اسنادی تمامی متون مرتبط با آموزش سواد رسانه‌ای و در بخش تحلیل محتوا چهار سند بالادستی نظام آموزش و پرورش ایران («سند چشم‌انداز بیست‌ساله»، «سند نقشه جامع علمی کشور»، «سند تحول بنیادین نظام تعلیم و تربیت»

و «برنامه درسی ملی») است. در این پژوهش، از نمونه‌گیری صرف‌نظر شده و تمامی اسناد بالادستی آموزش و پرورش ایران تحلیل محتوا شده است. واحد تحلیل محتوا انواع متعددی دارد؛ از جمله «واحد ثبت» و «واحد فحواه». واحد ثبت در این تحقیق، مضمون است. واحد ثبت به بخش معنادار که قابلیت رمزگذاری محتوا دارد اطلاق می‌شود. روش شمارش نیز فراوانی است. مقوله‌بندی و تعیین شاخص‌ها در این تحقیق، با روش جعبه‌ای انجام شده است؛ یعنی طبقات (مقوله‌ها) قبل از اجرای تحقیق تعیین می‌شوند و به همین دلیل به آن روش از پیش تعیین شده نیز می‌گویند. ابزارهای اندازه‌گیری در بخش تحلیل اسنادی، برگه‌های فیش‌برداری از اطلاعات و در بخش تحلیل محتوا، سیاهه محقق ساخته است که به منظور تدوین آن، تعداد درخور توجهی از منابع نظری و پژوهشی مرتبط با آموزش سواد رسانه‌ای بررسی و مؤلفه‌های مرتبط استخراج شد.

برای کسب اطمینان از وجود روایی<sup>۲۸</sup> در این پژوهش، از روش روایی صوری، محتوایی و نظر متخصصان استفاده شد؛ به این ترتیب که فرم اولیه تحلیل محتوا، که شامل تمامی مؤلفه‌های مفهومی مرتبط با آموزش سواد رسانه‌ای بود، برای تغییر و اصلاح در اختیار گروهی از متخصصان و صاحب‌نظران حوزه تعلیم و تربیت و سواد رسانه‌ای قرار گرفت و پس از اعمال نظر آن‌ها، فهرست تحلیل محتوا در قالب چارچوب مفهومی ۱ تهیه شد.

#### جدول ۱. چارچوب مفهومی مؤلفه‌های آموزش سواد رسانه

مؤلفه	خرده‌مؤلفه‌ها
شناخت	شناخت علوم
	شناخت باید و نبایدها
	شناخت ویژگی‌های فنی رسانه
	شناخت محتوایی رسانه
تفکر انتقادی	مهارت پرسشگری
	تفسیر، تحلیل، ارزشیابی
تولید و تعامل	استفاده صحیح و هدفمند
	تولید پیام

در بخش تحلیل محتوا، به منظور تأمین پایایی<sup>۲۹</sup> ابزار از فرمول ویلیام اسکات استفاده شده است. برای محاسبه آن، نخست ۲۰ درصد از محتوا کدگذاری شد. در گام بعد درصد توافق مدنظر و درصد توافق مشاهده شده به دست آمد و در پایان، براساس فرمول اسکات درصد پایایی این پژوهش محاسبه

شد. با توجه به اینکه ضریب قابلیت اعتماد  $0/75$  به دست آمد، می‌توان گفت ابزار تدوین شده از پایایی قابل قبولی برخوردار است.

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

$$pe = 0/98 \quad (\text{درصد توافق مدنظر})$$

$$po = 0/99 \quad (\text{درصد توافق مشاهده شده})$$

$$\pi = 0/75 \quad (\text{ضریب قابلیت اعتماد})$$

$$\pi = \frac{0/995 - 0/980}{1 - 0/980} = 0/75$$

در این تحقیق، داده‌های اسنادی به شیوه کیفی و داده‌های تحلیل محتوا با استفاده از شاخص‌های توصیفی در فرایند تحلیلی آنتروپی شانون بررسی شد.

## یافته‌ها

### بررسی سؤال اول تحقیق:

#### ۱. مؤلفه‌های آموزش سواد رسانه‌ای کدام‌اند؟

با توجه به اینکه یکی از اهداف مهم پژوهش حاضر شناسایی مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای است، محقق پس از مطالعه و بررسی ادبیات و پیشینه پژوهش در این حوزه، فهرستی از عمده‌ترین مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای تهیه و در اختیار متخصصان حوزه تعلیم و تربیت و سواد رسانه‌ای قرار داد و پس از چند مرحله بررسی و اصلاح، در نهایت چارچوب مفهومی مؤلفه‌ها در قالب جدول ۲ تدوین شد.

جدول ۲. مؤلفه‌های آموزش سواد رسانه‌ای

مؤلفه	خرده‌مؤلفه‌ها
شناخت	شناخت علوم
	شناخت باید و نبایدها
	شناخت ویژگی‌های فنی
	شناخت محتوا
تفکر انتقادی	مهارت پرسشگری
	تفسیر، تحلیل، ارزشیابی
تولید و تعامل	استفاده صحیح و هدفمند
	تولید و نوآوری

۱. **مؤلفه شناخت:** ابتدایی‌ترین مؤلفه در آموزش سواد رسانه‌ای شناخت و دانستن پایه‌های لازم در این حوزه است. این مؤلفه خود از خرده‌مؤلفه‌های گوناگونی مانند شناخت علوم، شناخت باید و نبایدها، شناخت ویژگی‌های فنی و شناخت محتوا تشکیل شده است.
۲. **مؤلفه تفکر انتقادی:** مؤلفه دوم در آموزش سواد رسانه‌ای، تفکر انتقادی است. این مؤلفه خود از خرده‌مؤلفه‌های گوناگونی مانند مهارت پرسشگری و تفسیر، تحلیل، و ارزشیابی تشکیل شده است.
۳. **مؤلفه تولید و تعامل:** مؤلفه سوم در آموزش سواد رسانه‌ای، تولید و تعامل است. این مؤلفه خود از خرده‌مؤلفه‌های متعددی مانند استفاده صحیح و هدفمند و تولید و نوآوری تشکیل شده است.

جدول ۳. مؤلفه، خرده‌مؤلفه و شاخص‌های سواد رسانه‌ای از منظر صاحب‌نظران

مؤلفه	خرده‌مؤلفه	شاخص	منبع
شناخت	شناخت علوم	کامپیوتر، زبان خارجه، ادبیات	فدورو <sup>۲۰</sup> و همکاران (۲۰۲۰)، یونسکو (۲۰۱۹)، گریتر و یداو <sup>۲۱</sup> (۲۰۱۸)، سندووال <sup>۲۲</sup> و همکاران (۲۰۱۷)، یونسکو (۲۰۱۸)، مک‌لین <sup>۲۳</sup> و همکاران (۲۰۱۶)
	باید و نبایدها	ارزش‌های عمومی ارزش‌های شخصی	
	ویژگی‌های فنی رسانه	شناخت ویژگی‌های رسانه‌های جمعی شناخت ویژگی‌های رسانه‌های مکتوب شناخت ویژگی‌های رسانه‌های برخط	فیلیپس <sup>۲۴</sup> و همکاران (۲۰۱۵)، اشمیت (۲۰۱۲)، کولتای <sup>۲۵</sup> (۲۰۱۱)، کاپلو <sup>۲۶</sup> و همکاران (۲۰۱۱)، پرز و همکاران (۲۰۱۹)، اسلاویکوا <sup>۲۷</sup> (۲۰۱۴)
محتوایی رسانه	شناخت روش‌های خبری	پارک و بورفورد (۲۰۱۳)، صلواتیان و همکاران (۱۳۹۵)، جنسون و درومیا (۲۰۱۶)، میرز و همکاران (۲۰۱۳)، کولتای (۲۰۱۱)، دیل و همکاران (۲۰۱۰)، انجمن ملی آموزش سواد رسانه‌ای (۲۰۰۷)	
	شناخت چالش‌های فضای مجازی		
تفکر انتقادی	مهارت پرسشگری	استفاده از حواس مختلف	فدورو و همکاران (۲۰۲۰)، پانگرازویو <sup>۲۷</sup> (۲۰۱۶)؛ مورهو و هایلی (۲۰۲۰)
	تفسیر، تحلیل و ارزشیابی	تعقل و فنون پرسشگری توانایی نقد محتوای پیام‌ها بررسی اعتبار و مالکیت پیام و رسانه	اشمیت (۲۰۱۲)، پارک و بورفورد (۲۰۱۳)، اسلاویکوا (۲۰۱۴)، یامان (۲۰۲۰)، دیل و همکاران (۲۰۱۰)؛ کاپلو و همکاران (۲۰۱۱)
	استفاده صحیح و هدفمند	توانایی هماهنگی و تطبیق نحوه تعامل	فیلیپس و همکاران (۲۰۱۵)، اسلاویکوا (۲۰۱۴)
تولید و تعامل	تولید و نوآوری	توانایی تولید و خلق پیام خلاقیت و خودکارآمدی	کابالبرو <sup>۲۸</sup> و همکاران (۲۰۲۰)، جنسون و درومیا (۲۰۱۶)، میرز (۲۰۱۳)؛ کابالبرو و همکاران (۲۰۲۰)، کاپلو و همکاران (۲۰۱۱)

### بررسی سؤال دوم تحقیق:

## ۲. میزان انطباق محتوای اسناد بالادستی نظام آموزش و پرورش ایران با مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای چگونه است؟

پس از شناسایی مؤلفه‌های آموزش سواد رسانه از طریق تحلیل اسنادی، در ادامه با تحلیل محتوا، میزان پرداختن به این مؤلفه‌ها در اسناد بالادستی استخراج و در جدول ۴ درج شد. بررسی داده‌های به‌دست‌آمده در سؤال دوم در فرایند تحلیلی آنتروپی شانون (بهنجار کردن داده‌های جدول فراوانی، محاسبه بار اطلاعاتی مقوله‌ها و به‌دست‌آوردن ضریب اهمیت آن‌ها) تجزیه، تحلیل و توصیف شدند که در ادامه مراحل سه‌گانه آن توضیح داده شده است:

- **مرحله اول:** ماتریس فراوانی‌های جدول فراوانی باید بهنجار شوند. برای این کار از رابطه زیر استفاده شده است:

$$P_{ij} = \frac{F_{ij}}{\sum_{i=1}^m F_{ij}} = (i = 1, 2, 3, \dots, m = 1, 2, \dots, n)$$

- هنجار شده ماتریس فراوانی = P؛ فراوانی مقوله = F؛ شماره پاسخ‌گو = i؛ شماره مقوله = j؛ تعداد پاسخ‌گو = m

- **مرحله دوم:** بار اطلاعاتی هر مقوله را محاسبه شده و در ستون‌های مربوطه قرار داده شده است. برای این منظور از رابطه زیر استفاده شده است:

$$E_j = -k \sum_{i=1}^m [P_{ij} \log_2 P_{ij}] \quad (j = 1, 2, n) \quad K = \frac{1}{L_{n \ m}}$$

- هنجار شده ماتریس = P؛  $(1, 2, n) = j$ ؛ لگاریتم نپری =  $L_n$ ؛ شماره پاسخ‌گو = i؛ شماره مقوله = j؛ تعداد پاسخ‌گو = m

- **مرحله سوم:** با استفاده از بار اطلاعاتی مقوله‌ها  $(1, 2, \dots, n)$  ضریب اهمیت هریک از مقوله‌ها محاسبه شد. هر مقوله‌ای که بار اطلاعاتی بیشتری داشته باشد از درجه اهمیت  $(W_j)$  بیشتری برخوردار است. برای محاسبه ضریب اهمیت از رابطه زیر استفاده شده است:

$$W = \frac{E_j}{\sum_{j=1}^n E_j}$$

- درجه اهمیت =  $W_j$ ؛ بار اطلاعاتی هر مقوله =  $E_j$ ؛ تعداد مقوله‌ها = n؛ شماره مقوله = j

گفتنی است در محاسبه  $E_j$ ، مقادیر  $P_{ij}$ ، که برابر صفر است، به دلیل بروز خطا و جواب بی‌نهایت در محاسبات ریاضی با عدد بسیار کوچک  $0/00001$  جایگزین شده است، اما از شاخصی است که ضریب اهمیت هر مقوله را در یک پیام، با توجه به شکل پاسخ‌گوها، مشخص می‌کند. از طرفی با توجه به بردار  $W$ ، مقوله‌های حاصل از پیام را نیز رتبه‌بندی می‌کنیم (نوریان، ۱۳۸۷).

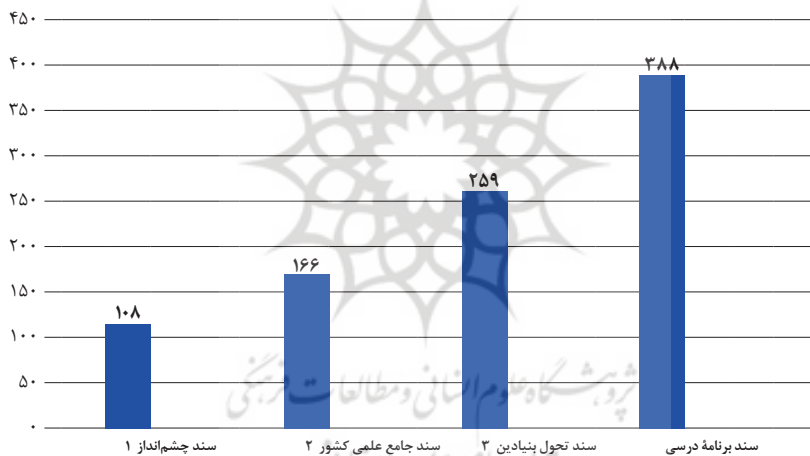
در جدول‌های ۷ و ۸ نتایج فراوانی مؤلفه‌ها، خرده‌مؤلفه‌ها و شاخص‌های آموزش سواد رسانه‌ای به صورت تفکیکی و جمعیتی مشاهده می‌شوند:

جدول ۴. نتایج تحلیل مؤلفه، خرده‌مؤلفه و شاخص‌های سواد رسانه‌ای در اسناد بالادستی

مؤلفه	خرده‌مؤلفه	شاخص	سند چشم‌انداز	سند جامع علمی	سند تحول بنیادین	سند برنامه‌دستی ملی	مجموع	
شناخت	علوم لازم	کامپیوتر، زبان	۵	۳۶	۱۳	۳۷	۹۱	
	باید و نبایدها	ارزش‌های عمومی	۵۱	۳۴	۱۴۳	۱۵۶	۳۸۴	
		ارزش‌های فردی	۶	۴	۴	۲۶	۴۰	
		رسانه‌های جمعی	۰	۸	۴	۱۱	۲۳	
	ویژگی‌های فنی رسانه	رسانه‌های مکتوب	۰	۰	۰	۰	۰	
		رسانه‌های برخط	۰	۰	۰	۰	۰	
		روش‌های خبری	۱	۱	۲	۲	۶	
	محتوای رسانه	چالش‌ها و خطرات	۳	۰	۳	۲	۸	
	تفکر انتقادی	مهارت	استفاده از حواس	۰	۱	۲	۱۵	۱۸
		پرسشگری	تعقل و فنون پرسشگری	۱	۶	۸	۲۱	۳۶
تحلیل و ارزشیابی		توانایی نقد محتوای پیام	۴	۲۶	۲۷	۵۳	۱۱۰	
		اعتبار و مالکیت رسانه	۲	۱	۷	۵	۱۵	
تولید و تعامل		استفاده هدفمند	هماهنگی و تطبیق	۲	۴	۱۰	۱۳	۲۹
	تولید پیام	نحوه تعامل	۸	۱۷	۱۱	۱۰	۴۶	
		توانایی تولید	۱۹	۱۳	۴	۲۳	۵۹	
		خلاقیت و خودکارآمدی	۶	۱۵	۲۱	۱۴	۵۳	
	مجموع		۳۸۸	۱۰۸	۱۶۶	۲۵۹	۳۸۸	

## جدول ۵. نتایج تحلیل مؤلفه‌های آموزش سواد رسانه‌ای در اسناد بالادستی

مجموع	اسناد بالادستی آموزش و پرورش				مؤلفه‌ها	
	فراوانی	درصد	سند چشم‌انداز	سند جامع علمی		سند تحول بنیادین
۵۹٫۹۳	۵۵۲	۲۳۴	۱۶۹	۸۳	۶۶	شناخت
۱۹٫۴۳	۱۷۹	۹۴	۴۴	۳۴	۷	تفکر انتقادی
۲۰٫۶۲	۱۹۰	۶۰	۴۶	۴۹	۳۵	تولید و تعامل
۱۰۰	۹۲۱	۳۸۸	۲۵۹	۱۶۶	۱۰۸	فراوانی
		۴۲/۱۸	۴۵۲۸۸	۴۴۹۷۵	۱۱/۷۲	درصد



## نمودار ۱. میزان کل فراوانی آموزش سواد رسانه‌ای در اسناد بالادستی آموزش و پرورش ایران

بر اساس جدول ۵، مجموع فراوانی مؤلفه‌های تحلیل‌شده در اسناد بالادستی آموزش و پرورش ایران ۹۲۱ مورد است. از بین اسناد تحلیل‌شده، بیشترین توجه به مؤلفه‌های آموزش سواد رسانه را سند برنامه درسی ملی با ۳۸۸ فراوانی و ۴۲/۱۸ درصد و کمترین توجه را سند چشم‌انداز با ۱۰۸ فراوانی و ۱۱/۷۲ درصد به خود اختصاص داده است.

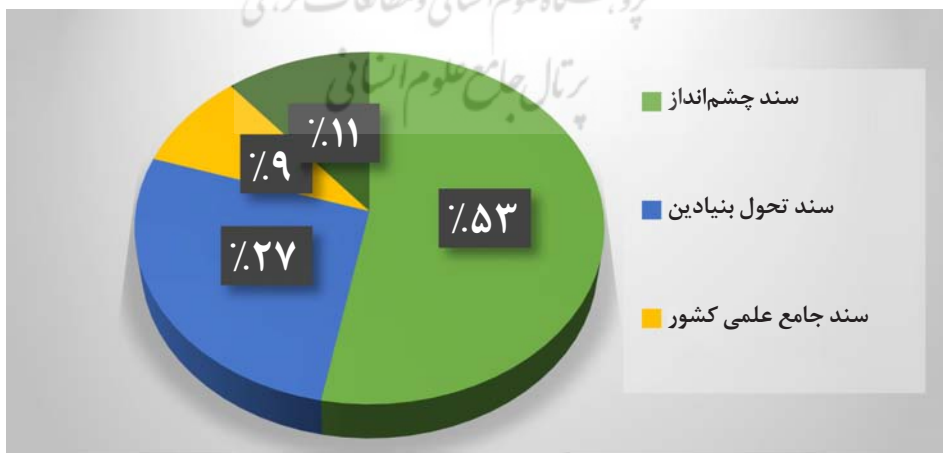
در تحلیل جایگاه هریک از مؤلفه‌های آموزش سواد رسانه‌ای، مؤلفه شناخت با ۵۵۲ فراوانی و ۵۹/۹۳ درصد بیشترین توجه و در جایگاه بعدی، مؤلفه تولید و تعامل با ۱۹۰ فراوانی و ۲۰/۶۲ درصد قرار دارد. مؤلفه تفکر انتقادی نیز با ۱۷۹ فراوانی و ۱۹/۴۳ درصد کمترین توجه را در اسناد بالادستی آموزش و پرورش داشته است.



**جدول ۶.** داده‌های بهنجار شده، بار اطلاعاتی و ضریب اهمیت مؤلفه‌های آموزش سواد رسانه‌ای در اسناد بالادستی آموزش و پرورش ایران

مؤلفه‌ها	اسناد	سند چشم‌انداز	سند جامع علمی	سند تحول بنیادین	سند برنامه درسی
شناخت	۶۰۵/۰	۷۶۱/۰	۵۵۰/۱	۱۴۶/۲	
تفکر انتقادی	۰۶۴۲/۰	۳۱۱/۰	۴۰۳/۰	۸۶۲/۰	
تولید و تعامل	۳۲۱/۰	۴۴۹/۰	۴۲۲/۰	۵۵۰/۰	
بار اطلاعاتی	۸۲۲/۰	۶۷۳/۰	۷۰۲/۰	۶۴۰/۰	
ضریب اهمیت	۵۳۴/۰	۲۷۳/۰	۰۸۷/۰	۱۰۵/۰	

در جدول ۶، داده‌های بهنجار شده، بار اطلاعاتی و ضریب اهمیت میزان توجه به مؤلفه‌های آموزش سواد رسانه‌ای در اسناد بالادستی آموزش و پرورش آمده است. پس از نرمال‌سازی داده‌ها، با استفاده از فرمول روش شانون، مقدار بار اطلاعاتی هریک از مؤلفه‌ها و سپس در مرحله پایانی، ضریب اهمیت مؤلفه‌های آموزش سواد رسانه‌ای محاسبه شد. همان‌طور که در این قسمت مشخص است، هر بعدی که بار اطلاعاتی بیشتری داشته باشد، درجه اهمیت بیشتری دارد. براین اساس، با توجه به داده‌های جدول ۹، از میان اسناد بالادستی آموزش و پرورش بیشترین ضریب اهمیت به ترتیب مربوط به سند چشم‌انداز بیست‌ساله (۰/۵۳۴) سند جامع علمی کشور (۰/۲۷۳)، سند برنامه درسی (۰/۱۰۵) و کمترین ضریب اهمیت به سند تحول بنیادین آموزش و پرورش (۰/۰۸۷) اختصاص دارد.



**شماره ۲.** ضریب اهمیت مؤلفه‌های آموزش سواد رسانه‌ای در اسناد بالادستی آموزش و پرورش

## ■ بحث و نتیجه‌گیری ■

پژوهش حاضر، با هدف شناسایی مؤلفه‌های آموزش سواد رسانه‌ای و تحلیل جایگاه آن در اسناد بالادستی آموزش و پرورش انجام شد. نتایج حاصل از این پژوهش را می‌توان در دو بخش بیان کرد.

بخش اول یافته‌های این پژوهش، به شناسایی مؤلفه‌های آموزش سواد رسانه‌ای مربوط است. نتایج پژوهش در این خصوص نشان داد که مؤلفه‌های آموزش سواد رسانه‌ای را می‌توان در سه مؤلفه شناخت، تفکر انتقادی و تولید پیام تدوین کرد. هر یک از این مؤلفه‌ها، از خرده‌مؤلفه‌های متعددی تشکیل شده است؛ مثلاً مؤلفه شناخت از خرده‌مؤلفه‌های شناخت علوم، شناخت باید و نبایدها، شناخت ویژگی‌های فنی و شناخت محتوا؛ مؤلفه تفکر انتقادی از خرده‌مؤلفه مهارت پرسشگری و مهارت تفسیر، تحلیل، ارزشیابی و مؤلفه تولید پیام از خرده‌مؤلفه‌های استفاده صحیح و هدفمند و تولید پیام تشکیل شده است.

در تبیین این بخش از یافته‌ها گفتنی است که «شناخت»، به منزله اولین مؤلفه سواد رسانه‌ای، لازمه و درب ورود به هر موضوعی است. در مرحله نخست، والدین باید این شناخت را در سنین حتی پیش از دبستان به فرزندانشان آموزش دهند، اما با توجه به مقتضیات زمانه امروز و شرایط اقتصادی و اجتماعی، بسیاری از پدر و مادرها، زمان یا توانایی لازم برای انتقال این مفاهیم به فرزندان را ندارند. در اینجا تأثیر معلم و مدرسه، و در مفهوم کلان‌تر، تأثیر آموزش و پرورش بیشتر نمایان می‌شود. در دنیای امروز، سواد دیگر منوط به خواندن و نوشتن نیست و مدرسه وظیفه دارد سواد رسانه‌ای را هم به دانش‌آموزان بیاموزد، نحوه استفاده از رایانه و کار با اینترنت و حتی زبان خارجی (خرده‌مؤلفه شناخت علوم لازم) از مواردی است که دانش‌آموزان را در بالابردن سطح سواد رسانه‌ای کمک می‌کند. دانش‌آموزان روزانه در معرض هزاران پیام قرار دارند، پیام‌هایی که اگرچه تا چند سال گذشته به روزنامه، مجلات، رادیو، تلویزیون و ماهواره محدود می‌شد، اما امروزه یک گوشی تلفن همراه مجهز به اینترنت جای روزنامه، مجلات، تلویزیون، ماهواره، بازی و غیره را گرفته است. زیستن در این فضای مجازی، دارای مقتضیاتی است که با توجه به بافت فرهنگی و اجتماعی هر کشور متفاوت است. ارزش‌ها یکی از همین مفاهیم مهم فضای مجازی است. امروزه پایبندی به ارزش‌ها در بسیاری از کشورهای پیشرفته به حاشیه رفته است و شاید دلیل کم‌توجهی به ارزش‌ها (خرده‌مؤلفه بایدها و نبایدها) در تعاریف

سواد رسانه‌ای نیز همین موضوع باشد. برخلاف این کشورها، نظام جمهوری اسلامی بر پایه بسیاری از ارزش‌ها نهادینه شده است و داده‌های جدول ۵ و فراوانی چشمگیر ارزش‌ها در اسناد بالادستی آموزش و پرورش، بیانگر توجه آموزش و پرورش ایران به ارزش‌هاست.

هرچند آموزش از راه دور چندسالی است که در کشور ما و حتی جهان رواج یافته، اما شیوع و ویروس کرونا و مجازی‌شدن آموزش، دانش‌آموزان در دورافتاده‌ترین نقاط کشور را هم وادار به استفاده از اینترنت و تلفن همراه کرده است. مجازی‌شدن آموزش و دسترسی به اینترنت و اتصال به دنیای اطلاعات، ضرورت استفاده و یادگیری از رسانه‌ها را هم افزایش داده است؛ بنابراین دانستن ویژگی‌ها، قابلیت‌ها و محدودیت‌های هر رسانه (خرده‌مؤلفه شناخت مؤلفه ویژگی‌های فنی) و توجه به این نکته که چه رسانه‌ای چه محتوایی را عرضه می‌کند لازم است، اما یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که غیر از سند برنامه درسی ملی، هیچ‌یک از اسناد بالادستی آموزش و پرورش به این موضوع توجه نکرده است. به نظر می‌رسد با عنایت به رشد شبکه‌های اجتماعی، شدت نابسامانی‌ها در این فضا و شیوع کرونا، که موجب استفاده بیشتر دانش‌آموزان از فضای مجازی شده است، لزوم بازنگری به مؤلفه شناخت و تأکید بیشتر به این مؤلفه در اسناد بالادستی را گوشزد می‌کند.

علاوه بر این، درخصوص خرده‌مؤلفه سوم شناخت (محتوای رسانه) می‌توان گفت آنچه در فضای مجازی وجود دارد دقیقاً همانی نیست که به ما نشان داده می‌شود؛ این رسانه‌ها هستند که بسیاری از تصورات ما را شکل می‌دهند. فضای مجازی پر است از ترفندها و دروغ‌ها<sup>۳۹</sup>؛ به همین منظور باید دانش‌آموزان متناسب با سنشان با روش‌های رسانه‌ای (خرده‌مؤلفه محتوای رسانه‌ها) از جمله بازنمایی، کلیشه‌سازی، تکرار، اقناع و آشنا شوند. این بخش از یافته‌های تحقیق، با یافته‌های پژوهش وطن‌خواه و سبحانی (۱۳۹۷) که بر آموزش روش‌های سواد رسانه‌ای تأکید دارند و نتایج پژوهش بهرامی (۱۳۹۸) که نشان داد یکی از راه‌های مهم مقابله با هجمه‌های بیگانگان و تهاجم فرهنگی، انتخاب صحیح محتواست یا پژوهش نتلفورد و کاتلین<sup>۴۰</sup> (۲۰۲۱) و کاوو<sup>۴۱</sup> و همکاران (۲۰۲۰) که نشان دادند آموزش سواد رسانه‌ای باعث کاهش آسیب‌های اجتماعی، فردی و خانوادگی می‌شود منطبق است.

مؤلفه دوم آموزش سواد رسانه‌ای شناسایی شده در این پژوهش، تفکر انتقادی است. در تبیین این یافته می‌توان گفت پس از شناسایی شناخت علوم لازم، ارزش‌ها و ویژگی‌های منحصر به فرد هر رسانه، نوبت به مسلح‌شدن دانش‌آموزان به سلاح تفکر

انتقادی (مؤلفه دوم سواد رسانه‌ای) می‌رسد. در واقع ابزاری که می‌تواند افراد هر جامعه، به‌ویژه قشر جوان و دانش‌آموز، را از حملات دشمن در فضای مجازی و جنگ رسانه‌ای در امان نگه دارد تفکر انتقادی است. تفکر انتقادی به ما می‌گوید که باید به آنچه در فضای مجازی می‌بینید یا می‌شنوید با دیده شک بنگرید. باید چشم و گوش و همه حواس را به‌کار گرفت تا به پیام پنهانی، که در پس ظاهر زیبای یک پیام مستتر شده، پی برد. به عبارت دیگر، باید با عینک پرسشگری با پیام‌های رسانه‌ای مواجه شد. باید در مقابل پیام‌ها این سؤالات را پرسید که چه کسی این پیام را ارسال کرده است؟ این پیام در ظاهر چه هدفی را دنبال می‌کند؟ هدف پنهان شده در پشت این پیام چیست؟ (خرده‌مؤلفه پرسشگری).

زمانی اهمیت تفکر انتقادی بیشتر مشخص می‌شود که بدانیم برای بسیاری تاکنون این سؤال مطرح نشده که چرا ده‌ها شبکه ماهواره‌ای فارسی‌زبان، که حتی تبلیغات تجاری هم ندارند، روزانه برای ایرانی‌ها برنامه تولید می‌کنند. پشت پرده این رسانه‌های خبری بیگانه چه کسانی قرار دارند؟ هدف مالکان این رسانه‌ها چیست؟ چرا شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان مانند «من و تو» هیچ‌گاه حاضر به شفافیت‌سازی در بودجه‌شان نیستند. چرا بسیاری از شبکه‌های مشابه آن‌ها برای مخاطبان خارجی‌شان اشتراک پولی می‌گذارند، اما برنامه‌هایشان را رایگان در اختیار ایرانی‌ها قرار می‌دهند. بسیاری از افراد در پاسخ به این سؤال که چرا اطلاعات شخصی‌شان را به‌راحتی در شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های بیگانه قرار می‌دهند، می‌گویند مگر اطلاعات ما به چه کار این رسانه‌ها می‌آید؟ پرسش این افراد ناشی از کاهش سواد رسانه‌ای آن‌هاست؛ چراکه این رسانه‌ها اطلاعات افراد را به‌راحتی در شرکت‌های تبلیغاتی و صاحبان قدرت قرار می‌دهند. فارغ از اینکه اطلاعات شخصی و خانوادگی آن‌ها می‌تواند خسارات زیان‌باری را برای خود این افراد داشته باشد، امروزه این بر داده‌ها<sup>۴۲</sup> هستند که آینده را رقم می‌زنند. همان‌گونه که بسیاری از انتخابات را با استفاده از این اطلاعات پیش‌بینی کرده‌اند، شرکت‌های تجاری نیز برای سرمایه‌گذاری بر این اطلاعات متمرکز شده‌اند، اما صاحبان قدرت با آنالیز کردن این بر داده‌ها، از ذائقه غذایی تا اعتقادات مردم را می‌توانند تغییر دهند و براساس آن نقشه مسیرشان را ترسیم کنند.

در این خصوص گفتنی است که مرور عملکرد رسانه‌های خارجی نشان می‌دهد آن‌ها به‌طور کلی دو هدف عمده و اساسی «تغییر سبک زندگی» و «نامیدی» را برای مردم و به‌ویژه جوانان ایران در دستور کار قرار داده‌اند. رسانه‌ها در این جنگ ابزار

معاندین به‌شمار می‌روند و اگر مردم به این سطح از تفکر انتقادی دست یابند که بتوانند نقشه‌های آن‌ها را خنثی کنند، عملاً آسیبی فرهنگ ما را تهدید نخواهد کرد؛ اما برخلاف این مهم، یافته‌های پژوهش حاضر نشان‌دهنده کم‌توجهی به این مؤلفه در میان اسناد بالادستی است که به‌نظر می‌رسد باید در ویرایش‌های بعدی توجه بیشتری به این مؤلفه مهم شود.

مؤلفه سوم آموزش سواد رسانه‌ای شناسایی شده در این پژوهش، مؤلفه تولید و تعامل است، مؤلفه‌ای که در بین اسناد بالادستی پس از مؤلفه شناخت بیشترین توجه به آن شده است. در تبیین این یافته می‌توان گفت همان‌گونه که در واقعیت هم انسان موجودی اجتماعی آفریده شده، در فضای مجازی هم مجبور به برقراری ارتباط است و این قاعده در فضای مجازی هم جاری است، اما حضور در شبکه‌های اجتماعی ضوابطی دارد که هر فردی ضمن پذیرش استفاده از آن، باید مهارت تعامل و ارتباط‌گیری در این فضا را کسب کند (خرده‌مؤلفه دسترسی و تعامل) و در این فضا حضور هدفمند داشته باشد. اگر مؤلفه‌های پیشین شناسایی شده بیشتر حالت دفاعی داشتند، این مؤلفه دارای پویایی و نوآوری تولید است. دانش‌آموزان برای اینکه حضور فعال و اثرگذاری در رسانه‌ها و شبکه‌ها اجتماعی داشته باشند باید محتوای مناسب تولید کنند. دانش‌آموزان باید بدانند چه پیامی را در چه قالبی، با چه ابزاری، و در چه زمان و مکانی بسازند؛ مثلاً اگر هدف تولید محتوایی تجاری باشد، دانش‌آموز باید بداند که این کالا و خدمات در چه قالبی، در چه زمانی، در چه بستری و برای چه مخاطبی عرضه خواهد شد.

بخش دوم یافته‌های این پژوهش، مربوط به بررسی جایگاه و میزان پرداختن مؤلفه‌های آموزش سواد رسانه‌ای در میان اسناد بالادستی آموزش و پرورش است. در بخش دوم، نتایج پژوهش نشان داد که میزان توجه به مؤلفه‌های آموزش سواد رسانه‌ای در اسناد بالادستی آموزش و پرورش متفاوت است؛ به‌طوری که بیشترین تأکید بر مؤلفه شناخت و کمترین تأکید بر مؤلفه تفکر انتقادی است. همچنین مشخص شد در میان اسناد بررسی شده، بیشترین ضریب اهمیت مربوط به سند چشم‌انداز بیست‌ساله (۵۳۴/۰) و کمترین ضریب اهمیت مربوط به سند تحول بنیادین آموزش و پرورش (۰/۸۷) بوده است. چنین توجهی می‌تواند به دلایلی همچون نگرش برنامه‌ریزان درسی، ترجیحات مؤلفان اسناد بالادستی، محدودیت در حجم اسناد و اندازه‌کردن فراوانی‌های بیان شده باشد.

براین اساس، لازم است مؤلفان و تدوینگران اسناد بالادستی در نسخه‌های

ویرایشی آینده به مؤلفه کمتر توجه شده سواد رسانه‌ای (تفکر انتقادی) بیشتر توجه کنند.

از محدودیت‌های این تحقیق می‌توان به نبود پیشینه مرتبط با موضوع (برای مقایسه یافته‌ها با آن‌ها) و تحلیل کمی اطلاعات اشاره کرد. از این رو، آنچه ارائه شده است پژوهشی بکر و مقدماتی برای تحلیل جایگاه مؤلفه‌های آموزش سواد رسانه‌ای در اسناد بالادستی آموزش و پرورش ایران است. معرفی جامع هر یک از مؤلفه‌ها و همچنین تحلیل کیفی آن‌ها نیازمند پژوهش‌های جدیدی است که پژوهشگران حوزه مطالعات برنامه درسی باید در تحقیقات آتی خود به آن‌ها بپردازند تا در نهایت به بهبود وضعیت موجود منجر شود.



منابع  
REFERENCES

- آصف، هاجر، امیری، مجتبی، فرهنگی، علی‌اکبر و سلطانی فر، محمد. (۱۳۹۶). بررسی نقش رسانه‌های جمعی در کاهش موانع توسعه فرهنگی با رویکرد مدیریتی. فرهنگ در دانشگاه اسلامی، ۲۵(۴)، ۶۳-۸۴.
- بهرامی، علیرضا. (۱۳۹۸). بررسی نقش آموزش آموزش سواد رسانه‌ای در مقابله با تهاجم فرهنگی از دیدگاه کارشناسان (پایان‌نامه کارشناسی ارشد منتشر نشده). دانشکده مدیریت دانشگاه علامه طباطبائی، تهران.
- تاجیک اسماعیلی، سمیه و رمضانلو، مریم. (۱۳۹۵). رابطه بین سواد رسانه‌ای و میزان رضایت‌مندی از اخبار شبکه‌های سراسری و ماهواره‌ای. فصلنامه علمی می وسایل ارتباط جمعی «رسانه»، ۲۷(۱۰۴)، ۶۷-۹۳.
- تقی‌زاده، عباس و افخمی، حسین‌علی. (۱۳۹۲). بررسی مقایسه‌ای سواد رسانه‌ای دانش‌آموزان: مطالعه موردی دانش‌آموزان دختر و پسر سال چهارم دبیرستان‌های شهر کرمان. فصلنامه علوم اجتماعی، ۴(۱۶)، ۱۵-۳۰.
- حامدی، محمد. (۱۳۹۱). عوامل اجتماعی، فرهنگی مرتبط با سواد رسانه‌ای دانشجویان. فصلنامه مطالعات رسانه‌ای، ۷(۱۹)، ۶۵-۷۸.
- حسینی، سیدبشیر. (۱۳۹۲). سواد رسانه‌ای راهبرد استحکام هویت فردی و ملی. فصلنامه مطالعات ملی، ۵۴(۲)، ۱۲۵-۱۳۹.
- دبیرخانه شورای عالی آموزش و پرورش. (۱۳۹۰). سند تحول بنیادین آموزش و پرورش. <https://sccr.ir/Files/6609.pdf>
- دهقانی شاد، حوریه و محمودی کوکنده، سیدمحمود. (۱۳۹۱). بررسی ضرورت آموزش آموزش سواد رسانه‌ای کودکان و نوجوانان از نگاه متخصصان آموزش و پرورش شهر تهران. مطالعات رسانه‌ای، ۷(۱۶)، ۱۴۵-۱۵۷.
- دیربان، محمدمهدی و آقایی، دانیال. (۱۳۹۹). سواد رسانه‌ای معلمان آموزش و پرورش بر نحوه پذیرش دانش‌آموزان مدارس ابتدایی ایلام. مطالعات روان‌شناسی و علوم تربیتی، ۵۳، ۳۱۲-۳۲۵.
- رضایی، نورالله، شریفی، سعید و تقی‌پور، فائزه. (۱۳۹۹). تدوین راهبردها و پیامدهای همدلی قومی - فرهنگی در شبکه‌های اجتماعی با رویکرد انسجام ملی و دستیابی به سلامت اجتماعی: مطالعه کیفی (تحلیل محتوا). تشریح مدیریت ارتقای سلامت، ۹(۶)، ۸۹-۱۰۱.
- سلطانی فر، محمد. (۱۳۸۷). تحلیل وضعیت سواد اینترنتی دانش‌آموزان سال سوم دبیرستان شهر تهران در مقایسه با مربیان و والدین آن‌ها. فصلنامه نوآوری‌های آموزشی، ۲۷(۷)، ۱۲۱-۱۳۵.
- سلیمان، صفر، خسروی، فریبرز و حداد، زهرا. (۱۳۹۲). ارزیابی سواد رسانه‌ای دانشجویان و دانش‌آموزان شهر تهران. جهانی رسانه، ۸(۱۶)، ۷۴-۵۲.
- سند تحول بنیادین آموزش و پرورش (۱۳۹۰). وزارت آموزش و پرورش.
- صلواتیان، سیاوش، حسینی، سیدبشیر و معتمدی، سینا. (۱۳۹۵). طراحی الگوی آموزش سواد رسانه‌ای به نوجوانان. مطالعات برنامه‌ریزی آموزشی، ۵(۱۰)، ۵۰-۷۵.
- عبدلی سلطان احمدی، جواد، علیزاده، رقیه و حداد، زهرا. (۱۳۹۷). تاثیر تأثیر آموزش سواد رسانه‌ای بر مهارت‌های تفکر انتقادی دانش‌آموزان. فصلنامه مطالعات رسانه‌ای، ۱۳(۴۰)، ۱۱۹-۱۳۴.
- فرقانی، محمدمهدی و خدامرادی، یاسین. (۱۳۹۸). نقش سواد رسانه‌ای در تعدیل اعتیاد اینترنتی (مطالعه موردی: دانش‌آموزان مقطع متوسطه دوم چهار محال و بختیاری). مطالعات فرهنگ-ارتباطات، ۴۵(۷۷)، ۸۵-۱۰۲.
- فرمehنی فراهانی، محسن. (۱۳۹۷). نقش سواد فرهنگی در تحول علوم انسانی اسلامی. فصلنامه تحقیقات کاربردی علوم انسانی اسلامی، ۲(۵)، ۱۱۴-۹۵.
- محمودی، سیروس، رستگار، احمد و ایمانی فر، حمیدرضا. (۱۳۹۸). بررسی آسیب‌ها و چالش‌های آموزش سواد رسانه‌ای در مدارس. جامعه فرهنگ رسانه، ۸(۸)، ۸۳-۱۰۰.
- ملکی، فرحناز. (۱۳۹۵). بررسی تأثیر سواد رسانه‌ای بر آسیب‌های سازگاری روانی و اعتقادی شبکه‌های اجتماعی موبایلی در نوجوانان. فصلنامه دانش انتظامی اصفهان، ۵(۷)، ۸۱-۱۱۶.
- نصیری، بهاره، بختیاری، آمنه و حسینی، هادی. (۱۳۹۷). آموزش سواد رسانه‌ای به دانش‌آموزان پایه ششم با رویکردی بر تفکر انتقادی. پژوهش در نظام‌های آموزشی، ۱۲ (ویژه‌نامه)، ۸۱۹-۸۳۷.



- نیازی، لیلا، زارعی زورکی، اسماعیل و علی‌آبادی، خدیجه. (۱۳۹۵). تأثیر آموزش آموزش سواد رسانه‌ای مبتنی بر فناوری بر میزان آگاهی دانش‌آموزان. *مطالعات رسانه‌ای نوین*، ۲(۷)، ۱۱۹-۱۵۶.
- وطن خواه، رشیده و سبحانی، علیرضا. (۱۳۹۷). *آموزش سواد رسانه‌ای به دانش‌آموزان* [مقاله ارائه‌شده]. اولین کنفرانس ملی توسعه پایدار در علوم تربیتی و روان‌شناسی ایران، تهران.

- Abdullah, U. & Rahman, I. F. (2017). The correlation between students' habit in watching movie and listening skill. *ETERNAL (English, Teaching, Learning, and Research Journal)*, 3(1), 97-106.
- Alcolea-Díaz, G. A. D., Reig, R. R., Mancinas-Chávez, R. M. C., Alcolea-Díaz, G., Reig, R., & Mancinas-Chávez, R. (2020). UNESCO's Media and Information Literacy curriculum for teachers from the perspective of Structural Considerations of Information. *Comunicar: Media Education Research Journal*, 28(1), 99-109.
- Berger, E., Logan, R. K., Ringel, A., & Miroshnichenko, A. (2019). MEDIACY: A way to enrich media literacy. *Journal of Media Literacy Education*, 11(3), 85-90.
- Bergstrom, A. M., Flynn, M., & Craig, C. (2018). Deconstructing media in the college classroom: A longitudinal critical media literacy intervention. *Journal of Media Literacy Education*, 10(3), 113-131.
- Bulger, M., & Davison, P. (2018). The promises, challenges, and futures of media literacy. *Journal of Media Literacy Education*, 10(1), 1-21. <https://digitalcommons.uri.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1365&context=jmle>.
- Cabaleiro-Cerviño, G., & Vera, C. (2020). The impact of educational technologies in higher education. *GIST-Education and Learning Research Journal*, 20, 155-169.
- Cao, Y., Gong, F., & Zeng, T. (2020). Antecedents and consequences of using social media for personal finance. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 31(1), 162-176.
- Cappello, G., Felini, D., & Hobbs, R. (2011). Reflections on global developments in media literacy education: Bridging theory and practice. *Journal of media literacy education*, 3(2), 66 – 73.
- Deal, D., Flores-Koulish, S., & Sears, J. (2010). Media literacy teacher talk: Interpretation, value, and implementation. *Journal of Media Literacy Education*, 1(2), 121-131.
- Fedorov, A., Levitskaya, A., & Camarero, E. (2016). Curricula for media literacy education according to international experts. *European Journal of Contemporary Education*, 17(3), 324-334.
- Greter, S., & Yadav, A. (2018). What Do Preservice Teachers Think about Teaching Media Literacy? An Exploratory Study Using the Theory of Planned Behavior. *Journal of Media Literacy Education*, 10(1), 104-123.
- Hanson, T. L., Drumheller, K., Mallard, J., McKee, C., & Schlegel, P. (2010). Cell phones, text messaging, and Facebook: Competing time demands of today's college students. *College teaching*, 59(1), 23-30.
- Icen, M. (2020). Developing Media Literacy through Activities. *International Journal of Educational Methodology*, 6(3), 631-642.
- Ivanović, M. (2014). Development of media literacy—an important aspect of modern education. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 149, 442-438.
- Jenson, J., & Droumeva, M. (2016). Exploring media literacy and computational thinking: A game maker curriculum study. *Electronic Journal of e-Learning*, 14(2), 111-121.
- Kara, N., Geçer, E., & Sahin, Ç. (2020). Social Media Habits through a New Media Literacy Perspective: A Case of Gifted Students. *Online Submission*, 6(3), 191-208.
- Kersch, D. F., & Lesley, M. (2019). Hosting and Healing: A Framework for Critical Media Literacy Pedagogy. *Journal of Media Literacy Education*, 11(3), 37-48.



- Koltay, T. (2011). The media and the literacies: Media literacy, information literacy, digital literacy. *Media, Culture & Society*, 33(2), 211-221.
- Lin, T. - B, Li, J.Y, Deng, F, & Lee, L (2013) Understanding new media literacy: An explorative theoretical framework. *Journal of Educational Technology & Society*.16(4),160- 170.
- McLean, S. A.; Paxton, S. J. & Wertheim, E. H. (2016). The Role of Media Literacy in Body Dissatisfaction and Disordered Eating: A systematic Review. *Body Image*, 19, 9- 23.
- Meyers, E. M., Erickson, I., & Small, R. V. (2013). Digital literacy and informal learning environments: an introduction. *Learning, media and technology*, 38(4), 355-367.
- Moorhouse, E. A., & Brooks, H. (2020). Critical media literacy approaches to violence prevention: A research note. *Journal of Media Literacy Education*, 12(1), 84-99.
- National Association for Media Literacy Education. (2007). *Core principles of media literacy education in the United States*. <https://namle.net/resources/core-principles>.
- Nettlefold, J., & Williams, K. (2021). News media literacy challenges and opportunities for Australian school students and teachers in the age of platforms. *Journal of Media Literacy Education*, 13(1), 28-40.
- Pangrazio, L. (2016). Reconceptualising critical digital literacy. *Discourse: Studies in the Cultural Politics of Education*, 37(2), 163-174.
- Park, S. & Burford, S. (2013). A longitudinal study on the uses of mobile tablet devices and changes in digital media literacy of young adults. *Educational Media International*, 50(4), 266-280. doi: 10.1080/09523987.2013.862365.
- Pérez-Rodríguez, A., Delgado-Ponce, Á., Marín-Mateos, P., & Romero-Rodríguez, L. M. (2019). Media Competence in Spanish Secondary School Students. Assessing Instrumental and Critical Thinking Skills in Digital Contexts. *Educational Sciences: Theory and Practice*, 19(3), 33-48.
- Phelps-Tschang, J. S., Miller, E., Rice, K. R., & Primack, B. A. (2015). Web-based media literacy to prevent tobacco use among high school students. *Journal of media literacy education*, 7(3), 29-40.
- Sandoval, P., Rodriguez, F. & Maldonado, A. (2017). Evaluation of digital and pedagogical literacy in ICT, based on the opinions of students in Initial Teacher Training. *Educação e Pesquisa*, São Paulo, 43(1), 127-143. Doi: 10.1590/s1517-9702201701154907
- Schilder, E., & Redmond, T. (2019). Measuring media literacy inquiry in higher education: Innovation in assessment. *Journal of Media Literacy Education*, 11(2), 95-121.
- Schmidt, H. (2012). Media Literacy Education at the University Level. *Journal of Effective Teaching*, 12(1), 64-77.
- Seçkin-Kapucu, M., Özcan, H., & Karakaya-Özyer, K. (2021). The Relationship Between Middle School Students' Digital Literacy Levels, Social Media Usage Purposes and Cyberbullying Threat Level. *International Journal of Modern Education Studies*, 5(2), 537-566.
- Simons, M., Meeus, W., & T'Sas, J. (2017). Measuring Media Literacy for Media Education: Development of a Questionnaire for Teachers' Competencies. *Journal of Media Literacy Education*, 9(1), 99-115.
- Slavíková, L. (2014). *Use of Media in the EFL Classrooms at Secondary Schools in the 21st Century* [bachelor's thesis, Charles University, Prague, Czech Republic]. <http://hdl.handle.net/20.500.11956/66433>.
- Stanley, S. L., & Lawson, C. (2020). The Effects of an Advertising-Based Intervention on Critical Thinking and Media Literacy in Third and Fourth Graders. *Journal of Media Literacy Education*, 12(1), 1-12. <https://doi.org/10.23860/JMLE-2020-12-1-1>.
- Turner, K. H., Jolls, T., Hagerman, M. S., O'Byrne, W., Hicks, T., Eisenstock, B., & Pytash, K. E. (2017). Developing digital and media literacies in children and adolescents. *Pediatrics*, 140(Supp-2), S122-S126.

- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. (2018). *Media and information literacy*. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000265509>.
- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. (2019). *Global Framework for Media and Information Literacy*. [https://en.unesco.org/sites/default/files/gmw2018\\_draft\\_mil\\_cities\\_framework.pdf](https://en.unesco.org/sites/default/files/gmw2018_draft_mil_cities_framework.pdf)
- Vraga, E., Tully, M., Kotcher, J. E., Smithson, A. B., & Broeckelman-Post, M. (2015). A Multi-Dimensional Approach to Measuring News Media Literacy. *Journal of media literacy education*, 7(3), 41-53.
- Yaman, M. (2020). Examining Media Literacy Levels and Personality Traits of Physical Education and Sports Students According to Certain Demographic Variables. *Turkish Online Journal of Educational Technology-TOJET*, 19(1), 1-8. <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1239947.pdf>
- Yasdin, Y., Yahya, M., Yusuf, A. Z., Musa, M. I., Sakaria, S., & Yusri, Y. (2021). The Role of New Literacy and Critical Thinking in Students' Vocational Development. *Cypriot Journal of Educational Sciences*, 16(4), 1395-1406.
- Youngbauer, V. W. (2013). Application of media literacy and cultural studies in K-12 social studies curricula. *The Social Studies*, 104(5), 183-189.



ژوبشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

### پی‌نوشت‌ها

- |   |                      |   |
|---|----------------------|---|
| 1. Icen mostafa   | 16. literacy media   | 33. McLean                              |
| 2. Schilder & Redmond   | 17. Alcolea          | 34. Phelps                              |
| 3. Abdullah & Rahman  | 18. Bulger & Davison | 35. Cappello                            |
| 4. Deal   | 19. Kersch & Lesley  | 36. Slavíková                           |
| 5. Yaman  | 20. Bergstrom        | 37. Pangrazio                           |
| 6. Jenson & Droumeva  | 21. Berger           | 38. Cabaleiro                           |
| 7. Pérez  | 22. Youngbauer       | ۳۹. تصویر آبدادن سربراز غربی به یک اسیر |
| 8. Meyers   | 23. Hanson           | مثال خوبی برای این موضوع است؛ اگرچه     |
| 9. Moorhouse & Hayley   | 24. Yasdin           | در نگاه اول این سربراز به اسیر لطف و    |
| 10. Schmidt   | 25. Seçkin           | مهربانی می‌کند، اما تصویر اصلی (کامل)   |
| 11. Koltay  | 26. Ivanovic         | نشان می‌دهد که سربراز دیگری اسلحه       |
| 12. Stanley & Lawson  | 27. Kara             | خود را با حالتی خشمگین روی شقیقه        |
| 13. Simons  | 28. validity         | سربراز گذاشته است.                      |
| 14. Park & Burford  | 29. reliability      | 40. Nettlefold & Kathleen               |
| 15. United Nations Educational,<br>Scientific and Cultural<br>Organization (UNESCO) | 30. Fedorov          | 41. Cao                                 |
|   | 31. Gretter & Yadav  | 42. big data                            |
|   | 32. Sandoval         |   |