



Teaching Media Literacy in Elementary School

Safora Soleymani¹, Ameneh Malekzadeh^{2*}, Samaneh Malekzadeh³

1 Primary school teacher, 6th education district of Isfahan city

2 Elementary school management, 6th education district of Isfahan city

3 Primary school teacher, 6th education district of Isfahan city

* Corresponding author: Malekzadeh

Received: 2023-07-17

Accepted: 2023-08-21

Abstract

For the past few decades, many countries, realizing the necessity of teaching media literacy in the new era, have been teaching this type of literacy and have tried to consider the requirements and local conditions of their country in this field. The experiences of different countries are valuable knowledge that we can use to compensate for our backwardness in this field to some extent and to achieve the local model of media literacy education by considering our local conditions. Considering the importance of teenage years and the focus of media attacks on them, the aim of the current research is to design a native model of teaching media literacy to teenagers. For this purpose, the database theorizing method has been used. The findings of the research show that in the native model of teaching media literacy to teenagers in Iran, two institutions of education and upbringing and broadcasting have a significant role in teaching media literacy. In this model, the main goal is to guide and educate teenagers, and the media literacy training requirements, teaching method and educational content are designed based on the main and secondary goals of the model.

Keywords: Media literacy training, Education, Radio and television, Native model, Teenagers

© 2023 Journal of Mental Health in School (JMHS)



This work is published under CC BY-NC 4.0 license.

© 2023 The Authors.

How to Cite This Article: Malekzadeh, A. (2023). Teaching Media Literacy in Elementary School. *JMHS*, 1(2): 43-48.





آموزش سواد رسانه ای در دوره ابتدایی

صفورا سلیمانی^۱، آمنه مالک زاده^{۲*}، سمانه مالک زاده^۳

^۱ آموزگار دوره ابتدایی، ناحیه ۶ آموزش و پرورش شهر اصفهان

^۲ مدیر دبستان، ناحیه ۶ آموزش و پرورش شهر اصفهان

^۳ آموزگار دوره ابتدایی، ناحیه ۶ آموزش و پرورش شهر اصفهان

* نویسنده مسئول: مالک زاده

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۲/۰۵/۳۰

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۲/۰۴/۲۶

چکیده

از چند دهه گذشته، کشورهای زیادی با درک ضرورت آموزش سواد رسانه‌ای در عصر جدید، به آموزش این نوع از سواد پرداخته‌اند و سعی کرده‌اند در این زمینه اقتضات و شرایط بومی کشورشان را هم در نظر بگیرند. تجربیات کشورهای مختلف، دانش گران‌بهایی است که ما می‌توانیم با استفاده از آن تا حدودی عقب‌افتادگی خود را در این زمینه جبران کنیم و با در نظر گرفتن شرایط بومی خود، به الگوی بومی آموزش سواد رسانه‌ای دست یابیم. با توجه به اهمیت سنین نوجوانی و تمرکز حجم‌های رسانه‌ای بر آنان، هدف تحقیق حاضر طراحی الگوی بومی آموزش سواد رسانه‌ای به نوجوانان است. برای این منظور، از روش نظریه‌پردازی داده‌بنیاد استفاده شده است. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که در الگوی بومی آموزش سواد رسانه‌ای به نوجوانان در ایران، دو نهاد آموزش و پرورش و صدا و سیما، نقش بسزایی در آموزش سواد رسانه‌ای دارند. در این الگو، هدف اصلی، هدایت و تربیت نوجوانان است و ملزومات آموزش سواد رسانه‌ای، شیوه تدریس و محتوای آموزشی بر اساس اهداف اصلی و فرعی الگو، طراحی شده است.

واژگان کلیدی: آموزش سواد رسانه‌ای، آموزش و پرورش، صدا و سیما، الگوی بومی، نوجوانان

تمامی حقوق نشر برای فصلنامه سلامت روان در مدرسه محفوظ است.

شیوه استناد به این مقاله: مالک زاده، آ (۱۴۰۲) آموزش سواد رسانه ای در دوره ابتدایی. فصلنامه سلامت روان در مدرسه، ۱(۲): ۴۸-۴۳.

مقدمه

می‌شود. در میان انواع مخاطبین رسانه‌ها، کودکان و نوجوانان بیشتر از همه تحت تأثیر رسانه‌ها قرار دارند. جهان واقعی و روزمره با جهان رسانه‌ای برای آنان فرقی نمی‌کند و از این جهت با دیگر مخاطبان رسانه‌ها متفاوت‌اند؛ همچنین نباید فراموش کرد رسانه در جامعه‌پذیر کردن نوجوانان نقش بسزایی دارد. نباید فراموش کرد که کودکان و نوجوانان امروز مانند نهال‌هایی هستند که هرچقدر در نگهداری و مواظبت از آن‌ها دقیق‌تر و جدی‌تر باشیم، درختان تنومندتر و مفیدتری در آینده خواهیم داشت.

در دهه‌های اخیر، مردم دنیا با پدیده‌ی فراگیر شدن رسانه‌های جمعی و پیشرفت فناوری‌های جدید ارتباطی در جامعه روبه‌رو شده‌اند. پدیده‌ای که توانسته است بخش زیادی از زندگی روزمره‌ی آن‌ها را دربر بگیرد و به‌عنوان مهم‌ترین راه ارتباطی آن‌ها با جهان پیرامون، به همه حوزه‌های خصوصی و عمومی زندگی‌شان، اعم از دین، اخلاق، سیاست، اجتماع و فرهنگ رخنه کند. پژوهش‌ها نشان می‌دهد که به‌طور میانگین، نزدیک به ۷۰ درصد از زمان روزانه افراد، به نوعی استفاده از رسانه‌ها را شامل

آشنایی با چيستی سواد رسانه ای

برای حفظ و واكسینه كردن نوجوانان از هجمه‌های فرهنگی و عقیدتی می‌توان از دو روش بهره برد. روش اول، سانسور و دور كردن همه فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی از دسترس آنان است. این روش با توجه به پیشرفت‌های سریع و حتی غیرقابل‌پیش‌بینی در این حوزه و تجربه‌های گذشته در مورد این شیوه برخورد، غیرمنطقی و ناممکن است. روش دوم آموختن مجموعه‌ای از مهارت‌ها و دانش‌هایی است که نوجوانان را به‌طور فعال برای قرار گرفتن در معرض رسانه‌ها آماده کند یا به‌عبارتی‌دیگر افزودن نوعی درک متکی بر مهارت است که بر اساس آن بتوانند انواع رسانه‌ها و تولیدات رسانه‌ای را بشناسند و آن‌ها را از یکدیگر تفکیک کنند که به این مجموعه اقدامات، «سواد رسانه‌ای» می‌گویند.

هدف سواد رسانه‌ای در نخستین گام‌های خود، تنظیم یک رابطه منطقی و مبتنی بر هزینه-فایده با رسانه‌ها است. تاریخچه پیدایش مفهوم سواد رسانه‌ای، به سال ۱۹۶۵ بازمی‌گردد. «مارشال مک‌لوهان» اولین بار در کتاب خود تحت عنوان «درک رسانه: گسترش ابعاد وجودی انسان»، این واژه را به کاربرد و نوشت: «زمانی که دهکده جهانی تحقق یابد، لازم است انسان‌ها به سواد جدیدی به نام سواد رسانه‌ای دست یابند».

در دنیای امروز، اهمیت آموزش و یادگیری سواد رسانه‌ای برای کودکان و نوجوانان، کمتر از توجه به یادگیری آن‌ها در مقوله سواد خواندن و نوشتن نیست. به همان اندازه که سواد خواندن و نوشتن از ضروریات زندگی اجتماعی افراد شمرده می‌شود، سواد رسانه‌ای نیز در عصر پرتلاطم اطلاعات که هر روز خود را در مواجهه با رسانه‌های گوناگون شنیداری، دیداری و نوشتاری می‌یابیم، از اهمیت دوچندانی برخوردار است؛ چرا که بدون یادگیری سواد رسانه‌ای، نمی‌توان گزینش‌های صحیحی از پیام‌های رسانه‌ای داشت و خود را در برابر این پیام‌ها بیمه کرد. با نگاهی گذرا به تجربه کشورهای که به مقوله آموزش سواد رسانه‌ای پرداخته‌اند، درمی‌یابیم که بسیاری از آن‌ها آموزش سواد رسانه‌ای را از دوران کودکی و نوجوانی و از پایه شروع کرده‌اند و این دوران را بهترین زمان برای آغاز آموزش می‌دانند و با گنجاندن موضوع سواد رسانه‌ای در عناوین رسمی به آموزش‌های لازم در این زمینه پرداخته‌اند. نباید فراموش کرد که عدم تجهیز نوجوانان در برابر بمباران اطلاعاتی و هجمه‌های فرهنگی دشمنان، می‌تواند معضلات و صدمات فرهنگی غیرقابل ترمیمی را برای آینده‌سازان این کشور به وجود آورد؛ زیرا بخش بزرگی از باورها، اعتقادات و ارزش‌های آینده‌ی آنان در این

سنین شکل می‌گیرد. همچنین باید یادآور شد که با توجه به سند نظام جامع تحول در آموزش و پرورش و توجه به مسئله ارتقاء سواد رسانه‌ای دانش‌آموزان به‌عنوان یک نیاز جدی و کاربردی در این سند، ارائه الگوی بومی آموزش سواد رسانه‌ای به نوجوانان می‌تواند آموزش و پرورش را در رسیدن به این هدف یاری رساند. علاوه بر این، سازمان صدا و سیما نیز به‌عنوان رسانه ملی بر اساس یکی از کارکردهایش که بحث آموزش را شامل می‌شود، موظف است در راستای آموزش سواد رسانه‌ای گام بردارد؛ اما به‌دلیل ضعف در حوزه تولید ادبیات سواد رسانه‌ای در ایران و عدم وجود برنامه‌ای منسجم در این زمینه، تاکنون اقدام مؤثری انجام نداده است. متأسفانه پژوهش‌های انجام‌شده در داخل کشور نشان می‌دهد، میزان سواد رسانه‌ای در بین نوجوانان در سطح قابل‌قبولی قرار ندارد. به‌عنوان مثال، در نتیجه پژوهشی با عنوان «ارزیابی سواد رسانه‌ای دانشجویان و دانش‌آموزان شهر تهران» که در مجله جهانی رسانه انتشار یافته، آمده است: «به دلیل ضعف بعد ادراکی سواد رسانه‌ای دانشجویان و دانش‌آموزان تهران، آن‌ها قادر به انتخاب آگاهانه از میان فرستنده‌های متعدد، عمل مستقل و کنترل در مرحله مصرف نیستند و نیازمند آموزش‌اند تا به ابزار تحلیل و ارزیابی تولیدات رسانه‌ای مجهز شوند». این موضوع نشان می‌دهد که خلأ آموزش سواد رسانه‌ای به‌عنوان یک نیاز ضروری و غیرقابل‌انکار برای نوجوانان ما مطرح است. بر این اساس در مقاله حاضر سعی شده با مطالعه تطبیقی الگوهای آموزش سواد رسانه‌ای موجود در دنیا و همچنین استفاده از نظرات متخصصان حوزه ارتباطات و تعلیم و تربیت، به طراحی الگوی بومی آموزش سواد رسانه‌ای به نوجوانان کشورمان، اقدام شود. امید است با به‌کارگیری این الگوی بومی و کاربردی بتوان به راهکارهایی مطلوب جهت ایجاد یک نهضت سواد رسانه‌ای آموزی در کشور اقدام کرده و بدین‌وسیله قدمی بزرگ در مقاوم‌سازی فکری و فرهنگی نوجوانان این مرزوبوم در برابر هجمه‌های رسانه‌ای برداریم.

در مقاله حاضر به دنبال پاسخ‌گویی به سئوالات زیر هستیم: ۱- اهداف اصلی و فرعی نظام بومی آموزش سواد رسانه‌ای چه باید باشد؟ ۲- کنشگران اصلی در زمینه آموزش سواد رسانه‌ای به نوجوانان در ایران کدامند؟ ۳- رویکردهای اصلی در الگوی بومی آموزش سواد رسانه‌ای کدامند؟ ۴- آموزش و پرورش و رسانه ملی در آموزش سواد رسانه‌ای چه نقشی دارند؟

پژوهش در حوزه سواد رسانه‌ای

پژوهش‌های صورت گرفته با موضوع سواد رسانه‌ای در کشور را می‌توان در ۴ حوزه کلی دسته‌بندی کرد: گروهی از پژوهش‌ها،

نه تنها در رابطه با متون چاپی، بلکه در ارتباط با سایر نظام‌های نمادین متشکل از تصاویر و اصوات، رشد دهد. آموزش سواد رسانه‌ای به‌عنوان فرآیند تعلیم، آموزش و فراگیری درباره رسانه‌هاست. سازمان جهانی یونسکو درباره آموزش سواد رسانه‌ای این‌گونه بیان می‌کند که: «آموزش سواد رسانه‌ای با همه رسانه‌های ارتباطاتی سروکار دارد و تمام متون چاپی و گرافیکی، صدا و تصاویر متحرکی که به‌وسیله هر نوع فن‌آوری ارائه می‌شود را در برمی‌گیرد. این آموزش توانایی به‌دست آوردن درک درستی از رسانه‌های ارتباطی مورد استفاده در جامعه، چگونگی برخورد با آن‌ها و نیز مهارت‌های استفاده از رسانه‌ها برای برقراری ارتباط با دیگران را در مردم ایجاد می‌کند.

آموزش سواد رسانه‌ای در دنیا

مطالعه و استخراج تاریخچه و روند شکل‌گیری سواد رسانه‌ای در کشورهای مختلف دنیا و به‌خصوص بررسی دقیق الگوها و راهکارهای ارتقاء سطح سواد رسانه‌ای به‌وسیله آموزش آن، می‌تواند نقطه شروع ارزشمندی برای ورود ما به دروازه‌های الگوی آموزش مطلوب سواد رسانه‌ای در ایران باشد؛ بنابراین در این بخش نگاهی کزدا خواهیم داشت بر تاریخچه و وضعیت کنونی سواد رسانه‌ای در کشورهای پیشگام و موفق در حوزه سواد رسانه‌ای. برای انتخاب این کشورها از فاکتورهای چهارگانه مورد نیاز برای گسترش سواد رسانه‌ای در کشورها که توسط یونسکو اعلام شده است، بهره بردیم. این فاکتورها عبارتند از:

(الف) تبیین راهکارهایی تحصیلی توسط مسئولان آموزش

(ب) برنامه‌های آموزشی برای معلمان در سطح دانشگاهی

(ج) حمایت از معلمان، به گونه‌ای که در تخصص انتخابی خود رشد کرده و پیشرفت کنند.

(د) وجود منابع آموزشی که برای تدریس مورد نیاز هستند.

یونسکو اعلام می‌کند تا وقتی کشوری نتواند به درستی این چهار فاکتور را فراهم آورده، به جریان انداخته و با یکدیگر هماهنگ کند، قادر نخواهد بود آموزش رسانه‌ای را برای تمام شهروندان به اجرا بگذارد. از نظر یونسکو کشورهایی چون انگلیس، اسکاتلند، استرالیا، اکثر کشورهای اروپایی، ژاپن و کانادا از این دسته هستند. در ادامه وضعیت آموزش سواد رسانه‌ای در چهار کشور انگلیس، کانادا، ژاپن و استرالیا را مرور خواهیم کرد. با توجه به معیارهای ارائه شده از سوی اتحادیه‌ی اروپایی و تحقیقات صورت گرفته بر پایه این معیارها، بریتانیا از کشورهای پیشرفته در حوزه سواد رسانه‌ای شناخته شده است. در این راستا بخش‌های مختلف دولتی و غیردولتی در بریتانیا در حوزه سواد رسانه‌ای در حال فعالیت می‌باشند. در واقع هرکدام از این سازمان‌ها نقشی در پیشبرد اهداف مربوط به سواد رسانه‌ای در

به‌وسیله ابزارهایی مانند پرسشنامه به سنجش میزان سواد رسانه‌ای می‌پردازند که نمونه مورد بررسی آن‌ها عمدتاً دانشجویان یک رشته خاص، دانش‌آموزان یک مقطع خاص، شاغلان یک بخش خاص و مواردی از این قبیل می‌باشد. در این پژوهش‌ها عمدتاً پس از پایان پژوهش به تبیین و تحلیل عوامل مرتبط با میزان سواد رسانه‌ای افراد پرداخته می‌شود. گروه دوم از پژوهش‌های سواد رسانه‌ای به مدل‌های آموزش سواد رسانه‌ای (که خود قابل تقسیم به مدل‌های آموزشی برای گروه‌های سنی مختلف، مقاطع تحصیلی متفاوت و دیگر موارد است)، وجوه اشتراک و افتراق آموزش سواد رسانه‌ای در کشورهای مختلف که همان مطالعه تطبیقی مدل‌های آموزش سواد رسانه‌ای و رویکردها به آموزش سواد رسانه‌ای در کشورهای مختلف است، می‌پردازد. گروه سوم از پژوهش‌های سواد رسانه‌ای که بخش گسترده‌ای از پژوهش‌های مرتبط با سواد رسانه‌ای را در برمی‌گیرد به بررسی تأثیر سواد رسانه‌ای بر رفتارهای مرتبط و متأثر از رسانه می‌پردازد. این بخش از پژوهش‌های حوزه سواد رسانه‌ای به رابطه سطح سواد رسانه‌ای افراد و موضوعاتی مانند میزان تأثیرپذیری از رسانه (که خود شامل بخش‌هایی از قبیل تبلیغات تجاری، سبک زندگی و دیگر موارد است)، چگونگی و میزان استفاده از رسانه و دیگر موضوعات می‌پردازد. گروه چهارم پژوهش‌های حوزه سواد رسانه‌ای به سیاست‌گذاری درباره سواد رسانه‌ای می‌پردازند که شامل سیاست‌گذاری‌های مرتبط با سواد رسانه‌ای (عموماً چگونگی افزایش آن) توسط دولت‌ها، سازمان‌های دولتی مرتبط مانند وزارتخانه‌ها و دانشگاه‌ها و از همه مهم‌تر رسانه‌ها می‌باشد. مقایسه تطبیقی سیاست‌های افزایش سواد رسانه‌ای و همچنین آسیب‌شناسی سیاست‌های افزایش سواد رسانه‌ای در کشورهای مختلف و بخش‌های متفاوت یک کشور (وزارتخانه‌ها، نهادها و دیگر موارد) نیز در این گروه جای می‌گیرند. در سطح بین‌الملل نیز پژوهش‌های زیادی در زمینه سواد رسانه‌ای انجام شده است. پژوهش‌هایی چون: «درک سواد رسانه‌ای، توسعه نظریه انتقادی رسانه، آموزش سواد رسانه‌ای در مطالعات اجتماعی، آموزش سواد رسانه‌ای، عوامل مؤثر بر سواد رسانه‌ای در دوران ابتدایی نوجوانی، سواد رسانه‌ای انتقادی، آموزش سواد رسانه‌ای کیفی»

سواد رسانه‌ای در آموزش‌های معلمان

آموزش سواد رسانه‌ای آموزش سواد رسانه‌ای باب تعلیم و فراگیری در باب رسانه‌هاست و نباید با آموزش و فراگیری از طریق رسانه‌ها یا با رسانه‌ها خلط شود. آموزش سواد رسانه‌ای را نباید با فناوری آموزش یا رسانه‌های آموزشی اشتباه گرفت. آموزش سواد رسانه‌ای درصد است تا توانایی گسترده‌ای را

انتقادی دانش‌آموزان حیات می‌کند و کسب و به کارگیری سواد رسانه‌ای، بدون داشتن تفکر انتقادی بی‌معناست. البته مدارس چه در سطح ملی و چه در سطح بین‌المللی تلاش‌هایی برای گنجاندن سواد رسانه‌ای در برنامه تحصیلی خود انجام داده‌اند. با این حال، پژوهش‌ها نشان داده است فعالیت‌های آن‌ها اغلب در دربرگیری تمام وجوه سواد رسانه‌ای در تمام سطوح تحصیلی ناموفق بوده است. در نتیجه، تحلیل رسانه‌ای مترادف با سواد رسانه‌ای و به عنوان مکانیسمی برای فیلتر کردن محتوای ایدئولوژیک و محافظت از کودکان در برابر آنچه پوسیدگی فرهنگی نامیده می‌شود، به کار می‌رود. هدف از آموزش سواد رسانه‌ای در الگوی بومی طراحی شده، تنها شناخت رسانه‌ها و تسلیم نشدن در برابر پیام‌های رسانه‌ای نیست، بلکه شامل تمام ابعاد زندگی یک ایرانی مسلمان است و آن هدایت و تربیت است. به بیانی دیگر، سواد رسانه‌ای در عصر رسانه‌ها می‌تواند در برابر بسیاری از حمله‌های رسانه‌ای که سلاح اصلی دشمنان است، نقش هدایتگری را بر عهده داشته باشد.

نتیجه‌گیری

در الگوی بومی، سواد رسانه‌ای، دریچه‌ای است به سوی زندگی مؤمنانه و دیندارانه در عصر جدید و هدف آن سعادت مخاطبان رسانه‌ها است. پیشنهادهای کاربردی با توجه به نتایج تحقیق در انتها دو دسته پیشنهاد کاربردی به نهادهای وزارت آموزش و پرورش، سازمان صداوسیما ارائه می‌شود.

- وزارت آموزش و پرورش
- هم‌افزایی و تقویت کارگروه آموزش سواد رسانه‌ای در شورای عالی آموزش و پرورش با حضور اساتید و پژوهشگران حوزه سواد رسانه‌ای
- تشکیل کارگروهی برای مطالعه، تحقیق و شناسایی تجربیات کشورهای پیشرو در امر آموزش سواد رسانه‌ای مثل کانادا، ژاپن و ...
- برگزاری کارگاه‌های آموزش سواد رسانه‌ای برای مدیران، معلمان و مربیان مدارس سراسر کشور
- تألیف بسته آموزشی سواد رسانه‌ای متناسب با نیازهای دانش‌آموزان مناطق مختلف کشور
- مهیا کردن بسترهای قانونی کلاس آموزش سواد رسانه‌ای جهت گنجاندن در برنامه‌های درسی مدارس ز تألیف جزواتی با موضوع سواد رسانه‌ای جهت آموزش والدین دانش‌آموزان
- توجه به تأمین پیش‌نیازهای بیان شده جهت آموزش مطلوب سواد رسانه‌ای در مدارس
- سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران

جامعه انگلیس ایفا می‌کنند. دفتر ارتباطات (آفکام) به عنوان قانون‌گذاری مستقل در عرصه صنایع ارتباطاتی بریتانیا با مسئولیت‌هایی در حوزه رادیو، تلویزیون، مخابرات و خدمات ارتباطات بی‌سیم فعالیت دارد. قوانین ارتباطاتی این مجموعه را ملزم می‌کند تا به منظور توسعه سواد رسانه‌ای مربوط به رسانه‌های الکترونیکی با سایر نهادها همکاری داشته باشد. مأموریت این دفتر، توسعه و تحریک آگاهی و درک عمومی از ذات و محتوای رسانه‌های الکترونیک، فرایند تولید پیام‌ها، نحوه قانون‌مند کردن سیر دسترسی به این پیام‌ها، چگونگی کنترل پیام‌ها و برنامه‌ها و نحوه استفاده صحیح و مناسب از سوی مخاطبان است.

مسئولیت‌های دفتر ارتباطات

مسئولیت‌های دفتر ارتباطات مصوب سال ۲۰۰۳ بدین شرح است: ۱- فراهم آوردن و حمایت از دیگران به منظور فراهم کردن درک عمومی بهتر از ذات و ویژگی‌های برنامه‌های تولید شده توسط رسانه‌های الکترونیک. ۲- تأمین دیگران و یا حمایت از آن‌ها به منظور فراهم آوردن درک و آگاهی عمومی بهتر نسبت به فرایند انتخاب برنامه‌ها و در دسترس قرار دادن آن‌ها از سوی رسانه‌های الکترونیک.

۳- تأمین دیگران و یا حمایت از آن‌ها به منظور گسترش آگاهی عمومی نسبت به سیستم‌های در دسترس که از طریق آن‌ها دسترسی به مواد و برنامه‌های انتشار یافته از سوی رسانه‌های الکترونیک قانونمند شده و یا می‌توانند قانونمند شوند. ۴- تأمین دیگران و یا حمایت از آن‌ها به منظور گسترش آگاهی عمومی نسبت به سیستم‌های در دسترس که امکان کنترل برنامه‌های تولیدی و نیز استفاده‌های امکان‌پذیر از آن‌ها را به اشخاص می‌دهد. ۵- حمایت از توسعه و استفاده از تکنولوژی‌ها و سیستم‌ها به منظور قانونمند کردن این برنامه‌ها و نیز تسهیل کنترل بر برنامه‌های دریافتی.

سواد رسانه‌ای در سطح بین‌الملل

آموزش سواد رسانه‌ای در کانادا در سال ۱۹۷۸، با تشکیل «انجمن سواد رسانه‌ای» آغاز شد. اعضای این انجمن، متشکل از معلمان، محققان، دانشگاهیان و تولیدکنندگان محصولات رسانه‌ای بودند و مهم‌ترین دستاورد آنان وارد کردن بحث سواد رسانه‌ای به نظام آموزش عمومی مدارس خود بدین نکته تأکید ویژه‌ای دارد و سواد رسانه‌ای را مفهومی تماماً انتقادی می‌داند. این موضوع نیز با یافته‌های مقاله حاضر هم‌راستا است. رویکرد اصلی در مدل ارائه شده، رویکردی انتقادی است و نقد را از خود آغاز می‌کند. در الگوی بومی یادگیری سواد رسانه‌ای، از تفکر

فهرست منابع

- Buckingham D. Media education: learning, media literacy and contemporary culture (Hossein Sarafraz, translator). Tehran: Imam Sadiq University (AS). 2010. [Persian]
- Esfandiari M. Investigating compliance with the dimensions of media literacy in children's and adolescent programs from the perspective of children's program makers (unpublished master's thesis). Islamic Azad University, Central Tehran branch, Tehran, Iran. 2011. [Persian]
- Potter, J. Definition of media literacy (Linda Kavossi, translator). Media Quarterly, 2006; 17(4): 7-25. [Persian]
- Shekarkhah Y. What is media literacy? Online citizenship. Retrieved July 5, 2013, from hamshahrionline.ir. 2009. [Persian]
- Shibata K. Comparative studies of media literacy in leading countries (Z Bidakhti, translator). Media Quarterly, 2002;13(2): 31-44. [Persian]
- Solomon, S, Khosravi F, Haddad Z. Evaluation of media literacy of Tehran students. World Journal of Media, 2012; 16(2): 68-47. [Persian]

- تشکیل کارگروه سواد رسانه‌ای متشکل از مدیران ارشد سازمان صداوسیما، اساتید رشته ارتباطات و پژوهشگران حوزه سواد رسانه‌ای
- برگزاری کارگاه‌های آموزش سواد رسانه‌ای برای مدیران، کارمندان و عوامل تولید محتوا در سازمان صداوسیما
- تولید برنامه‌هایی با محوریت آموزش سواد رسانه‌ای برای مخاطبان مختلف رسانه ملی
- تدوین دستورالعمل‌هایی جهت رعایت معیارهای سواد رسانه‌ای در برنامه‌های رسانه ملی
- توجه به تأمین پیش‌نیازهای بیان‌شده جهت آموزش مطلوب سواد رسانه‌ای در رسانه ملی

موازین اخلاقی

در این مطالعه اصول اخلاق در پژوهش شامل اخذ رضایت آگاهانه از شرکت‌کنندگان و حفظ اطلاعات محرمانه آنها رعایت گردیده است.

تشکر و قدردانی

پژوهشگران مراتب قدردانی و تشکر خود را از کلیه شرکت‌کنندگان این پژوهش که با استقبال و بردباری، در روند استخراج نتایج همکاری نمودند، اعلام می‌دارند.

تعارض منافع

نویسندگان این مطالعه هیچ گونه تعارض منافی در انجام و نگارش آن ندارند.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی