

تفکر و کودک، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
دوفصلنامه علمی - پژوهشی، سال نهم، شماره دوم، پاییز و زمستان ۱۳۹۷، ۲۵-۴۸

تحلیل محتوای کتاب درسی تفکر و سواد رسانه‌ای پایه دهم بر اساس آموزش سواد رسانه‌ای

رقیة عبدالهی بکتاش*

ادریس اسلامی**، کمال آفانی***

چکیده

هدف این مطالعه، تحلیل محتوای کتاب درسی تفکر و سواد رسانه‌ای پایه دهم بر اساس 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 از این تعداد ۴۳ مورد (۳۹/۹۰٪) متعلق به مؤلفه‌های ناظر بر اهداف آموزش سواد رسانه‌ای می‌باشد که در میان مؤلفه‌های ناظر بر اهداف آموزش سواد رسانه‌ای، مؤلفه مهارت پرسش‌گری در باب پیام‌های رسانه‌ای با ۲۴ مورد (۸۱/۵۵٪) 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٪) بیشترین فراوانی را دارد. بر اساس این یافته‌ها، بازنگری کتاب درسی تفکر و سواد رسانه‌ای به ویژه با نظر به تقویت مهارت استدلال، مطالعه و بررسی بیشتر تجربیات نظام‌های آموزشی موفق در اجرای برنامه درسی سواد رسانه‌ای، استفاده از آن جهت غنای برنامه درسی تفکر و سواد رسانه‌ای و تدوین برنامه درسی تفکر و سواد رسانه‌ای در مقاطع پایین‌تر تحصیلی پیشنهاد شده است.

* کارشناس ارشد علوم تربیتی گرایش برنامه‌ریزی درسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مهاباد و معلم در شهرستان نقده، 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

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

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، آموزش، معنا و مفهوم دیگری پیدا کرده است. در دنیای معاصر، تنها توانایی خواندن و نوشتن برای سواد داشتن کافی نیست بلکه افراد باید توانایی تحلیل انتقادی فرهنگ چند رسانه‌ای 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 برای انتخاب پیام‌ها و برنامه‌های مناسب رسانه‌ای، به دانشی مجهز باشند که از حالت انفعال و مصرف‌کننده‌گی صرف خارج شوند و بر اساس نیازهای اطلاعاتی خودشان دست به انتخاب بزنند (حیبی 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 سازد و آن، آموزش سواد رسانه‌ای (Teaching Media Literacy) است.

مک لوهان (McLuhan) برای اولین بار در کتاب خود با عنوان *درک رسانه: گسترش/ابعاد وجودی/انسان* عبارت سواد رسانه‌ای را به کار برد و بر این باور 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، بیانیه یونسکو بر فهم انتقادی محیط رسانه‌ای در جهت افزایش اصول شهروندی و مشارکت اجتماعی تأکید می‌کند (Brain, 2010:324). هدف سواد رسانه‌ای ایجاد توانایی در افراد برای کنترل برنامه ریزی 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 جزر و مد 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 Pottr (۲۰۰۸) معتقد است اگر مردم جامعه از سطح سواد رسانه‌ای نسبتاً پایینی برخوردار باشند، امکان محافظت از خود در برابر استیلای رسانه دشوار خواهد بود 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، از بین ببرند و برنامه رسانه را با عقاید خود جایگزین سازند. 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 تاثیر 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 تاثیر گذارتری تبدیل شوند، شکاف میان برنامه‌های آموزشی و برنامه‌های اجتماعی را بردارند و منتقد و تیزبین شوند (Angell, 2005:7). امروزه، رسانه‌های ارتباطی همچون بازاری است که اگر نادرست و نابجا به کارگرفته شوند می‌توانند چون نیروی ویرانگر و مصیبت‌بار عمل کنند (سلیمان، خسروی و حداد، ۱۳۹۲: ۵۴). هاگود (Hagood) معتقد است معلمان جوان برای آموزش سواد رسانه‌ای، بسیار کارآمد و مناسب هستند زیرا آنها به دانش آموزان و فرهنگ عامه نزدیک ترند هستند و کمتر تحت تسخیر تکنولوژی و تأثیرات آن بر رویکردشان به آموزش و انتخاب موضوع قرار می‌گیرند (هاگود، ۲۰۰۹، به نقل از سلیمان، خسروی و حداد، ۱۳۹۲: ۶۱).

در چند سال اخیر، نظام آموزشی ایران، ضرورت تدوین برنامه‌ی درسی آموزش سواد رسانه‌ای را احساس کرده است و در راستای آن، در سال ۱۳۹۵، کتاب درسی تفکر و سواد رسانه‌ای در پایه‌ی دهم متوسطه‌ی 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 عبارتند از تفسیر پیام‌های آشکار و پنهان تولیدات رسانه‌ای و تشخیص بازنمایی در تولید رسانه‌ای، شیوه‌های اقناع در تولید رسانه‌ای، اهداف و انگیزه‌های ارسال‌کنندگان پیام و ارزش‌ها و سبک زندگی در تولید رسانه‌ای تفکر و سواد رسانه‌ای (سازمان پژوهش و برنامه‌ریزی آموزشی، ۱۳۹۵). کتاب درسی تفکر و سواد رسانه‌ای در پی آن است که در عرصه‌ی برخورد با رسانه، بر فکر دانش‌آموزان عقلانیتی حاکم

شود تا بتوانند از زاویه بالا و نگاهی مسلط به خود و به موضوعات مرتبط با رسانه نگاه کنند، در نحوه مواجهه و استفاده خود از رسانه، فکورانه، عاقلانه و همراه با مدیریت همه جانبه عمل کنند و در ضمن، بتوانند در مورد مدیریت زمان و مدیریت تحت تأثیر قرار گرفتن و مدیریت مصرف، فعالانه عمل کنند. این کتاب درسی می‌کوشد که جهت اصلی نیاز انسان در قرن کنونی را مورد توجه قرار دهد. از این منظر، یکی از نیازهای مهم جامعه ما مسأله رسانه و مجهز بودن افراد، به ویژه دانش آموزان به سواد رسانه ای و تأثیری است که داشتن چنین سواد بر زندگی فردی، خانوادگی و اجتماعی آنان دارد.

۲. پیشینه پژوهش

در عُرف علمی ایران هم قبل و هم بعد از تدوین کتاب درسی تفکر و سواد رسانه‌ای، پژوهش‌هایی در باب 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 بر آگاهی و تفکر دانش‌آموزان.

تقی زاده (۱۳۹۰) در پایان نامه 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، بخشی و هاشمی (۱۳۹۱) در پژوهشی با عنوان اهمیت آموزش سواد رسانه‌ای در قرن بیست و یکم به دو محور اساسی پرداخته‌اند؛ نخست، بر اساس دلایلی، چرایی یا ضرورت توجه نظام‌های آموزشی قرن بیست و یکم به آموزش سواد رسانه‌ای را بیان نمودند و 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 بر می‌گردد که هیچ‌گونه آموزشی در خصوص سواد رسانه‌ای در نظام آموزش رسمی کشور وجود ندارد. از این رو، کودکان و نوجوانان ما نمی‌توانند استفاده درست و درکی از اهداف پیدا و پنهان رسانه‌ها داشته باشند.

تحلیل محتوای کتاب درسی تفکر و سواد رسانه‌ای ... ۲۹

تقی زاده و کیا (۱۳۹۳) در مطالعه‌ای با عنوان *نیازسنجی برنامه آموزش سواد رسانه‌ای در مدارس* نشان دادند که بومی سازی و ورود آموزش سواد رسانه‌ای به مدارس، منجر به توانمندسازی دانش آموزان در استفاده بخردانه از رسانه‌ها، حفظ و تقویت هویت و فرهنگ ایرانی - اسلامی خواهد شد. اجرای آزمایشی دوره‌های آموزشی، ارزشیابی توصیفی، تدوین محتوا و ارائه به شکل تلفیق با متون درسی در دوره ابتدایی و ارائه کتاب مستقل در دوره متوسطه از دیگر یافته‌ها است. همچنین، بر اساس یافته‌های آن، محتوا باید به شناخت انواع رسانه‌ها، تولید، ارزیابی و تحلیل انتقادی متون رسانه‌ای توجه کند.

شاه حسینی، دلاور و خانیکی (۱۳۹۴) در پژوهشی با عنوان *مطالعه موردی اجرای طرح درس سواد رسانه‌ای برای دانش آموزان پایه چهارم ابتدایی* نشان دادند که پس از انجام ارزشیابی پایان دوره، مشاهده می‌شود آموزش سواد رسانه‌ای محرکی برای تفکر و زمینه‌ای برای برانگیختن دانش آموزان درباره رسانه‌ها و ایجاد پرسش‌هایی درباره پیام‌های رسانه‌ای شده است و این وضعیت، همان هدف آموزش سواد رسانه‌ای است.

تقی زاده و طاهری (۱۳۹۵) مطالعه‌ای با عنوان *مطالعه ضرورت‌ها و نیازمندیهای آموزش بومی سواد رسانه‌ای انجام دادند*. یافته‌ها حاکی از آن است که متخصصان برنامه درسی در بخش محتوا و ضرورت‌ها، به طور عمده بر تفکر انتقادی در قبال استفاده از رسانه‌ها تاکید کردند که نشانگر 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 نشناخته شدن آموزش سواد رسانه‌ای در مدارس، مهم‌ترین محدودیت ورود آموزش‌ها به مدارس مطرح شد.

نیازی، زارعی زوارکی و علی آبادی (۱۳۹۵) پژوهشی با عنوان *تأثیر برنامه آموزش سواد رسانه‌ای مبتنی بر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر میزان آگاهی دانش آموزان* انجام دادند. یافته‌ها نشان می‌دهد که آموزش سواد رسانه‌ای مبتنی بر فناوری اطلاعات و ارتباطات باعث افزایش میزان آگاهی دانش آموزان از سواد رسانه‌ای شده است. این نتیجه، بیانگر نقش مثبت استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات در آموزش سواد رسانه‌ای و افزایش آگاهی در ارتباط با مؤلفه‌های اساسی سواد رسانه‌ای است.

تقی زاده (۱۳۹۶) در مطالعه‌ای با عنوان *اثربخشی آموزش سواد رسانه‌ای بر دانش آموزان در شهر کرمان* به این نتیجه دست یافت که میانگین نمره کلی سواد رسانه‌ای دانش آموزان در هر دو گروه آزمایشی و کنترل، در پیش‌آزمون ۲/۲ از ۵ بوده که در سطح

۳۰ تفکر و کودک، سال نهم، شماره دوم، پاییز و زمستان ۱۳۹۷

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

چنانکه روشن است، هیچ کدام از پژوهش‌های بالا، کتاب درسی تفکر و سواد رسانه‌ای را مورد بررسی قرار نداده‌اند. مطالعه حاضر بر آن است که با توجه به این که این اثر نخستین تجربه نظام آموزشی در باب سواد رسانه‌ای است، لذا بررسی آن ضرورت و اهمیت دارد. بر این اساس، این مطالعه، گامی در راستای تحقق این مهم است. از طریق بررسی کتاب درسی تفکر و سواد رسانه‌ای، پژوهش حاضر در پی آن است که روشن سازد محتوای آن 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 توسط برنامه‌ریزان درسی فراهم آید و هم در باب محتوای آن، روشن‌گری 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؟

تحلیل محتوای کتاب درسی تفکر و سواد رسانه‌ای ... ۳۱

هر یک 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 و یا موقعیت است نه در پی کشف و توضیح روابط و آزمون فرض‌ها. محقق به دنبال جمع‌آوری داده‌ها می‌باشد سپس آنها را شناسایی و بررسی کرده 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 سوال‌های 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 تکنیکی پژوهشی شامل شیوه‌های تخصصی در پردازش داده‌های علمی است. هدف تحلیل محتوا، فراهم آوردن شناخت، بینشی نو، درک واقعیت و راهنمای عمل است (کرپیندورف، ۱۳۸۸: ۲۵). در تحلیل محتوا باید این مراحل 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 تاکید بیشتری شود و واقعیتها را تایید کرد و میزان دقت آن نیز قابل کنترل است (هومن، ۱۳۹۱: ۱۵۰).

در این پژوهش، با تکیه بر چارچوب 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 عبارتند از ایجاد زمینه برای رشد مهارت پرسش‌گری در باب پیام‌های رسانه‌ای، ایجاد زمینه برای رشد مهارت تفسیر پیام‌های رسانه‌ای، ایجاد زمینه برای رشد مهارت تحلیل پیام‌های رسانه‌ای، ایجاد زمینه برای رشد مهارت استدلال در باب پیام‌های رسانه‌ای و ایجاد زمینه برای رشد مهارت ارزشیابی پیام‌های رسانه‌ای. همچنین، مؤلفه‌های مربوط به محتوای آموزش سواد رسانه‌ای شامل این مقوله‌ها هستند: شناخت پایگاه‌های اینترنتی، بخش‌ها، امکانات و ویژگی‌ها، شناخت

ویژگی‌های رادیو، تلویزیون، فیلم‌ها همراه با تاریخچه، شناخت بازی‌های رایانه‌ای، ویژگی‌ها، مزایا و معایب، آشنایی با شیوه‌های اقناع مخاطب در گونه‌های مختلف رسانه، شناخت ویژگی‌های روزنامه، مجله‌ها 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، هنری و زیباشناسی در بررسی نمادها و نشانه‌ها، بررسی مالکیت رسانه‌ها و ارتباط آن با محتوا و مخاطبان، نقد فیلم، پویانمایی، بازی رایانه‌ای و کتاب، تبلیغات تجاری، فنون و ویژگی‌ها، آشنایی با نقش حامیان رسانه‌های مختلف، تولید محتوای رسانه‌ای مانند پوستر، فیلم کوتاه، بروشور و وبلاگ، کاوش در محیط زندگی، اجتماعی و گروه همسالان و آشنایی با مفهوم بازنمایی، تفکر قالبی و پیام‌های آشکار و پنهان.

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

۵. روایی پژوهش

روایی عبارت است از این که آیا ابزار مورد نظر آنچه را برای اندازه‌گیری آن اختصاص یافته، اندازه می‌گیرد. روایی با این سوال سروکار دارد که آیا ابزار ویژگی، صفت و یا هر چیز دیگری را که برای آن ساخته شده است، می‌سنجد؟ (خوی نژاد، ۱۳۸۰: ۳۴۶). روش‌های متعددی برای تعیین روایی ابزار اندازه‌گیری وجود دارد که می‌توان به روایی محتوا، روایی ملاکی و روایی سازه اشاره نمود (دلاور، ۱۳۷۹: ۱۵۳). در این پژوهش از

تحلیل محتوای کتاب درسی تفکر و سواد رسانه‌ای ... ۳۳

روایی صوری یا محتوایی استفاده می‌شود. از این رو، برای حصول اطمینان از روایی صوری از مولفه‌های محتوایی سواد رسانه‌ای پژوهش تقی زاده (۱۳۹۳) استفاده شده است.

۶. پایایی پژوهش

مطالعه حاضر برای سنجش پایایی یا ضریب قابلیت اعتماد، از فرمول ویلیام اسکات (William Scott) استفاده کرده است. برای محاسبه آن، ابتدا ۲۰ درصد از محتوای گذراری شده به عنوان نمونه انتخاب و مورد گذراری مجدد پژوهش‌گر قرار گرفت. در گام بعد، درصد توافق مورد انتظار و توافق مشاهده شده به دست آمد و در پایان، بر اساس فرمول اسکات، درصد پایایی این پژوهش محاسبه گردید.

$$\pi = \frac{p_o - p_e}{1 - p_e} \text{ (فرمول اسکات)}$$

$$p_e = 0/35 \text{ (درصد توافق مورد انتظار)}$$

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

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

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

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

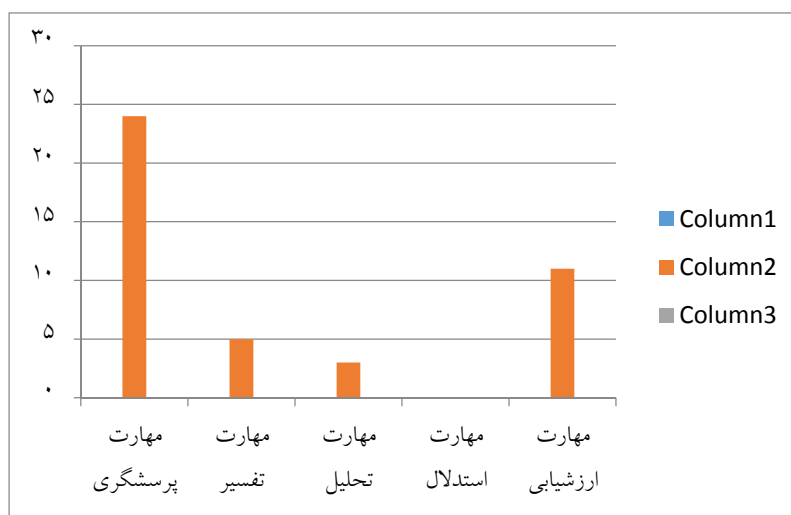
۷. یافته‌های پژوهش

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 شماره ۴-۱، میزان توجه اهداف کتاب درسی تفکر و سواد رسانه‌ای پایه دهم به مؤلفه‌های ناظر به هدف آموزش سواد رسانه‌ای را نشان می‌دهد.

جدول ۴-۱- 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	۱. ایجاد زمینه برای رشد مهارت پرسش‌گری در باب پیام‌های رسانه‌ای
۱۱/۶۲٪	۵	۲. ایجاد زمینه برای رشد مهارت تفسیر در باب پیام‌های رسانه‌ای
۶/۹۷٪	۳	۳. ایجاد زمینه برای رشد مهارت تحلیل پیام‌های رسانه‌ای
۰	۰	۴. ایجاد زمینه برای رشد مهارت استدلال در باب پیام‌های رسانه‌ای
۲۵/۵۸٪	۱۱	۵. ایجاد زمینه برای رشد مهارت ارزشیابی در باب پیام‌های رسانه‌ای
۱۰۰٪	۴۳	مجموع

همان‌طور که نتایج جدول شماره ۴-۱ نشان می‌دهد در کل متن نوشتاری 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 در باب پیام‌های رسانه‌ای با فراوانی ۲۴ (۵۵/۸۱٪) تعلق دارد. در مقابل، اشاره‌ای به مؤلفه ایجاد زمینه برای رشد مهارت استدلال در باب پیام‌های رسانه‌ای نشده است. نتایج جدول شماره ۴-۱، در زیر به صورت نمودار ارائه گردیده است.



نمودار ۴-۱- میزان توجه کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای پایه دهم به مؤلفه‌های ناظر به هدف آموزش سواد رسانه‌ای

تحلیل محتوای کتاب درسی تفکر و سواد رسانه‌ای ... ۳۵

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 شماره ۴-۲، میزان توجه محتوای کتاب درسی تفکر و سواد رسانه‌ای پایه دهم به مؤلفه‌های ناظر به محتوای آموزش سواد رسانه‌ای را نشان می‌دهد.

جدول ۴-۲- فراوانی و درصد توزیع مؤلفه‌های ناظر به محتوای آموزش سواد رسانه‌ای

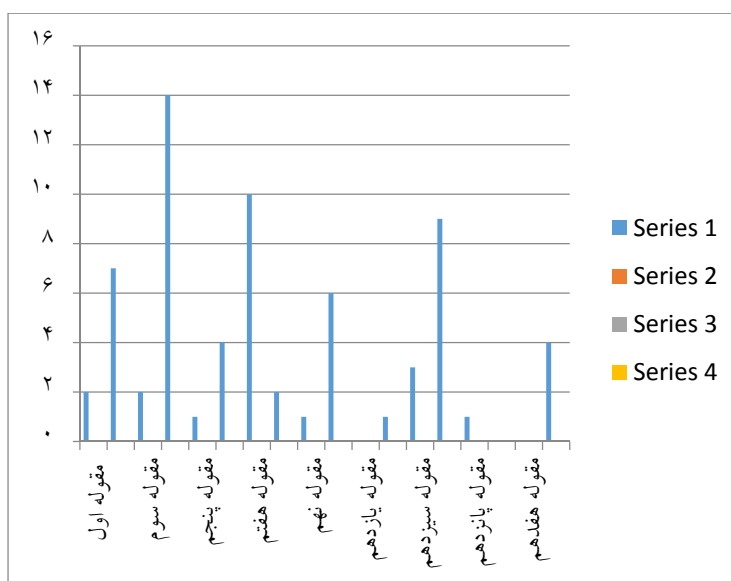
در کتاب درسی تفکر و سواد رسانه‌ای پایه دهم

درصد%	فراوانی	مؤلفه‌های ناظر به محتوای آموزش سواد رسانه‌ای
۲/۹۸٪	۲	۱- شناخت پایگاه‌های اینترنتی، بخش‌ها، امکانات و ویژگی‌ها
۱۰/۴۴٪	۷	۲- شناخت ویژگی‌های رادیو، تلویزیون، فیلم‌ها همراه با تاریخچه
۲/۹۸٪	۲	۳- شناخت بازی‌های رایانه‌ای، ویژگی‌ها، مزایا و معایب
۲۰/۸۹٪	۱۴	۴- آشنایی با شیوه‌های اقناع مخاطب در گونه‌های مختلف رسانه
۱/۴۹٪	۱	۵- شناخت ویژگی‌های روزنامه، مجله‌ها همراه با تاریخچه
۵/۹۷٪	۴	۶- شناسایی محتوای سالم و ناسالم رسانه در ابعاد مختلف
۱۴/۹۲٪	۱۰	۷- چالش‌ها و مخاطره‌های حضور در فضای مجازی
۲/۹۸٪	۲	۸- آشنایی با اخبار و تبلیغات سیاسی
۱/۴۹٪	۱	۹- استفاده مناسب از فناوری‌های نوین ارتباطی (اینترنت، منابع کتابخانه‌ای و مدیریت زمان)
۸/۹۵٪	۶	۱۰- آشنایی با اصول، قواعد و زبان رسانه‌های مختلف
۰	۰	۱۱- سواد بصری، هنری و زیباییشناسی در بررسی نمادها و نشانه‌ها
۱/۴۹٪	۱	۱۲- بررسی مالکیت رسانه‌ها و ارتباط آن با محتوا و مخاطبان
۴/۴۷٪	۳	۱۳- نقد فیلم، پویانمایی، بازی رایانه‌ای و کتاب
۱۳/۴۳٪	۹	۱۴- تبلیغات تجاری، فنون و ویژگی‌ها
۱/۴۹٪	۱	۱۵- آشنایی با نقش حامیان رسانه‌های مختلف
۰	۰	۱۶- تولید محتوای رسانه‌ای مانند پوستر، فیلم کوتاه، بروشور و وبلاگ
۰	۰	۱۷- کاوش در محیط زندگی، اجتماعی و گروه همسالان
۵/۹۷٪	۴	۱۸- آشنایی با مفهوم بازنمایی، تفکر قالبی و پیام‌های آشکار و پنهان
۱۰۰٪	۶۷	مجموع

همان‌طور که نتایج جدول شماره ۴-۲ نشان می‌دهد در کل متن نوشتاری 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٪) تعلق دارد. در مقابل، هیچ

۳۶ تفکر و کودک، سال نهم، شماره دوم، پاییز و زمستان ۱۳۹۷

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 شماره ۴-۲، در زیر به صورت نمودار ارائه گردیده است.



نمودار ۴-۲- میزان توجه کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای پایه دهم به محتوا در باب پیام رسانه‌ای و مولفه‌های آن

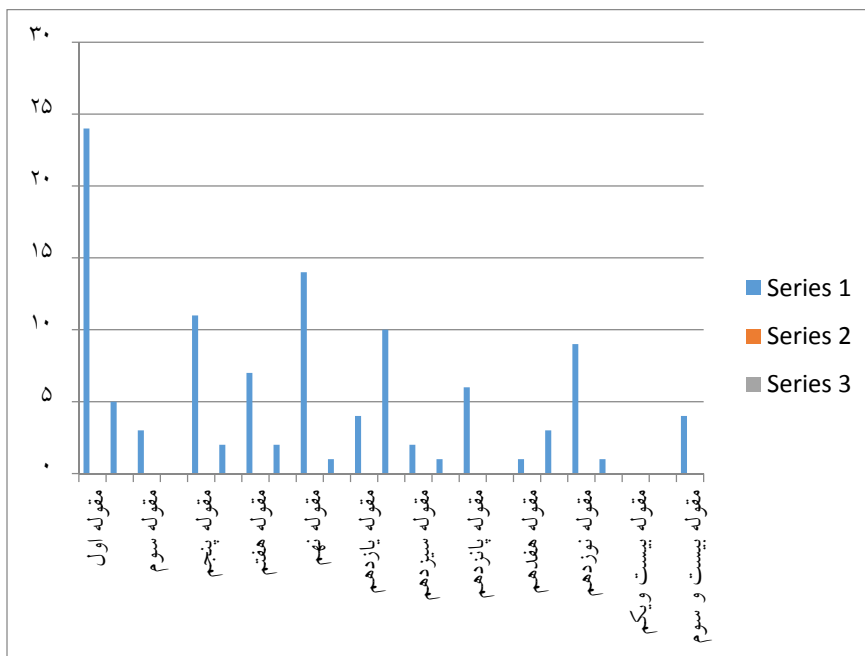
سؤال فرعی سوم مطالعه حاضر این است که هر یک از مؤلفه‌های آموزش سواد رسانه‌ای نسبت به کل مؤلفه‌های اهدافی و محتوایی آموزش سواد رسانه‌ای به چه صورتی توزیع شده‌اند؟ در جدول ۴-۳، نحوه توزیع هر یک از مؤلفه‌های آموزش سواد رسانه‌ای نسبت به کل مؤلفه‌های اهدافی و محتوایی آموزش سواد رسانه‌ای نشان داده می‌شود.

جدول ۴-۳- فراوانی و درصد توزیع هر یک از مؤلفه‌های آموزش سواد رسانه‌ای نسبت به کل مؤلفه‌های اهدافی و محتوایی آموزش سواد رسانه‌ای

مؤلفه‌های اهدافی و محتوایی آموزش سواد رسانه‌ای	
فراوانی	درصد%

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

همان‌طور که نتایج جدول شماره ۴-۳ نشان می‌دهد در کل متن نوشتاری کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای پایه دهم مجموعاً ۱۱۰ مورد در باب مؤلفه‌های آموزش سواد رسانه‌ای آمده است که از این تعداد، بیشترین توجه به مؤلفه ایجاد زمینه برای رشد مهارت پرسش‌گری در باب پیام‌های رسانه‌ای با فراوانی ۲۴ (٪۲۱/۸۱) تعلق دارد. در مقابل، اشاره‌ای به مؤلفه‌های ایجاد زمینه برای رشد مهارت استدلال در باب پیام‌های رسانه‌ای، سواد بصری، هنری و زیباییشناسی 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 شماره ۴-۳، در زیر به صورت نمودار ارائه گردیده است.



نمودار ۴-۳- توزیع هر یک از مؤلفه‌های آموزش سواد رسانه‌ای نسبت به کل مؤلفه‌های اهدافی و محتوایی کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای

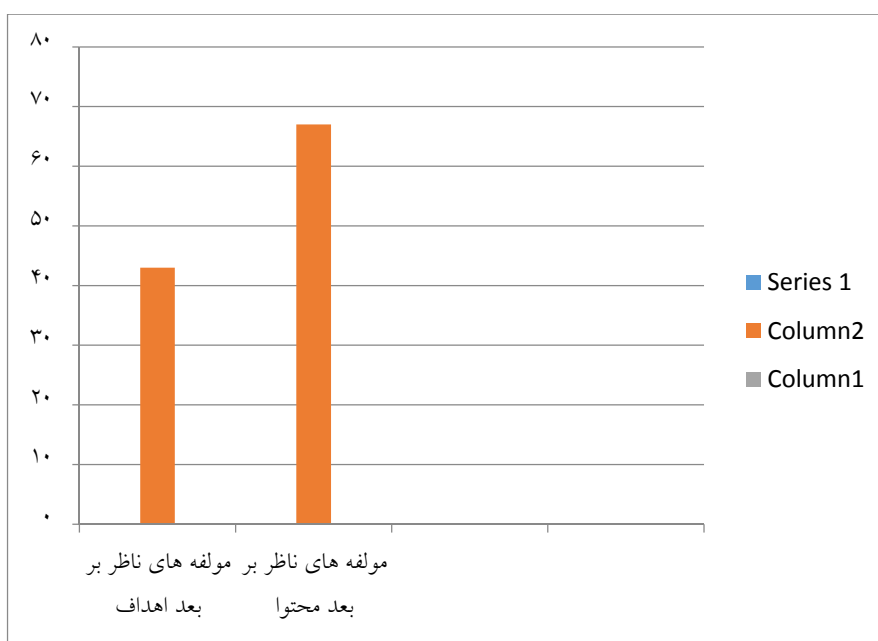
سؤال اصلی مطالعه حاضر این است که در کتاب درسی تفکر و سواد رسانه‌ای پایه دهم تا چه اندازه به مؤلفه‌های آموزش سواد رسانه‌ای توجه شده است؟ جدول شماره ۴-۴، میزان توجه کتاب درسی تفکر و سواد رسانه‌ای پایه دهم به مؤلفه‌های آموزش سواد رسانه‌ای را نشان می‌دهد.

۴-۴، 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

تحلیل محتوای کتاب درسی تفکر و سواد رسانه‌ای ... ۳۹

همان‌طور که نتایج جدول شماره ۴-۴ نشان می‌دهد در کل متن نوشتاری 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٪) مربوط به مؤلفه‌های اهدافی آموزش سواد رسانه‌ای است و ۶۷ (۶۰/۹۰٪) نیز مربوط به مؤلفه‌های محتوایی آموزش سواد رسانه‌ای. نتایج جدول شماره ۴-۴، در زیر به صورت نمودار ارائه گردیده است.



نمودار ۴-۴- 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 نوشتاری 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 در باب پیام‌های رسانه‌ای با فراوانی

۴۰ تفکر و کودک، سال نهم، شماره دوم، پاییز و زمستان ۱۳۹۷

۲۴ (۵۵/۸۱) تعلق دارد. در مقابل، اشاره‌ای به مؤلفه ایجاد زمینه برای رشد مهارت استدلال در باب پیام‌های رسانه‌ای نشده است.

۱.۸ مقایسه

یافته‌های این سؤال با یافته‌های مطالعه‌ی شاه حسینی، دلاور و خانیکی (۱۳۹۴) همسوست. آن‌ها پس از اجرای دوره‌ی آموزش سواد رسانه‌ای دریافتند که آموزش سواد رسانه‌ای، محرکی برای تفکر و زمینه‌ای برای برانگیختن دانش آموزان به طرح پرسش‌هایی درباره‌ی پیام‌های رسانه‌ای شده است و از این رو، هدف آموزش سواد رسانه‌ای محقق شده است. از آنجا که محتوای غنی می‌تواند فرصت مناسبی برای یادگیری دانش آموزان باشد، محتوای کتاب درسی تفکر و سواد رسانه‌ای نیز با فراهم کردن زمینه‌هایی برای رشد مهارت پرسشگری، غنی است، لذا، می‌تواند پیامدی مانند مطالعه‌ی شاه حسینی و همکاران داشته باشد.

۲.۸ بحث و تبیین

هدف اصلی آموزش سواد رسانه‌ای این است که نسبت به تعبیر پیام‌ها کنترل بیشتری به ما ببخشد. واقعیت این است که همه‌ی پیام‌های رسانه‌ای، تعبیر و تفاسیر مختلف هستند. روزنامه‌نگاران به ما تعبیر خودشان را از اینکه چه چیزی و چه کسی مهم است، ارائه می‌دهند. صاحبان آگاهی نیز سعی می‌کنند ما را متقاعد سازند که مشکلاتی داریم و این که کالاهای آنهاست که می‌تواند ما را در غلبه بر این مشکل یا مشکلات یاری رساند. همچنین، ما نیز به عنوان مخاطب می‌توانیم تعبیر خودمان را از این پیام‌ها داشته باشیم. ما چه آگاهی لازم را کسب کنیم یا نه، فرایند تأثیر رسانه‌ها ادامه دارد. زمانی که بتوانیم کنترل بیشتری نسبت به رسانه‌ها و تعبیر آنها داشته باشیم، می‌توانیم به تأثیرات مثبت ناشی از آنها قوت بخشیده، از تأثیرات منفی آنها بکاهیم. سواد رسانه‌ای به افراد این توانایی را می‌بخشد که ضمن اینکه متفکرانی منتقد باشند، خود نیز به مولدین خلاق پیام‌ها تبدیل شوند. مسلماً بهره‌مندی از سواد رسانه‌ای، مهارتی حیاتی برای قرن حاضر محسوب می‌شود. لذا 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 (بران، ۱۳۸۳). سواد رسانه‌ای مجموعه‌ای از چشم‌انداز

هاست که مخاطب به صورت فعالانه برای قرارگرفتن در معرض پیام رسانه‌ها از آن استفاده می‌کند تا معنای پیام‌هایی را که دریافت کرده است، به خوبی تفسیر و تحلیل کند (پاتر، ۱۳۸۵). در بخش اهداف آموزش سواد رسانه‌ای در باب پرسشگری باید با ارتقای پرسشگری نقدانه و توانمندی‌های درونی، فعالانه و بخردانه، اخلاق مدار و هوشمندانه از رسانه استفاده شود، فراگیر را در ایجاد پرسش و توانایی جرأت در بیان پرسش خود یاری رساند و جوی دوستانه به‌مراه روش بارش مغزی برای توانایی خلق پرسشگری مهیا ساخت. در باب 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 اینکه در نتیجه کمبود و نقصی صورت گرفته باشد بلکه نوعی جهت‌دهی ارزشی با عنوان حفظ و تقویت فرهنگ و هویت ایرانی - اسلامی فراهم شود. ضعف عمده کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای پایه دهم در بعد اهداف غافل شدن از مهارت استدلال است که می‌بایست از استدلال قیاسی و استقرایی جهت فهم مفاهیم بنیادی استفاده می‌شد. از آنجا که استدلال یکی از مهارت‌های اساسی تفکر است، می‌توان گفت، چگونه کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای در عین این که ادعای تفکر محوری دارد، به استدلال و پرورش آن کم توجه باشد؟! همچنین، اهداف آموزش سواد رسانه‌ای باید به جنبه‌های مختلف در بعد شناخت انواع رسانه‌ها در کنار ارزیابی و تحلیل متون رسانه‌ای، تولید متن رسانه‌ای، ارتباط با رسانه‌ها و تفکر انتقادی نسبت به رسانه و محتوای آنها توجه کند.

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 نوشتاری 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 مؤلفه‌آشنایی با شیوه‌های اقناع مخاطب در گونه‌های مختلف رسانه با فراوانی ۱۴ (۲۰/۸۹٪) تعلق دارد. 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 بلاگ و کاوش در محیط زندگی، اجتماعی و گروه همسالان نشده است.

۳۸ مقایسه

یافته‌های این سؤال با یافته‌های پژوهش Laitsch (۲۰۰۶) همسوست. یافته‌های مطالعه لایچ نشان می‌دهد که دانش آموزان در برابر قدرت و اثر تبلیغات تلویزیون بسیار آسیب پذیرند. برای حل این مسأله، وی بر آموزش سواد رسانه‌ای تأکید دارد و معتقد است که این نوع آموزش می‌تواند با ارائه راه کارهایی و آشنا شدن دانش آموزان با آن‌ها، قدرت و اثر تبلیغات تلویزیون را تعدیل کنند و در برابر رسانه، به مخاطبی آگاه، منتقد و مستقل تبدیل شوند. بر اساس یافته‌های سؤال دوم می‌توان گفت کتاب درسی تفکر و سواد رسانه‌ای با ارائه شیوه‌های اقناع مخاطب در پی آن است که به دانش آموزان آگاهی منتقدانه ببخشد تا در برابر اثر مخرب و جهت گیرانه رسانه مقاوم و مستقل باشند.

۴۸ بحث و تبیین

در بحث پیرامون محتوای آموزش سواد رسانه‌ای می‌توان پنج پرسش کلیدی را مورد بررسی قرار داد: نخست، چه کسی (کسانی) پیام‌های رسانه‌ای را می‌آفریند؟ دوم، چه تکنیک‌های خلاقانه‌ای بایستی جهت جذب مخاطب به کار رود؟ سوم، افراد مختلف چگونه پیام‌های رسانه‌ای را متفاوت از 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؟ (سازمان پژوهش و برنامه‌ریزی آموزشی، ۱۳۹۵: ۱۳۸). با وجود شکاف بسیار بزرگی که در زمینه سواد رسانه‌ای در کشورمان با آن مواجه هستیم، یعنی وجود اقشاری که در کم سوادی به سر می‌برند، اقشاری که دارای سواد نوشتاری هستند و تعداد معدودی که توانایی استفاده از رسانه‌های نوین را دارند، دولت باید از طریق برنامه‌توانمندسازی، شهروندان را در جهت ارتقای سواد رسانه‌ای در اولویت قرار دهد و تدابیری را در این زمینه بیندیشد؛ یعنی، همان گونه که در جنبه مبارزه با بی سوادی خدمت می‌کند باید سواد رسانه‌ای را نیز در جامعه به ویژه مدارس آغاز کند زیرا یکی از اهداف اصلی سواد رسانه‌ای آگاه کردن و سعی در کم کردن تأثیرات منفی رسانه‌ها بر روی کودکان، دانش آموزان و جوانان است.

از آنجا که جوانان و نوجوانان از مصرف کنندگان اصلی رسانه‌ها هستند آنها باید درک کنند که هر روز به وسیله رسانه‌ها جهت خرید کالا و پیم‌های گوناگون مورد تهاجم

دایمی قرار دارند. آنها باید دریابند که اهداف رسانه‌ها چیست و چگونه بدون آنکه خود بخواهند به طور زیرکانه به افکار، کردار و رفتارشان شکل می‌دهند. قدرت رسانه‌ها در این است که مخاطبین ناخودآگاه، با یک دیدگاه، رفتار و گفتار خاص هماهنگ می‌شوند. به عبارتی، رسانه‌ها مشغول ارائه نقش‌های مشترک، جهان بینی مشترک و ارزش‌های مشترک به مخاطبان خود هستند. بنابراین کاملاً روشن است که سواد رسانه‌ای تنها این نیست که مخاطب بداند با رسانه‌ها چگونه برخورد کند بلکه صاحب این نوع سواد، درک اهداف و تأثیرات رسانه‌ها و چگونگی دستکاری افکار توسط رسانه‌ها را نیز کسب می‌کند. دولت می‌تواند با ایجاد زیر ساخت‌های ارتباطی نظیر وجود رسانه‌های متنوع از نظر شکلی و محتوایی و همچنین دسترسی آسان و استفاده از فن‌آوری‌های نوین آموزش و به کارگیری نیروهای متخصص در زمینه سواد رسانه‌ای در مدارس و دانشگاه‌ها، ایجاد ارتباط میان نهادهای آموزشی رسمی و غیر رسمی 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 نوشتاری کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای پایه دهم مجموعاً ۱۱۰ مورد در باب مؤلفه‌های آموزش سواد رسانه‌ای آمده است که از این تعداد، بیشترین توجه به مؤلفه ایجاد زمینه برای رشد مهارت پرسش‌گری در باب پیام‌های رسانه‌ای با فراوانی ۲۴ (۲۱/۸۱٪) تعلق دارد. در مقابل، اشاره‌ای به مؤلفه‌های ایجاد زمینه برای رشد مهارت استدلال در باب 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.

۵۸ مقایسه

یافته‌های این سؤال نیز مانند سؤال اول با یافته‌های مطالعه شاه حسینی، دلاور و خانیکی (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 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 دانش آموزان در برخورد با رسانه‌ها می‌داند.

۶۸ بحث و تبیین

مهارت‌ها، ابزارهایی هستند که افراد برای مواجهه با پیام‌های رسانه‌ای، پردازش اطلاعات و نیز ایجاد ساختارهای دانش خود از آنها استفاده می‌کنند. افرادی که از مهارت‌های ضعیفی برخوردارند، 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، به شیوه ضعیفی اطلاعات را طبقه‌بندی و از این رو، ساختارهای دانش ضعیف و ناقصی ایجاد می‌نمایند. در بدترین شرایط، افراد با مهارت‌های ضعیف تلاش می‌کنند از فکر کردن در باب اطلاعات اجتناب کنند. بزرگترین قابلیت انعطاف‌پذیری در سواد رسانه‌ای به وسیله مهارت‌ها ایجاد می‌شود. مجموع این مهارت‌ها عبارتند از پرسش، تجزیه و تحلیل، ارزیابی، طبقه‌بندی، استقرا، استنتاج، تفسیر، ترکیب و چکیده کردن، که همگی منجر به افزایش تفکر انتقادی می‌شوند. ما این مهارت‌ها را نه صرفاً در مواجهه با رسانه‌ها بلکه در تمامی فعالیت‌های زندگی روزمره به کار 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، آگاهی بخش 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 نوشتاری 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٪) مربوط به مؤلفه‌های اهدافی آموزش سواد رسانه‌ای است و ۶۷ (۶۰/۹۰٪) نیز مربوط به مؤلفه‌های محتوایی آموزش سواد رسانه‌ای.

۷.۸ مقایسه

یکی از عناصر تحقق اهداف در هر برنامه درسی، محتواست. از سویی دیگر، محتوا هر اندازه با اهداف تناسب بیشتری داشته باشد و از جامعیت بیشتری برخوردار باشد، امکان زیاده‌تری برای تحقق اهداف به وجود می‌آید. تقی زاده و کیا (۱۳۹۳) بر آنند که مؤلفه‌های محتوایی آموزش سواد رسانه‌ای که ۱۸ مورد است، متناسب با اهداف آموزش سواد رسانه‌ای هستند و از جامعیت زیادی برخوردارند. از سویی دیگر، بر اساس یافته‌های این سؤال، کتاب درسی تفکر و سواد رسانه‌ای به مؤلفه‌های محتوایی هجده گانه 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 این سؤال به طور غیرمستقیم با یافته‌های تقی زاده و کیا همسوست.

۸.۸ بحث و تبیین

مطالعه حاضر بر آن است که نوعی عدم توازن در بعد اهدافی و محتوایی کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای پایه دهم نسبت به آموزش سواد رسانه‌ای وجود دارد. سواد رسانه‌ای باید متضمن پرورش انواع مهارت‌ها در بعد اهدافی و هم تولید محتوای مناسب باشد. بنابراین، آموزش و پرورش به ویژه سازمان پژوهش و برنامه ریزی آموزشی، در تدوین الگوی آموزشی خود به منظور توسعه همگانی سواد رسانه‌ای و برنامه ریزی 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 سطح گسترده اشکال رسانه‌های چاپی و الکترونیکی و بین‌المللی مطرح سازند. همچنین، با تأکید بر مهارت‌های آموزش سواد رسانه‌ای نسبت به 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 علاقمند به این حوزه پیشنهاد می‌شود که با روشهای کمی دیگری به ویژه با نظرخواهی از معلمان و دانش آموزان در باب کتاب تفکر و سواد رسانه ای، مطالعه ای انجام دهند.

۲.۹ پیشنهادهای کاربردی

- ۱- مطالعه و بررسی برنامه ریزی ها سیاست گذاری ها تصمیم گیری ها و مرور تجربیات و پیشینه کشورهای توسعه یافته موفق در زمینه پیاده سازی آموزش سواد رسانه ای.
- ۲- توسعه فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی کشورمان بستگی به حضور فعال شهروندانی آگاه و صاحب توانمندی های علمی و مهارت های لازم برای توفیق در زندگی فردی و اجتماعی دارد. لازم است برای تربیت چنین شهروندانی در برنامه های درسی کلیه مدارس از دوره ابتدایی تا پایان تحصیلات دانشگاهی، نقش آموزش سواد رسانه ای برای زندگی در عصر جهانی پر رنگ تر شود. متولیان این گونه آموزش ها و قانون گذاران ضمانت مالی و اجرایی آن را با تصویب قوانین راهم سازند.
- ۳- تدوین و انتشار جزوات و کتاب های ویژه استفاده مناسب و نقادانه از اطلاعات در سطح عمومی، مدارس و دانشگاه ها. اهمیت بیشتری به رشد تفکر انتقادی؛ ارتقای امکانات در خصوص آموزش های سواد رسانه ای.
۴. بازنگری کتاب درسی تفکر و سواد رسانه ای با نظر به توجه بیشتر به مهارت استدلال.
- ۵- ضرورت سواد رسانه ای والدین نیز امری اجتناب ناپذیر است و این دانش و مهارت شکاف میان نسل ها را پر می کند و والدین با اتکا به تفکرات و مهارت های انتقادی در استفاده از رسانه ها می توانند زبان؛ فرهنگ؛ مشغله های ذهنی و نگرانی های نسل جوان را به خوبی درک کنند.

کتاب‌نامه

- بیران، صدیقه (۱۳۸۳). «سواد رسانه‌ای در برخورد با خشونت رسانه‌ای». *ماهنامه همشهری دیپلماتیک*، شماره ۲۳.
- بصیریان جهرمی، رضا و بصیریان جهرمی، حسین (۱۳۸۵). «درآمدی به سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی». *رسانه*، شماره ۶۸، صص ۳۳-۵۰.
- پاتر، جیمز (۱۳۸۵). «تعریف سواد رسانه‌ای» (ترجمه لیدا کاووسی). *رسانه*، زمستان ۱۳۸۵، شماره ۶۸.
- تقی زاده، عباس و طاهری، شیوا (۱۳۹۵). «مطالعه ضرورتها و نیازمندهای آموزش بومی سواد رسانه‌ای». پنجمین همایش الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت.
- تقی زاده، عباس و کیا، علی اصغر (۱۳۹۳). «نیازسنجی برنامه آموزش سواد رسانه‌ای در مدارس». *مطالعات فرهنگ-ارتباطات*، دوره ۱۵، شماره ۲۶، صص ۷۹-۱۰۳.
- تقی زاده، عباس (۱۳۹۰). *ارتقای سواد رسانه‌ای زمینه کاهش آسیب‌های اجتماعی نوپدید فضای مجازی*. تهران: دانشگاه علامه طباطبایی.
- تقی زاده، عباس (۱۳۹۶). «اثربخشی آموزش سواد رسانه‌ای بر دانش آموزان در شهر کرمان». *پژوهش‌های ارتباطی*. سال بیست و چهارم، شماره ۴، صص ۱۷۴-۱۵۳.
- حبیبی نیا، امید (۱۳۸۲). «مردم و سواد رسانه‌ای». *همشهری*، ۳۲۱۹.
- خوی نژاد، 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.
- دهقان شاد، حوریه و محمودی کوکنده، محمد (۱۳۹۱). «بررسی ضرورت آموزش سواد رسانه‌ای کودکان و نوجوانان از نگاه متخصصان آموزش و پرورش شهر تهران». *مطالعات رسانه‌ای*، سال هفتم، شماره ۱۶، صص ۷۰-۸۲.
- سازمان پژوهش و برنامه ریزی آموزشی (۱۳۹۵). *تفکر و سواد رسانه‌ای*. تهران: شرکت چاپ و نشر کتاب‌های درسی ایران.
- سرمد، زهره و حجازی، الهه (۱۳۸۰). *روش‌های تحقیق در علوم رفتاری*. تهران: سپهر.
- سلیمان، سفر، خسروی، فریبرز و حداد، زهرا (۱۳۹۲). «ارزیابی سواد رسانه‌ای دانشجویان و دانش آموزان شهر تهران». *رسانه*، شماره ۱۶، صص ۷۴-۵۲.
- سیف نراقی، مریم و نادری، عزت‌الله (۱۳۹۳). *روش‌های تحقیق و چگونگی ارزشیابی آن در علوم انسانی (با تأکید بر علوم تربیتی)*. تهران: ارسباران.
- شاه حسینی، وحیده، دلاور، علی و خانیکی، هادی (۱۳۹۴). «مطالعه موردی اجرای طرح درس سواد رسانه‌ای برای دانش آموزان پایه چهارم ابتدایی». *جامعه، فرهنگ و رسانه*. سال ۴، پاییز ۱۳۹۴، صص ۱۱-۴۰.
- کانسیدان، دیوید (۱۳۸۰). «درآمدی بر سواد رسانه‌ای» (ترجمه ناصر بلیغ). *هفته نامه پنجره*، شماره ۷.

۴۸ تفکر و کودک، سال نهم، شماره دوم، پاییز و زمستان ۱۳۹۷

- کرپیندروف، کلوس (۱۳۸۸). تحلیل محتوا (مبانی روش شناسی)، ترجمه هوشنگ ناییبی. تهران: نی.
- نصیری، بهاره، بخشی، بهاره و هاشمی، محمود (۱۳۹۱). «اهمیت آموزش سواد رسانه ای در قرن بیست و یکم». *مطالعات رسانه‌ای*، دوره هفتم، شماره ۱۸، صص ۱۵۸-۱۴۹.
- نیازی، لیلا، زارعی زوارکی، اسماعیل و علی آبادی، خدیجه (۱۳۹۵). «تأثیر برنامه آموزش سواد رسانه ای مبتنی بر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر میزان آگاهی دانش آموزان». *مطالعات رسانه‌های نوین*. سال دوم، شماره ۷۷، صص ۱۵۶-۱۱۹.
- هومن، حیدر علی (۱۳۹۱). *راهنمای عملی پژوهش کیفی*. تهران: سمت.
- یارمحمدیان، محمد حسین (۱۳۸۶). *اصول برنامه ریزی درسی*. تهران: یادواره کتاب.

Angell, H.M. (2005). *What Music Videos Teach at Risk Adolescent Girls: making a case for media literacy curriculum*. (phd Thesis, 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*. 72(4-5): 323-338.

Laitsch, D. (2006). "Media Literacy Training, Commercial Television". *Media Literacy Curriculum*. A doctoral Dissertation of Philosophy. University of Florida, P 4.of Media Literacy Education, 72-74.

Potter, W, J (2008). *Media Literacy*. Sage publications.