

راهکارهای افزایش سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی معلمان

جهاندار امیری^۱ / اردشیر زابلی‌زاده^۲ / سجاد کرمی‌نومیوندی^۳

تاریخ پذیرش نهایی: مرداد ۹۸

تاریخ دریافت مقاله: خرداد ۹۷

چکیده

یکی از ادعاهای علماء و رجال مسلمان، کامل بودن دین اسلام است. آنها بر اساس متن قرآن مجید منبع اصلی این دین معتقدند این دین، قابلیت پاسخگویی به مسائل پیشروی مسلمانان و غیر مسلمانان را در هر زمانی دارد؛ با توجه به تغییرات سده‌های تاریخی، این پاسخ‌گویی در صورتی مقبول عامه قرار خواهد گرفت که تفاسیر و برداشت‌ها نسبت به مسائل مستحدثه مناسب و به روز شوند. از مهم‌ترین مسائلی که امروزه بشر با آن مواجه شده است؛ مسئله رسانه است. این مسئله و زوایای مختلف آن چنان فراگیر و گسترده شده که در همه ابعاد زندگی بشر ورود پیدا کرده و در کوچک‌ترین و شخصی‌ترین بعد نیز ردپای این مسئله به چشم می‌خورد. عالمان دین برای مواجهه متدینین خود با این مسئله، به استخراج احکام متناسب با آن پرداخته و تکالیف شرعی پیروان دین خود را برای آنها تبیین می‌کنند. عالمان و مجتهدان جهان تشیع نیز برای مسائل مبتلابه هم‌کیشان خود احکامی صادر کرده‌اند. احکام صادره این موضوع را می‌توان ذیل احکام خمس به ۴ بخش دسته‌بندی کرد. این نوشته به تشریح موضوع، استفتائات آن و جواب‌های در نظر گرفته شده برای این چهار بخش می‌پردازد.

واژه‌های کلیدی: رسانه، تشیع، استفتاء، معاصر.

۱- استادیار، گروه علوم ارتباطات، دانشگاه صدا و سیما، تهران، ایران، (نویسنده مسئول)، پست الکترونیک: jahandar.amiri553@gmail.com

۲- دانشیار، گروه علوم ارتباطات، دانشگاه صدا و سیما، تهران، ایران

۳- کارشناسی‌ارشد مدیریت رسانه، دانشگاه تهران، تهران، ایران

مقدمه و طرح مسئله:

سازمان آموزش و پرورش به عنوان رسمی ترین و مهم‌ترین سازمان آموزشی در زمینه افزایش سواد عمومی کشور، نقش مهمی بر عهده دارد. مفهوم سواد امروزه بسیار گسترده تر از گذشته شده است و سواد را می توان در انواع مختلفی ذکر کرد، سواد رسانه ای ، سواد علمی، سواد دیجیتال و اینترنتی؛ که در این زمینه آموزش و پرورش باید از غافله عقب نماند و پا به پای رسانه ها حرکت کند. ضرورت انجام این تحقیق اهمیت سواد رسانه‌ای و هم چنین آموزش آن از سنین کودکی و نوجوانی به دانش آموزان از طریق مدارس می‌باشد. لن مسترمن معتقد است در آینده ممکن است نقش و مفهوم معلم منسوخ شود و شرکت های خصوصی و رسانه‌ای جای نظام آموزش و پرورش عمومی را بگیرند، مگر اینکه معلمان بتوانند مخاطبین و دانش آموزان خود را متقاعد کنند که آنها کاری فراتر از انتقال مفاهیم و اطلاعات انجام می دهند و آن هم بسط آگاهی و تفکر انتقادی است، یعنی کاری که از عهده شرکت های خصوصی رسانه‌ای بر نمی‌آید و فقط یک نظام آموزشی مستقل می‌تواند چنین وظیفه‌ای را انجام دهد. (مسترمن، ۱۹۸۶) لازمه این توانمندی، افزایش سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی مریبان و متولیان این امر می‌باشد. برخی کشورهای اروپایی، سواد رسانه‌ای را به عنوان برنامه درسی مرکزی سیستم آموزش و پرورش در نظر می‌گیرند؛ در حالی که دیگران تنها آن را در برنامه های یادگیری مادام‌العمر در نظر می‌گیرند. (تورنرو، ۲۰۱۳)

در خصوص اطلاعات هم باید گفت که ما در جهان مملو از ارتباطات زندگی می‌کنیم که در آن اطلاعات بسیار زیاد است، و با یک کلیک کردن ساده به کارشناسان و اطلاعات گسترده دست می‌یابیم. وجود فناوری تلفن همراه مانند این است که در یک زمان، در همه جا حضور داریم و چشم‌انداز جدیدی از آموزش را می‌بینیم. یادگیری در هر کجا، در هر زمان، با دسترسی برابر برای همه به عنوان یک حق بنیادی و انسانی است (گریزل و همکاران ۲۰۱۳). این دیدگاه بر این باور است که کودکان قادر به یادگیری مادام‌العمر هستند و با مهارت‌های لازم برای دستیابی، تجزیه و تحلیل، ارزیابی، ایجاد و مشارکت در زندگی مدنی از طریق

رسانه‌های دیجیتال مجهز شده‌اند. تحقیقات در دو دهه گذشته نشان داده است که خواندن و نوشتن در فضاهای دیجیتالی و اطلاعاتی ممکن است نیاز به کاربرد پیچیده‌تری از مهارت‌ها و توانش داشته باشد تا این که سواد آموزی مبتنی بر چاپ باشد (کاریو، ۲۰۰۷؛ تانر، ۲۰۱۴). با این حال، بیشتر موسسات رسمی آموزش و پرورش هنوز به دنبال تعاریف سنتی سوادآموزی، رویکردهای آموزشی و صرفاً تمرکز بر آموزش و تمرین معلم محور هستند (کرکلند و همکاران، ۲۰۱۱). در این مؤسسات، کودکان اغلب توانایی یادگیری ندارند و یا آنها را به جهان خارج از دیوار کلاس درس خود متصل نمی‌کند.

با این حال، خارج از مدرسه، کودکان به طور فزاینده‌ای از دستگاه‌های موبایل، بازی های ویدیویی و اینترنت برای کشف دنیای خود استفاده می‌کنند (سازمان تشخیص رسانه‌های متداول ۲۰۱۶). جوانان برای مشارکت و هدایت موفقیت آمیز در این فضای به هم پیوسته و متصل، نیاز به سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی دارند؛ آنها بایستی بتوانند به طور انتقادی، استفاده کنند و متون دیجیتالی و چند بعدی را ایجاد نمایند. مؤسسه اسپن (۲۰۱۴) این واقعیت را بیان می‌کند که همه زبان آموزان و معلمان به میزان کافی به سواد عصر اطلاعاتی نیاز دارند، جایی که رسانه‌ها به صورت سواد اطلاعاتی، اجتماعی - احساسی ارائه می‌شوند و قادر به استفاده از منابع یادگیری از طریق رسانه‌های چندگانه با اطمینان، موثر و ایمن هستند. بنابراین برای افزایش سواد رسانه‌ای - اطلاعاتی، ابتدا بایستی ابعاد آن مشخص شود که عبارتند از: (۱) روش‌های آموزش، (۲) سطوح آموزش، (۳) تفکیک رسانه‌ها، (۴) تعیین جامعه هدف، (۵) محتوای آموزش. بر اساس یافته‌ها تعیین این ابعاد نقش مهمی در ارتقای سطح سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی جامعه هدف دارد.

در راستای آموزش سواد رسانه ای سه نهادی مهمی که می‌توانند ورود پیدا کنند شامل: (۱) نهادهای آکادمیک، (۲) نهاد رسانه‌ها و (۳) نهادهای صنفی و مدنی می‌باشند. سازمان آموزش و پرورش به عنوان رسمی‌ترین نهاد آکادمیک یک کشور عمل می‌کند. امروزه با رشد وسایل ارتباط جمعی، نهادهای گوناگونی در کنار آموزش و پرورش و موازی با آن به امر تعلیم و تربیت می‌پردازند و عملاً

رسانه‌ای و اطلاعاتی به عنوان یادگیری مادام‌العمر مطرح شده است. به همین دلیل آموزش آن در کشورهای مختلف و در تمامی مقاطع تحصیلی انجام می‌شود. (کرمی نامیوندی، ۹۵)

پژوهش‌های انجام شده در سطح بین‌المللی نشان می‌دهد، در کشورهای اتحادیه اروپا (مانند: فنلاند و انگلستان و ...) جهت سیاست‌گذاری آموزش سواد رسانه‌ای چارچوب زیر را نظر گرفته‌اند. ابعاد این چارچوب عبارتند از: ۱- پیشینه تاریخی، ۲- چارچوب سیاست قانونی، ۳، ۱- ظرفیت‌سازی: آموزش معلمان، ۳، ۲- ظرفیت‌سازی: تدریس و آموزش دیگر محتواهای مرتبط، ۳، ۳- ظرفیت‌سازی: منابع مالی، ۴- نقش بازیگران (بیرون سیستم مدارس)، ۵- مکانیسم ارزیابی (درون و بیرون مدرسه)، ۶- مفاهیم اصلی و ارزش‌های مشروع و قانونی، ۷- قدردانی عمومی (و توصیه‌ها) و ۸- شیوه‌ها و تمارین مفید (مک دوگال و لوینگستون، ۲۰۱۴). در میان این کشورها فنلاند از کشورهای پیشرو در آموزش سواد رسانه‌ای در اتحادیه اروپاست که تحولات اخیر سواد رسانه‌ای و توسعه اروپا به مدل دانش‌آموز محور آن گره خورده است. (کوتیلاین و سورانتا، ۲۰۰۷، ص ۱۱۲) آموزش رسانه‌ای بخشی از برنامه درسی فنلاندی از سال ۱۹۷۰ بوده، با این وجود آموزش سواد رسانه‌ای موضوع مدارس فنلاند نبوده است. اگرچه امروزه آموزش معلمان در فنلاند از کیفیت بالایی برخوردار است ولی ممکن است معلمان بدون مهارت‌های لازم آموزش رسانه‌ای فارق‌التحصیل شوند. (Kupiainen 2010; 2013) دولت فنلاند در چارچوب سیاست‌گذاری حقوقی توجه بسیار زیادی به سواد رسانه‌ای جوانان و امنیت محیط رسانه‌ای به ویژه از آغاز قرن ۲۱ داشته است. سال ۲۰۰۳ وزارت آموزش و پرورش فنلاند به منظور حمایت از کودکان، در حال تغییر محیط رسانه‌ها و برنامه‌های رسانه‌ای بوده و اقداماتی را شروع کرده است. (کوتیلاین و سونینن، ۲۰۱۴)

سال ۲۰۰۷ وزارت آموزش و پرورش فنلاند کمیته‌ای برای بیان و ترسیم نمودار توسعه ملزومات سواد رسانه‌ای راه‌اندازی کرد. این کمیته روی پیشنهادها جهت طراحی یک برنامه عملی برای توسعه مهارت‌های رسانه‌ها و دانش

انحصار آموزشی را از این سازمان خارج کرده‌اند. در سال‌های اخیر و بنابر فرموده رهبر فرزانه انقلاب اسلامی ایران خوشبختانه با درک ضرورت و اهمیت این امر و در پاسخ به ندای معظم له، طرح تدوین سند تحول بنیادین آموزش و پرورش در افق چشم‌انداز بیست‌ساله جمهوری اسلامی ایران تدوین و تصویب شده است. سند تحول بنیادین متشکل از ۱۳۱ راهکار عملیاتی می‌باشد. در این سند به اهمیت رسانه‌ها و نقش آنها در تعلیم و تربیت اشاره شده است. (سند تحول بنیادین آموزش و پرورش، ۹۰) بر این اساس آموزش و پرورش کشور ایران با چاپ کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای در این عرصه ورود پیدا کرده است. در ابتدا و قبل از چاپ کتاب بایستی در فرآیند سیاست‌گذاری به منظور اجرای آن دقت شود. خلا یک الگوی راهبردی آموزش سواد رسانه‌ای (که در آن امکانات و زیرساخت‌های لازم تدارک دیده شود) در این نهاد دیده می‌شود. (کرمی نامیوندی، ۹۵) هم چنین لازم است برای آموزش سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی به معلمان تمهیداتی در نظر گرفته شود. در این مقاله که جامعه هدف آن معلمان و مربیان سازمان آموزش و پرورش هستند، ضمن اشاره به تعاریف سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی و انواع آن، جایگاه نهاد آموزش و پرورش و نقش معلمان در افزایش سواد رسانه‌ای، اهمیت و ضرورت سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی در این نهاد دولتی بیان شده و در نهایت راهکارهایی در جهت تقویت و تجهیز معلمان به سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی ارائه می‌شود.

پیشینه پژوهش

تحقیقات انجام شده، در حوزه سواد رسانه‌ای توسط سازمان جهانی یونسکو به این مسئله بسیار توجه دارد تا جایی که موسسه آموزش سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی در برخی کشورها تاسیس شده است؛ در کشور کانادا از همان سنین کودکی و در مدارس دبیر رسانه تعریف شده است که بتواند، آگاه کردن دانش‌آموزان به استفاده درست از رسانه و قدرت گزینشگری از رسانه‌ها به آنها آموزش داده شود. سازمان جهانی یونسکو نیز اقدامات موثری برای افزایش سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی انجام داده است. این اقدامات شامل روش‌های آموزشی و کارگاهی می‌باشد. آموزش سواد

که آموزش رسانه‌ای به شدت توسط معلمان فنلاندی مهم دیده شده است.

در خصوص تحقیقات داخلی باید گفت: خانم بی‌بی مریم مصطفوی (۱۳۹۴) در مقاله‌ای که در اولین همایش ملی پژوهش‌های نوین ارائه و منتشر کرده است به بررسی ضرورت ارتقاء سواد رسانه‌ای معلمان پرداخته و آن را ضرورتی غیر قابل اجتناب در عصر فناوری اطلاعات دانسته است. به نظر ایشان در صورت فقدان این مهارت، معلمان نه تنها از دانش آموزان در این حوزه عقب می‌افتند بلکه دانش آموزان در انبوهی از اطلاعات مختلف و مخاطره‌آمیز رها می‌شوند. همچنین دکتر محمد حسین علیخانی از دانشگاه آزاد اسلامی در تحقیقی دیگر با همین مضمون، سواد رسانه‌ای را برای شناسایی پیام‌های ارزشمند و تجزیه و تحلیل آنها توسط معلمان ضروری دانسته است. علاوه بر اینها علی اکبر عجم از دانشگاه پیام نور و خانم بهاره حسینی (۱۳۹۶) در مقاله‌هایی به بررسی تاثیرات سواد رسانه‌ای معلمان و دانش آموزان پرداخته اند. تحقیقات داخلی ذکر شده نشان می‌دهند: سطح سواد رسانه‌ای در بین نوجوانان کشور ایران در سطح قابل قبولی قرار ندارد. در نتیجه پژوهشی با عنوان «ارزیابی سواد رسانه‌ای دانشجویان و دانش‌آموزان شهر تهران» آمده است که به دلیل ضعف بعد ادراکی سواد رسانه‌ای دانشجویان و دانش‌آموزان تهرانی، آنها قادر به انتخاب آگاهانه از میان فرستنده‌های متعدد، عمل مستقل و کنترل در مرحله مصرف نیستند و نیازمند آموزش هستند تا به ابزار تحلیل و ارزیابی تولیدات رسانه‌ای مجهز شوند. (خسروی و حداد، ۱۳۹۲ ص ۴۵). این موضوع نشان می‌دهد که خلاء آموزش سواد رسانه‌ای به عنوان یک نیاز ضروری و غیر قابل انکار برای نوجوانان ما مطرح می‌باشد. در تحقیق دیگری در فضای آکادمیک (آموزش و پرورش) در کشور ایران با اشاره به اهمیت سیاست‌گذاری آموزش سواد رسانه‌ای در نهادهای آکادمیک، الگوی سیاست‌گذاری آموزش سواد رسانه‌ای در نظام تعلیم و تربیت رسمی و عمومی کشور طراحی شده است (کریمی نامیوندی، ۹۵). نگاهی به تحقیقات انجام شده نشان می‌دهد که در باره ضرورت و اهمیت سواد رسانه‌ای معلمان و دانش‌آموزان تحقیقات و مطالعات متعددی انجام شده ولی

رسانه‌ای به عنوان بخشی از ارتقای جامعه مدنی و دانش محور شروع به فعالیت کرده است. این طرح‌ها شامل پیشنهادها برای تغییر قوانین مربوط به حقوق مدنی، چهارچوب برنامه‌های درسی اصلی دانش‌آموزان و آموزش معلمان بوده است. (Ibid 7) هنگامی که آموزش رسانه‌ای در جامعه به عنوان "برنامه‌ای از زندگی روزمره" گسترش یافت، (کویپاینن، ۲۰۱۰) بودجه لازم برای توسعه همراه با تمایل به توسعه سیاسی و همکاری در چندین شاخه از جامعه اختصاص داده شد. راهبرد دیگر بعد از طرح‌های پیشنهادی برنامه ریزی برای آموزش رسانه در فنلاند، توسعه آموزش و تحقیق از سال ۲۰۰۷ تا ۲۰۱۲ بود که به خلق روش‌های عمده و اساسی برای پیشرفت آموزش رسانه‌ای و سواد رسانه‌ای در مدارس و دیگر موسسات آموزشی منجر شد. در راهبرد اخیر، برنامه‌ریزی وزارت آموزش و پرورش و وزارت فرهنگ فنلاند، ارائه راهنمای سیاست ملی سواد رسانه‌ای بهتر، از سال ۲۰۱۳ تا ۲۰۱۶ منتشر شده در سال ۲۰۱۳ می‌باشد. (کوتیلاینن و سونینن، ۲۰۱۴) بعد از دهه‌ی ۱۹۸۰ تصویری متنوع و جدید از آموزش رسانه‌ای گسترش یافت. برای مثال در دهه‌ی ۱۹۹۰، فنلاند روی نظریه لن مسترمان در کتاب آموزش رسانه و مدل مینکنن متمرکز شد. آموزش رسانه‌ای در فنلاند با مشارکت دولت، مدارس، دانشگاه‌ها و سازمان‌های مردم نهاد (NGO) گسترش یافت. (کوتیلاینن و سونینن، ۲۰۱۴) در این میان دولت فنلاند از تحقیقات و روش‌های ملی گسترده‌ای برای آموزش رسانه‌ای از طریق خدمات وب و ارائه سمینارها حمایت کرده است. بر اساس ارزیابی موضوعات متقابل مربوط به برنامه تحصیلی در سال ۲۰۱۰، معلمان دانش‌آموزان پایه نهم در فنلاند مهارت‌های رسانه‌ای و اهمیت ارتباطات نتایج زیر به دست آمده است: برای ۹۱ درصد از شرکت کنندگان در نظرسنجی موضوعی بسیار مهم یا مهم می‌باشد. در میان تمامی هفت موضوع متقابل مربوط به برنامه تحصیلی، مهارت رسانه‌ای و ارتباطات سومین موضوع مورد توجه و علاقه معلمان است و ۹۳ درصد از معلمان می‌گویند که موضوعی لازم و یا بسیار لازم است. (نیمی، ۲۰۱۲؛ کویپاینن، ۲۰۱۳) این درصد نشان می‌دهد

در خصوص ضرورت راهکارهای افزایش سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی آنها، تحقیقی به عمل نیامده و از این جهت این تحقیق جدید می‌باشد.

الف) تعریف مفاهیم

امروزه مفهوم سواد، دیگر توان خواندن، نوشتن و حساب کردن نیست به قول آلون تافلر «در قرن بیست و یکم، بیسوادان آنهایی نیستند که نمیتوانند بخوانند یا بنویسند، بلکه کسانی هستند که نمیتوانند یاد بگیرند و بازآموزی کنند» تحولات سریع فناوری اطلاعات و ارتباطات در دهه اخیر، جهان را با یک بیسوادی، به تعبیر جدید، و نیاز همه گیر به بازآموزی و یادگیری مواجه ساخته است. روش‌های سنتی آموزش، دیگر پاسخگوی این حجم عظیم تقاضا برای آموزش نیست. نهضت سوادآموزی الکترونیکی به جای سوادآموزی متعارف، به عنوان یک راهکار برای گذر به جامعه اطلاعاتی مطرح شده است، با این تفاوت که اجرای آن به جای بیسوادان جامعه، در میان باسوادترین اقشار باشد. طبیعی است که نظام آموزشی کشور که بخش ابتدایی و گسترده آن را سازمان آموزش و پرورش هر کشوری تشکیل میدهد، نخستین مکان اجرای آن خواهد بود و دانش آموزان، اولین کسانی هستند که از آن بهره می‌گیرند. (کاشی، ۱۳۹۰)

سواد رسانه‌ای

سواد رسانه‌ای یعنی درک و استفاده از رسانه‌های جمعی به صورت قاطعانه یا غیر قاطعانه، از جمله درک آگاهانه و انتقادی از رسانه‌ها، تکنیک‌هایی که آنها به کار می‌گیرند و اثرات آن. هم‌چنین توانایی خواندن، تجزیه و تحلیل، ارزیابی و تولید ارتباط در شکل‌های مختلف رسانه‌ها (به عنوان مثال تلویزیون، چاپ، رادیو، کامپیوتر و غیره). درک دیگر از این اصطلاح توانایی رمزگشایی، تجزیه و تحلیل، ارزیابی و تولید ارتباط در شکل‌های مختلف است (ویلسون و همکاران، ۲۰۱۳). در بیان دیگر مهارت‌های رسانه‌ای و ارتباطی و سوادهای متعدد در مجموع با مفهومی به عنوان سواد رسانه‌ای یا رسانه‌ها ادغام شده است (میگز، ۲۰۱۳). سواد رسانه‌ای به عنوان سواد بصری و اطلاعاتی (کوتیلاین و سونین، ۲۰۱۳)، به برنامه‌های درسی جدید به آموزش و پرورش ابتدایی تبدیل شده و تاکنون، بیشتر در زمینه

آموزش رسانه مورد استفاده قرار گرفته است. "سواد رسانه‌ای" و "سواد دیجیتالی"، هم‌چنین مهارت‌های ICT به معنی "سواد کامپیوتر" یک رشته مختلف در برنامه درسی مدرسه از سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی بوده است (کوتیلاین و کوپیانن، ۲۰۱۴).

سواد اطلاعاتی

سواد اطلاعاتی اشاره به توانایی تشخیص زمانی که اطلاعات، ردیابی، ارزیابی، بطور موثر مورد نیاز و برقراری ارتباط بین اطلاعات در شکل‌های مختلف اطلاق می‌گردد. تعاریف مختلفی از سواد اطلاعاتی نیز مطرح شده است؛ برای مثال مطالعه گروهی اجتماع ملی سواد اطلاعاتی، سواد اطلاعاتی را اینگونه تعریف می‌کند: توانایی دسترسی، ارزیابی و استفاده اطلاعات از منابع مختلف؛ این گروه هم چنین مجموعه‌ای از نتایج آن را نیز اندازه گیری می‌کند. گروه سواد اطلاعاتی در دانشگاه کلگری، سواد اطلاعاتی را این گونه توصیف می‌کنند: «توانایی تشخیص نیاز به اطلاعات و دانستن چگونگی دسترسی، ارزیابی، ترکیب و ارتباط اطلاعات» (مولر و همکاران، ۲۰۱۱، ص ۳۲). در یونسکو سواد اطلاعاتی به عنوان یک شاخص در نظر گرفته می‌شود، کاتس و لیو (۲۰۰۸) نتیجه‌گیری می‌کنند که سواد اطلاعاتی توانایی یک فرد برای موارد ذیل است: ۱- تشخیص اطلاعات مورد نیاز ۲- جهت‌یابی و ارزیابی کیفیت اطلاعات ۳- ذخیره و بازیابی اطلاعات ۴- استفاده موثر و اخلاقی از اطلاعات ۵- استفاده از اطلاعات برای ایجاد و برقراری ارتباط دانشی و معرفتی (ویلسون و همکاران، ۲۰۱۳).

سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی

درحال حاضر و در جامعه اطلاعاتی فراخوانی برای نکاشتن ترکیبی از سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی به وجود آمده است. با این حال عدم قطعیت در مورد مرزهای این دو رشته مجزا مانع از ادغام صریح آن شده است. سواد اطلاعاتی نزدیک به علوم کتابداری است، در حالی که سواد رسانه‌ای مرتبط به محتوای رسانه، صنعت رسانه‌ها، و اثرات اجتماعی است (لی و سو، ۲۰۱۴). MIL مخفف سواد رسانه‌ای اطلاعاتی است که اشاره به صلاحیت‌های ضروری (دانش، مهارت و نگرش) شهروندان جهت تعامل

به قول ژان پیاژه: «زیباترین اصلاح و بازسازی آموزش و پرورش در صورتی که معلم به تعداد کافی و با کیفیت در اختیار نباشد با شکست روبرو خواهد شد». (کاروان، ۱۳۶۷) در آموزش و پرورش نقش نیروی انسانی مهم است و معلم از مهمترین عوامل موثر در رشد و توسعه کیفی و محتوایی تعلیم و تربیت به شمار می آید، زیرا تربیت انسان نتیجه یک جریان متقابل دو جانبه و بالآخره حاصل عمل مربی و عکس العمل شاگرد است. با توجه به همین اهمیت و جایگاه آموزش و پرورش در بین نهادهای مختلف جامعه می توان اذعان کرد، مهمترین نهاد اثرگذار در تربیت و تامین نیروی انسانی می باشد و معلم به عنوان مدرس و مربی می تواند نقش حساس و کلیدی در این رابطه داشته باشد تا نیروی انسانی کارآمد و خلاق برای جامعه تربیت نماید، به این ترتیب زمینه مناسب جهت رشد جامعه در تمامی ابعاد آن فراهم می آید.

روش پژوهش

این پژوهش شامل دو بخش عمده می شود. در بخش اول داده ها و اطلاعات با استفاده از روش اسنادی و کتابخانه‌ای جمع‌آوری شده است. در بخش دوم بر اساس داده های بدست آمده در مطالعات اسنادی، هدف راهکارهای افزایش سواد رسانه ای و اطلاعاتی از طریق مصاحبه های انجام شده با متخصصان استخراج شده و اطلاعات بدست آمده در مصاحبه ها با کمک روش تحلیل محتوای کیفی تجزیه و تحلیل شده است. مصاحبه های انجام شده با خبرگان و معلمین آموزش سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی راهکارهایی در جهت تجهیز و تقویت معلمان به سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی ارائه می‌شود. در این بخش از مصاحبه شوندگان پرسیده شد راهکارهای تجهیز و تقویت معلمان به سواد رسانه ای و اطلاعاتی از دیدگاه آنان کدام است. همچنین در طول مصاحبه سوالاتی به فراخور موضوع اصلی مطرح شده است. پژوهش براساس هدف، کاربردی و از حیث نحوه گردآوری داده‌ها غیرآزمایشی محسوب می‌شود. روش پژوهش با توجه به گزاره‌های مطرح شده، براساس روش تحلیل محتوای کیفی است که در زمره روش‌های کیفی قرار می‌گیرد.

جامعه آماری این پژوهش، شامل متخصصان و خبرگان حوزه سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی، مربیان سواد رسانه‌ای و

موثر با رسانه‌ها و دیگر ارائه‌دهندگان اطلاعات دارد. هدف سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی رشد تفکر انتقادی و مهارت‌های یادگیری مادام‌العمر برای اجتماعی‌شدن و داشتن شهروندان فعال است. سازمان جهانی یونسکو (۲۰۱۳) سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی را در قالب دوازده بخش تقسیم بندی می‌کند. در نمودار زیر، انواع سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی را مشاهده می‌کنید (کرمی نامیوندی، ۱۳۹۵، ص ۶۰). (شکل ۱)

آموزش و پرورش:

آموزش و پرورش تعاریف گوناگونی دارد. گوناگونی این تعاریف اغلب ناشی از پیچیدگی و چند وجهی بودن امر آموزش و پرورش است. گاهی «فراگرد کسب علم و معرفت» و در مواردی، نتیجه چنین فراگردی را «آموزش و پرورش» می‌گویند. گاهی هم در تعریف آموزش و پرورش به هر دو جنبه فوق توجه می‌شود (علاقه بند، ۱۳۸۰: ۴۷). ژان ژاک روسو، آموزش و پرورش را به یک کشتی تشبیه کرده است که نجات بشر را از طوفان ممکن می‌سازد. او آموزش و پرورش را اساس ساخت جامعه سالم قلمداد می‌کند که می‌تواند زمینه دستیابی هر فرد را به آزادی مستقل فراهم آورد (درویش، ۱۳۸۶: ۱۶۲).

نقش و اهمیت جایگاه معلمان در سازمان آموزش و پرورش:

یکی از نهادهای مهم آموزش و پرورش هر جامعه سازمانی است که در آن معلمان مورد نیاز دوره های مختلف تحصیلی تربیت می‌شوند، زیرا محصول این نوع سازمان‌ها معلمانی هستند که نقطه آغاز هر تحول آموزشی و پرورشی‌اند و قادرند با دانش و مهارتی که کسب کرده‌اند چهره سازمان آموزشی را دگرگون سازند و فضای مدارس را به فضای محبت، رشد و بالندگی روح افزا و لذت بخش مبدل کنند و با انتقال عناصر فرهنگی به نسل نواخته و اعمال روش های مناسب تربیتی، موجبات رشد شخصیت کودکان و نوجوانان را فراهم سازند. نظر به اهمیت نقش معلمان و اعتبار و ارزشی که بر آن متصور است، سرمایه‌گذاری به منظور تربیت و تامین این رکن مهم تعلیم و تربیت، بهترین و سودمندترین نوع سرمایه گذاری است. گسترش این قبیل سازمان‌ها مهمترین وظیفه مدیران عالی آموزش و پرورش و مدیران رده بالای کشور است، چرا که

روش پرس و جوی موضوعی

پرس و جوی موضوعی روشی دانش آموز محور است که در جوامع امروزی اساس پرسش و پاسخ آن بر مبنای مسائل رسانه و سواد رسانه‌ای است. این روش در برگزیده بسیاری از ویژگی‌های یادگیری پرس و جو و بیان مسئله و تصمیم‌گیری است که در آن یادگیرنده دانش و مهارت‌های نوین را از طریق مراحل پرسش و پاسخ‌های زیر کسب می‌کند: تشخیص مسئله، تشخیص دیدگاه‌ها و عقاید متضمن، توضیح اصول و حقایق مربوط به مسائل؛ مشخص کردن، سازمان دادن و آنالیز کردن شواهد؛ تفسیر و تحلیل مسائل، اقدام و لحاظ کردن نتایج و برآیند در هر مرحله. این روش برای آموزش سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی (MIL) به دانش آموزان روش مناسبی بوده و به آنها برای کشف عمیق مسائل فرصت مناسبی را فراهم می‌کند.

آموزش بر اساس حل مسئله

آموزش بر اساس حل مسئله توسعه برنامه درسی و سیستم آموزشی است که به طور همزمان باعث توسعه دانش میان رشته‌ای دانش‌آموزان و مهارت‌های آنها می‌شود. همچنین به عنوان تفکر انتقادی و راهبردهای حل مسئله استفاده می‌شود. این روش در دانشکده پزشکی دانشگاه مک مستر در انتاریو، کانادا سرچشمه گرفته است. روشی بسیار ساختار یافته در یادگیری مشارکتی به منظور ارتقاء دانش فردی و جمعی همراه با تعامل دانش‌آموزان در مسائل بحرانی و پرس و جوی عمیق از مشکلات زندگی واقعی است. اهداف یادگیری، تحقیق و سوالات روش و نتایج آن همه توسط دانش‌آموزان اداره می‌شود. یک مثال از یادگیری بر اساس حل مسئله در MIL شامل طراحی‌های اجتماعی موثر کمپین بازاریابی برای مخاطبان خاص می‌باشد.

پرس و جوی علمی

پرس و جوی علمی اشاره به انواع مختلفی از تکنیک‌هایی دارد که توسط دانشمندان برای کشف طبیعی جهان و توضیحات بر اساس شواهد ارائه شده است. فرآیند پرسش و جو اغلب به عنوان یک مجموعه ساده از مراحل به نام چرخه پرسش، که شامل بیان فعالیت‌هایی مانند: ساخت مشاهدات، طرح سوالات، پیدا کردن آنچه در حال حاضر شناخته شده، تحقیقات برنامه‌ریزی شده؛ بررسی دانش

اطلاعاتی و مدیران ارشد شورای عالی آموزش و پرورش است. با توجه به محدودبودن جامعه آماری (حدود ۵۰ نفر در سطح کشور)، جامعه آماری با نمونه برابر است و به عبارتی روش نمونه‌گیری مطرح نیست. جمع‌آوری اطلاعات تا زمانی ادامه یافت که به نقطه اشباع برسد. در این پژوهش، در مجموع، ۲۰ مصاحبه انجام گرفت که ۴ مصاحبه سبب ایجاد کد جدید نشدند و این به معنای رسیدن به نقطه اشباع و کفایت نمونه‌گیری بود. پژوهش در ابتدا با نمونه‌گیری مبتنی بر هدف و نمونه‌گیری آسان (دردسترس) آغاز و سپس در خلال کار، برای شناسایی سایر نمونه‌های مناسب از روش گلوله-برفی یا زنجیره‌ای استفاده شد.

یافته‌ها

تکنیک‌های آموزشی در آموزش سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی با استفاده از برنامه درسی فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی، شرایط دسترسی به اطلاعات و بهره‌مندی از آن را بویژه در عرصه عمومی اطلاعات به گونه‌ای بنیادی تغییر می‌دهد. بر مبنای مطالعات اسنادی، یونسکو به عنوان نهادی برای بحث و تبادل نظر در مورد مسائل اجتماعی و فرهنگی در سطح جهان با برگزاری اجلاس‌های متعدد منطقه‌ای و بین‌المللی به بررسی پیامدهای اخلاقی و اجتماعی جامعه اطلاعاتی جدید پرداخته و تلاش کرده، اصول و قواعد حاکم بر فضای رایانه‌ای و دسترسی به نقاط مشترک و تفاهم بین‌المللی را تسهیل کند. این نهاد بین‌المللی با تنظیم و تدوین سیاست‌ها و برنامه‌های خاص، گسترش دسترسی جهانی به اطلاعات را تشویق کرده است و از طرح‌های ملی در زمینه حفاظت، نگهداری، افزایش دسترسی و انتشار گسترده‌تر به اطلاعات و دانش حمایت می‌کند. در این میان دسترسی جوامع محلی به اطلاعات به ویژه با محتوای بومی نیز مورد توجه خاص یونسکو است. در راستای آموزش سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی روش‌ها و تکنیک‌های مختلفی را از تجربه کشورهای مختلف جهان جمع‌آوری کرده که در زیر به آن اشاره شده است (ویلسون و همکاران، ۲۰۱۳)

نحوه مدیریت همگون در کلاس‌های درس، استفاده می‌کنند. این یک روش مناسب در یادگیری و تدریس آموزش رسانه برای اشتراک‌گذاری ایده‌ها و آموختن از یکدیگر است. مثالی از یادگیری مشارکتی در رسانه: کار مشترک در فضای ویکی پدیا می‌باشد.

تحلیل محتوا

دانش‌آموزان باید تحلیل محتوا را از طریق شناسایی کدها و قراردادی ژانرهای مختلف رسانه یاد بگیرند. این تجزیه و تحلیل نشانه شناختی باید با هدف رسیدن به تفاهم بیشتر از مفاهیم کلیدی باشد. بنابراین، دانش‌آموزان شناسایی چگونگی کدهای زبان و آداب و رسوم برای نوعی از نمایش‌ها که برای مخاطبان خاص جذاب می‌باشد را خواهند آموخت. دانش‌آموزان کدهای "نمادین"، "روایت" و "فنی" از هر متن رسانه را می‌آموزند. در صورت امکان، این نوع از تحلیل محتوا در زمینه‌های با معنای می‌دهد، و نه این که عنوان یک تمرین آکادمیک برای اهداف خودشان باشد. به عنوان مثال: دانش‌آموزان می‌توانند یک قطعه از متن رسانه که مورد علاقه آنها است را انتخاب کنند. این قطعه می‌تواند یک مقاله خبری، یک ویدیو یا یک ویدئو کلیپ از یک منبع خبری آنلاین باشد. سپس دانش‌آموزان را در گروه‌های مختلفی قرار دهید و معلمان راهنمای آنها در تجزیه و تحلیل مخاطبان، هدف، نویسنده، روش / ویژگی‌های متنی، و چهار چوب آن باشند.

تحلیل زمینه‌ای

در تحلیل زمینه‌ای به دانش‌آموزان تجزیه و تحلیل اولیه زمینه‌ای به خصوص در رابطه با مفاهیم کلیدی نهادهای موسسات فن آوری در ارتباط با طیف وسیعی از رویکردهای نظری نشان داده می‌شود. نمونه‌هایی از تجزیه و تحلیل زمینه‌ای و آموزشی عبارتند از: کمک به دانش‌آموزان در مورد یادگیری موضوعاتی مانند: طبقه‌بندی سیستماتیک برای فیلم، تلویزیون و بازی‌های ویدئویی که در استرالیا به کار گرفته شده؛ چگونگی مالکیت رسانه و تمرکز آنها و سوالاتی مربوط به دموکراسی و آزادی بیان است.

ترجمه

رویکرد آموزشی ترجمه می‌تواند در بسیاری از اشکال مختلف و انواع تنظیمات رسانه‌ای استفاده شود. دانش‌آموزان

گذشته در پرتو شواهد تجربی، با استفاده از جمع‌آوری ابزار، تجزیه و تحلیل و تفسیر داده‌ها و پیشنهاد توضیحات و برقراری ارتباط بین نتایج می‌باشد. این روش همچنین می‌تواند برای آموزش سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی استفاده شود. نمونه‌هایی از پرس و جو علمی در آموزش سواد رسانه‌ای عبارتند از: بررسی تاثیر خشونت در رسانه‌ها و بررسی نقش جوامع آنلاین.

مطالعه موردی

روش مطالعه موردی شامل معاینه عمیق از یک نمونه و یا رویداد منفرد است که به طور گسترده در مدرسه بازرگانی هاروارد به کار گرفته شده که در آن دانشجویان دانشگاه حوادث زندگی واقعی را مشاهده می‌کنند و این که دانش نظری چگونه ممکن است برای موارد واقعی استفاده شود. این رویکرد مناسب در آموزش MIL است، وقتی که دانش‌آموزان روزانه به طریق مختلف در معرض انواع پیام‌های رسانه‌ها و دیگر ارائه دهندگان اطلاعات قرار می‌گیرند. مطالعه موردی یک روش سیستماتیک شامل: نگاه کردن به وقایع، جمع‌آوری داده‌ها، تجزیه و تحلیل اطلاعات و گزارش نتایج، که در آن حمایت از یادگیری و پژوهش در دانش‌آموزان را ارائه می‌دهد. دانش‌آموزان می‌توانند برای به دست آوردن درک عمیق‌تر و دقیق‌تر از چرایی حوادث و یا رویداد زمانی که برای آنها رخ داده است بهره‌مند شوند. مطالعه موردی نیز خود به ایجاد و آزمایش فرضیه‌ها منشعب می‌شود. به عنوان مثال، دانش‌آموزان می‌توانند یک مطالعه موردی از استراتژی بازاریابی و انتشار یک فیلم بسیار موفق، کتاب پرفروش انجام دهند، و یا دیگر محصولات رسانه داشته باشند.

یادگیری مشارکتی

یادگیری مشارکتی اشاره به رویکرد آموزشی است که دانش‌آموزان با هم نسبت به انجام اهداف مشترک کار می‌کنند. یادگیری مشارکتی می‌تواند از دامنه کارهای ساده به حالت پیچیده‌تر مانند یادگیری پروژه، آموزش جورچین، هدایت و همکاری در پرسش و تدریس متقابل استفاده شود. بیشتر از یادگیری مشارکتی با هدف تولید دستاوردهایی مانند توسعه درک مفهومی و تفکر به منظور آموزش مهارت‌های فردی بهتر، نگرش مثبت‌تر نسبت به مدارس و خود و فهمیدن

گرفته بر روی پاسخ‌های آرایه شده بر اساس سه گام اول تحلیل محتوای کیفی (کدگذاری باز، لیست کردن کدها، و گروه‌بندی کدها) را ترسیم می‌نماید: در این پژوهش پس از کدگذاری ۳۰۷ مفهوم استخراج شده است.

گام دوم و سوم، مربوط به کدگذاری محوری، روایت پژوهش و نظریه‌پردازی درباره شناسایی راهکارهای آموزش سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی به معلمان در ایران است که در ادامه به تفصیل بیان می‌شود. پس از شناسایی گروه‌های مختلف موجود در بین مفاهیم، در مرحله چهارم اقدام به دسته‌بندی هر یک از گروه‌ها در دو دسته فرعی و اصلی شده است. (جدول ۱)

بر مبنای یافته‌ها، سواد رسانه‌ای فرآیندی چند بعدی است. این ابعاد کاملاً به هم وابسته‌اند و هر شخص می‌تواند تا توانایی‌های خود را با توجه به این حوزه‌ها توسعه دهد. ساختار قدرتمند دانش سواد رسانه‌ای حاوی اطلاعاتی از همه ابعاد است. اگر ساختار دانش ضعیف باشد، احتمال تشخیص نارسایی‌ها و اهداف پنهانی پیام‌های رسانه‌ای کمتر می‌شود و مخاطب در برابر آنها شخصی منفعل خواهد بود. ابعاد یا حوزه‌های آموزش سواد رسانه‌ای را به چهار بعد شناختی، احساسی، زیبایی‌شناختی و اخلاقی تقسیم می‌شود که در کنار ابعاد آن می‌بایست سطوح سواد رسانه‌ای را نیز مشخص کرد.

سطح اول: دسترسی

در سطح دسترسی افرادی که تحت پوشش قرار می‌گیرند مطرح می‌باشد. این موضوع به خط‌مشی و سیاست‌گذاری رگولاتوری و سازمان‌های ذیربط بر می‌گردد. محدود کردن و ممنوع کردن دسترسی به رسانه‌ها اکثراً به عهده دولت-هاست و با مباحثی هم چون پهنای باند، کم یا زیاد شدن حجم ترافیک دیتا و سطح درآمد مرتبط است. مثلاً دولت می‌تواند بگوید از فردا اینترنت هم مانند حامل‌های انرژی (آب و برق و ..) باید به مردم داده شود. در کشور ایران ماهواره و استفاده از دیش ماهواره ممنوع است. اما سیگنال‌ها روی فضای کشور موجود است. ممکن است فردی با دور زدن مقررات یک دیش بگذارد و دسترسی به سیگنال پیدا کند. در سطح دسترسی خانه و مدرسه تعریف جداگانه‌ای ندارد. مخاطب ما صرفاً دانش‌آموز سر کلاس

می‌تواند یک مقاله روزنامه در مورد یک حادثه در دانشگاه نوشته شده را به یک گزارش خبری رادیویی پادکست تبدیل کند و یا آنها یک بخش کوتاهی از فیلم کودکان را مشاهده و سپس در گروه‌های کوچک به منظور نوشتن داستانی مربوط به صحنه فیلم، شناسایی عکس‌ها، زاویه و انتقال آن استفاده شده است اقدام کنند. برای نمونه بیشتر می‌توان دانش آموزان یک داستان تخیلی را گرفته و آن را تبدیل به یک فیلم داستانی کرده و از آن فیلم برداری شود. یا این که می‌توان طیف وسیعی از مواد بصری موجود مربوط به زندگی یک فرد را جمع‌آوری کرده و از آن به عنوان نقطه شروع برای برنامه‌ریزی و ایجاد یک فیلم مستند کوتاه در مورد زندگی فرد استفاده کنند.

تولید

رویکرد تولید مستلزم یادگیری و به کارگیری جنبه مهمی از دانش است که در قرن بیست و یک فراگیر شده است. دانش آموزان باید به کشف آموزش در یک سطح عمیق‌تر و هدفمندتر تشویق شوند. محصولات رسانه‌ای و محتوای اطلاعات برای دانش آموزان از طریق کاوش و تولید متون رسانه‌ای (برای مثال صوتی، تصویری و چاپ) این فرصت را ایجاد می‌کند که خود را غرق یادگیری کنند. دانش آموزان می‌توانند برای کشف خلاقیت خود از طریق بیان صداها، ایده‌ها و دیدگاه‌ها ابراز وجود کنند. مثال‌هایی در این رابطه عبارتند از: دانش آموزان با استفاده از نرم‌افزاری مانند iMovie به یا فیلم‌ساز و (یا هر نوع نرم‌افزار مشابه و منبع دیگری) یک داستان دیجیتال یا انیمیشن یک دقیقه‌ای در مورد محیط زیست یا هر موضوع دیگر مورد علاقه خود تولید کنند

تحلیل محتوای یافته‌های مصاحبه‌ها

در این مرحله، ابتدا کدگذاری اولیه و سپس کدگذاری ثانویه انجام شد. در واقع، نکات کلیدی و مواردی که مصاحبه‌شوندگان بر آنها تکیه بیشتری داشتند، از مصاحبه‌ها استخراج شدند. سپس کدهای ثانویه از کدهای اولیه ایجاد شدند. در مرحله بعد، از کدهای ثانویه مفهوم‌سازی شد و در نهایت، به شکل‌دهی مقولات پرداخته شد. در مرحله آخر کدگذاری باز، طبقات اصلی حاصل از شکل‌دهی مقولات استخراج شد. نتایج تحلیل‌های صورت

حد مهارت‌های کسب شده‌اش، تولید کند. مخاطب در این مرحله پی خواهد برد که در تولید یک محصول رسانه‌ای (کلیپ، تیزر، فیلم کوتاه و ...) چه بخش‌های از فیلم‌نامه یا روایت را باید برجسته، حذف یا اضافه کند. و به عبارتی براساس دیدگاه و ایدئولوژی خودش دست به ساخت محصول خواهد زد. اینجاست که به اهداف پنهان رسانه‌ها هنگام تولید محصولات رسانه‌ای پی می‌برد.

ذکر این نکته لازم است که اگر فردی بتواند به مرحله ای برسد که تولید محتوا انجام دهد، مهارت‌هایی را یاد می‌گیرد که دیگر کمتر تحت تاثیر پیام‌های رسانه ای و اطلاعاتی قرار گیرد. به عنوان مثال برای تهیه یک فیلم کوتاه یا نوشتن یک فیلم‌نامه یاد می‌گیرد بر اساس ایدئولوژی و منافع خود یا سازمان سفارش دهنده بخش‌هایی از متن اصلی را حذف و بخش‌هایی دیگر را برجسته سازی کند. از این طریق یاد خواهد گرفت که در منابع اطلاعاتی و رسانه ای همه چیز بیان نمی‌شود، بلکه آنهایی گفته می‌شود که در راستای منافع عقیدتی، سیاسی و اقتصادی تولیدکنندگان است. به عبارت دیگر گاهی اوقات آنچه گفته نمی‌شود مهم تر است از آنچه گفته می‌شود.

راهکارهای افزایش سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی معلمان

بر اساس یافته‌های تحقیق برای چهار سطح ذکر شده، می‌توان این راهکارها را در ۴ قالب مهارت ارائه داد، الف) مهارت دسترسی، ب) مهارت استفاده و کاربرد، ج) مهارت تجزیه و تحلیل و ارزیابی و د) مهارت تولید.

مهارت دسترسی

این مهارت شامل توانایی‌های معلم به عنوان آموزش دهنده در دسترسی به منابع اطلاعاتی و رسانه ای مانند: پایگاه‌های اطلاعاتی و کتابخانه‌ای مانند شبکه جهانی وب، سرویس دهنده‌های وب، و ... می‌باشد. هر چند همانطور که گفته شد تعیین محدوده دسترسی بیشتر در اختیار تنظیم‌کننده‌ها و رگولاتوری است. هم چنین در این بخش آموزش دهنده باید به فراگیران یاد دهد که به منابعی می‌توانند دسترسی داشته باشد که در محدوده سنی آنها باشد. این منابع می‌تواند شامل: بازی‌های رایانه‌ای، وب

نیست. بلکه نگاه ما یک نسل جوان است که باید یاد بگیرد که چطور درست از رسانه‌ها استفاده کند که در اینجا بخش مهمی از آن وظیفه آموزش و پرورش است. آموزش و پرورش باید دانش آموزان را برای بیرون از فضای مدرسه آماده کند.

محدود کردن و ممنوع کردن دسترسی در فضای مدرسه با توجه به این که دانش آموزان بیشتر اوقات خود را در خارج از مدرسه می‌گذرانند بی‌معنی می‌باشد

سطح دوم: استفاده-کاربرد

در سطح استفاده و کاربرد افراد ناگزیر هستند یاد بگیرد چطور از انواع رسانه‌ها و تکنولوژی‌های جدید استفاده کنند. امروزه در همه دنیا باید خود شخص بتواند از وسایل استفاده کند، مثلاً در فرودگاه باید بتواند بلیط الکترونیکی تهیه کند. در سطح کاربرد شما هر جایی که پسوند یا پیشوند الکترونیک (E) مشاهده کردید باید یاد بگیرید که چطور از آن استفاده کنید. این شامل انواع نسخه‌های دیجیتال و الکترونیکی مانند سواد الکترونیکی، سلامت الکترونیک، کشاورزی الکترونیک، یادگیری الکترونیک و ... می‌شود. به عبارت دیگر در سطح دوم و آموزش آن، با مسئله و مشکل خاصی روبرو نیستیم. سطح کاربرد سطح مهارت‌هاست که افراد بر اساس کار و مسئولیتشان از آن استفاده می‌کنند.

سطح سوم: ارزیابی-تجزیه و تحلیل

سطح ارزیابی و تجزیه و تحلیل یک سطح دانشی است شامل: یاد دادن، شناسایی و تجزیه و تحلیل پیام‌ها را از نظر محتوایی، اینکه با چه پدیده‌هایی سر و کار داریم، شناساندن پدیده‌ها و ارتقای بینش افراد نسبت به پیام‌ها، روی پیام چه کارهایی صورت می‌گیرد. چه تغییراتی روی آن انجام می‌شود. در نهایت پیام چه بوده و چگونه پردازش شده و مخاطب چطور مصرف کند. معیار برای انتخاب بهترین پیام و تشخیص سره از نا سره چیست؟

سطح چهارم تولید

در سطح تولید کاربران پس از آموزش‌های لازم در مراحل دسترسی، کاربرد و تجزیه و تحلیل قادر خواهد بود با فرآیند تولیدات و محصولات رسانه‌ای مختلف آشنا شود. پس از شناخت تکنیک‌های اقناعی، شناختی، فنی، هنری و احساسی رسانه‌ای قادر خواهد شد محصولات رسانه‌ای در

نتیجه‌گیری و پیشنهادات

همان‌گونه که در تحقیقات پیشین مطرح شد اگرچه تحقیقات و مطالعاتی در باره اهمیت و ضرورت سواد رسانه‌ای معلمان و دانش‌آموزان به عمل آمده است ولی در خصوص راهکارهای افزایش سواد رسانه‌ای معلمان که موضوع این تحقیق است تا کنون تحقیقی به عمل نیامده است. در این خصوص و بر اساس این تحقیق، اولین قدم در تعیین سطوح سواد رسانه‌ای بحث دسترسی است. این سطح به محدوده و مرزهای دسترسی و هم چنین تعیین محدوده سنی استفاده از رسانه‌های مختلف می‌پردازد. این اعمال محدودیت و تعیین مرزهای دسترسی معمولاً توسط دولت‌ها و نهادهای سیاست‌گذار انجام می‌شود. بخشی دیگر از این محدودیت‌ها به مباحث اخلاقی و عرف جامعه مربوط است. برای معلمان بحث دسترسی از اهمیت زیادی برخوردار است چراکه در اولین قدم باید، مرزهای دسترسی از رسانه (دولتی، عمومی و خصوصی) تعیین گردد. اگر در تعیین محدودیت به منافع، قوانین و افکار عمومی توجه نشود مردم از طرق مختلف از جمله استفاده از وی پی ان و فیلترشکن مرزها و قانون را دور می‌زنند. در سطوح بعدی سواد رسانه‌ای یعنی استفاده-کاربرد و ارزیابی-تجزیه و تحلیل، نقش قوانین و مقررات بیشتر به چشم می‌آید. در این سطح تعیین باید تعیین شود که چه نهادهایی وظیفه نظارت و اجرای قوانین جهت آموزش، استفاده صحیح و درست رسانه‌ها از نظر فنی و محتوایی برعهده دارند. نهادهای آکادمیک، نهادهای صنفی و مدنی و نهاد رسانه از مهم‌ترین نهادهای نظارتی و اجرایی هستند. آموزش و پرورش در سال تحصیلی ۹۶-۹۵ با تالیف و چاپ کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای به این عرصه ورود پیدا کرده است. در این راستا قانون‌گذاری و سیاست‌گذاری آموزش سواد رسانه‌ای قبل از چاپ کتاب ضروری خواهد بود. چاپ کتاب بخشی از ملزومات آموزش سواد رسانه‌ای است. توجه به محدوده دسترسی و سنی، زیرساخت‌ها، محتوا، روش‌های تدریس و ... نیز از ملزومات مهم دیگر است. تعیین زیرساخت‌های فنی، تولید محتوا، الگوی کسب و کار مناسب جهت آموزش به جامعه هدف (مدیران، مربیان، خانواده‌ها و دانش‌آموزان) با طراحی چارچوب سیاست‌گذاری مشکلات و چالش‌ها را کاهش می‌دهد. پذیرش چهار سطح دسترسی، کاربرد و معرفت‌شناسی

سایت‌ها، فیلم‌ها و ... شود. هم چنین نکته مهم در این مرحله بحث رعایت نکات اخلاقی در دسترسی به منابع اطلاعاتی و رسانه‌ای است که بایستی آموزش داده شود.

مهارت استفاده و کاربرد

در این مهارت آموزش دهنده باید ابتدا به تقویت مهارت‌های لازم برای استفاده از منابع اطلاعاتی و رسانه‌ای بپردازد. این بخش بیشتر شامل مهارت فنی استفاده از رسانه‌ها است. به عنوان مثال: چگونگی نصب یک نرم افزار بر روی کامپیوتر یا گوشی موبایل. هم چنین در زمینه استفاده از شبکه‌ها و رسانه‌های اجتماعی یادگیری مهارت‌هایی برای حفظ حریم شخصی به عنوان نمونه این که چطور بتوانیم یک صفحه شخصی یا عمومی در اینستاگرام ایجاد کنیم که هر فردی نتواند اطلاعات و مطالب را دریافت کند.

مهارت تجزیه و تحلیل و ارزیابی

شاید بتوان اشاره کرد این مهارت، بنیادی ترین و مشکل‌ترین مرحله برای هر فردی در آموزش سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی باشد. زیرا این مهارت می‌بایست از زمان کودکی نهادینه شود. این مهارت شامل تفکر انتقادی، تفکر خلاق، مهارت پرسشگری، مهارت نه گفتن، توانایی تشخیص سره از ناسره، مهارت مقایسه منابع اطلاعاتی و رسانه‌ای و ... است. معلم (آموزش دهنده) می‌بایست ابتدا خودش را به این مهارت‌ها مجهز کند. و در راستای تقویت آنها آموزش ببیند تا بتواند این مهارت‌ها را به دانش‌آموزان (آموزش گیرندگان) یاد بدهد.

مهارت تولید

مرحله غایی و نهایی در آموزش و افزایش سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی، توانایی تولید محتواست. اگر فردی بتواند سه گام قبلی گفته شده را خوب یاد بگیرد می‌تواند بر اساس مهارت دسترسی، استفاده و تجزیه و تحلیل، به تولید محتوا (متن، تصویر، فیلم، و...) بپردازد. مهارت تولید علاوه بر مهارت فنی نیازمند فراگیری یکسری مهارت‌های هنری نیز می‌باشد. به عنوان نمونه برای تولید یک فیلم نامه یا فیلم کوتاه بایستی ذوق هنری و خلاقیت داشت.

سواد رسانه ای است. در میان کارکنان آموزش و پرورش معلمان و مربیان نقش به سزایی برای تحقق این هدف دارند. بر مبنای توصیه سازمان جهانی یونسکو و یافته های تحقیق، بهبود روش های آموزشی و کارگاهی آموزش سواد رسانه ای و اطلاعاتی به عنوان یادگیری مستمر و مادام العمر مهمترین اقدام است.

(تجزیه و تحلیل) و تولید مسئله ساده ای نیست. آموزش و پرورش باید تکلیف وظایف خود را با این چهار سطح مشخص کند. آموزش و پرورش با طیف وسیعی از مخاطبان مواجه است. بر اساس نتایج حاصل از تحقیق اولین قدمی که در زمینه تجهیز و آموزش سواد رسانه ای افراد می توان برداشت تقویت کارکنان آموزش و پرورش در زمینه آموزش



شکل ۱ - انواع سواد رسانه ای و اطلاعاتی (MIL)

جدول ۱ - استخراج کدگذاری باز، لیست بندی و گروه بندی شناسایی راهکارهای تجهیز و تقویت معلمان به سواد رسانه ای

ردیف	مفاهیم	گروه
۱	- انجام کارهای پژوهشی برای تبیین سواد رسانه ای	تحقیق و پژوهش حوزه سواد رسانه ای و اطلاعاتی
۲	- اطلاع رسانی از طریق رسانه ها	آشنایی با سواد رسانه ای و اطلاعاتی
۳	- استفاده از ظرفیت های آموزش و پرورش	سیاس گزاران و مسئولان
۴	- فعالسازی دستگاه های و بخش های غیر دولتی	سازمان و نهادهای فرهنگی
۵	- صاحب نظران که در این حوزه کار کرده اند به شکل های مختلف مقاله، مطالعات تطبیقی و مورد خطاب قرار دادن مسئولان و مخاطبان	تحقیق و پژوهش حوزه سواد رسانه ای و اطلاعاتی
۶	- سیاست گذاری از پایین به بالا	سیاست گزاران و مسئولان
۷	- انجمن اولیا و مربیان	آموزش و پرورش
۸	- تکیه به ظرفیت های بیرونی آموزش و پرورش	سازمان های فرهنگی
۹	- چون موضوع جدید است نباید آزمایش خطا کنیم	سیاست گزاران و مسئولان مربوطه
۱۰	- استفاده از تجارب اساتید ایرانی و اساتید کشورهای دیگر که با ما سنخیت و تشابه دارند.	تحقیق و پژوهش حوزه سواد رسانه ای و اطلاعاتی
۱۱	- الگویی که مناسب است از تجارب کشورهای مختلف مثلا کانادا یا فنلاند استخراج کنیم.	تحقیق و پژوهش حوزه سواد رسانه ای و اطلاعاتی
۱۲	- برای آموزش سواد رسانه ای و اطلاعاتی از ابزارهای هنری مانند کلیپ های چندرسانه ای استفاده شود.	ابزارهای کمک آموزشی

جدول ۲ - دسته‌بندی گروه‌ها در دو دسته فرعی و اصلی

ردیف	گروه	دسته فرعی (زیر دسته)
۱	تجهیز زیرساخت‌های فنی	آموزش و پرورش / دانشگاه ها
۲	تعیین پهنای باند	نهادهای مدنی و قانون گذار
۳	حمایت از شبکه های اجتماعی داخلی	نهادهای صنفی و مدنی
۴	ابزارهای کمک آموزشی متناسب با حوزه رسانه	آموزش و پرورش
۵	تربیت متخصصان سواد رسانه ای و اطلاعاتی	آموزش و پرورش - آموزش عالی
۶	ابزارهای کمک آموزشی متناسب با حوزه رسانه	آموزش و پرورش / دانشگاه ها
۷	ظرفیت آموزش از طریق دروس دیگر	دانشگاه ها
۸	تربیت متخصصان سواد رسانه ای و اطلاعاتی	مساجد
۹	انجمن اولیا مربیان	آموزش و پرورش
۱۰	حفظ فرهنگ خودی در برابر تهاجم فرهنگی	حوزه های علمیه
۱۱	تکنیک های آموزش سواد رسانه ای و اطلاعاتی (تولید محتوا، ترجمه، تحلیل گفتمان و..)	آموزش و پرورش - آموزش عالی
۱۲	تناسب محتوای آموزش سواد رسانه ای با شرایط بومی منطقه ای	آموزش و پرورش
۱۴	آموزش انواع تفکر (خلاق، انتقادی و ..)	آموزش و پرورش
۱۵	اماکن و مراجع فرهنگی (مساجد و..)	سازمان های مردم نهاد و غیر دولتی
۱۶	آشناسازی با سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی، سواد بصری، سواد خبری و ...	رادیو - تلویزیون شبکه‌های اجتماعی
۱۷	ابزارهای کمک آموزشی متناسب با حوزه رسانه	آموزش و پرورش / دانشگاه‌ها

جدول ۳ - مدل تبیینی شناسایی راهکارهای افزایش سواد رسانه‌ای

تعیین پهنای باند اینترنت شورای عالی فضای مجازی، آموزش و پرورش، و نهاد های دیگر سیاست‌گذاران و مسئولان سطح بندی و طبقه بندی آموزش سواد رسانه ای تربیت نیروهای متخصص تجهیز زیرساخت‌های فنی تکنیک های آموزش سواد رسانه ای و اطلاعاتی تناسب محتوای آموزش سواد رسانه ای با شرایط بومی منطقه ای آموزش سواد رسانه ای از پیش دبستانی تا دبیرستان حفظ فرهنگ خودی در برابر تهاجم فرهنگی تشکل های غیر رسمی اماکن و مراجع فرهنگی (مساجد و.. آموزش و پرورش دانشگاه‌ها صدا و سیما	قانون گذاران نهادهای صنفی و مدنی نهاد آکادمیک نهاد رسانه نهاد آکادمیک نهاد رسانه نهاد آکادمیک نهاد رسانه	دسترسی استفاده-کاربرد ابعاد آموزش سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی برای افزایش سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی تولید
---	---	---

فهرست منابع

- اطلاعاتی اعضای هیئت علمی و دانشجویان دانشگاه‌های کشور. پژوهش‌های ارتباطی، ۲۴(۹۲)، ۹۹-۱۲۴. doi:۲۰۱۷,۵۸۱۹۴,۱۲۷۰/cr.۱۰,۲۲۰۸۲
- مبانی نظری تحول بنیادین در نظام تعلیم و تربیت رسمی عمومی جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۹۰
- Coiro J, Knobel M, Lankshear C, Leu DJ. Handbook of Research on New Literacies, (1st ed.), New York: Routledge; 2008.
- Common Sense Media; VJR Consulting. The Common Sense census: media use by tweens and teens. Available at: https://www.commonsensemedia.org/sites/default/files/uploads/research/census_researchreport.pdf. Accessed May 23, 2016.
- Finnish Society on Media Education: www.mediaeducation.fi
- Grizzle A, Moore P, Dezuanni M, Asthana S, Wilson C, Banda F, Onumah C. (2013). Media and Information Literacy: Policy and Strategy Guidelines.
- Frau-Meigs, D. (2006). Media education. A Kit for Teachers, Students, Parents and Professionals. UNESCO
- Frau-Meigs, D. (2013) Transliteracy. Sense-making Mechanisms for Establishing E-Presence.
- Gilster, P., & Glister, P. (1997). Digital literacy. Wiley Computer Pub.
- Hashemi, S. Analysis of Internet Literacy among Students Compared to Their Trainers and Parents in Tehran
- Hazen, R. M. (2002). Why should you be scientifically literate. ActionBioscience.org.
- Kafai, Y. B., & Peppler, K. A. (2011). Youth, technology, and DIY developing participatory competencies in creative media production. Review of Research in Education, 35(1), 89-119.
- Kirkland DE, Hull GA. Literacy out of school: a review of research on
- استراس، آ؛ جولیت، ک. (۱۳۸۵). اصول روش تحقیق کیفی (محمدی، ب. مترجم) تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- باکینگهام، د. (۱۳۸۹). آموزش رسانه‌ای: یادگیری، سواد رسانه‌ای و فرهنگ معاصر. (سرافزار، ح. مترجم) تهران: دانشگاه امام صادق (ع).
- پیاژه، ژان، ۱۳۶۷، روان شناسی و دانش آموزش و پرورش، ترجمه علیمحمد کاروان، تهران، انتشارات دانشگاه تهران،
- راسمن، گ؛ مارشال، ک. (۱۳۹۰). روش تحقیق کیفی. (اعرابی، س؛ پارساییان، ع. مترجمان) تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی
- روشه، گ. (۱۳۷۹). کنش اجتماعی. (زنجانی زاده، ه. مترجم). مشهد: دانشگاه فردوسی مشهد
- سلیمان، س؛ خسروی، ف؛ حداد، ز. (۱۳۹۲). ارزیابی سواد رسانه‌ای دانشجویان و دانش‌آموزان شهر تهران. مجله جهانی رسانه (۱۶).
- شایان مهر، ع. (۱۳۷۷). دایره المعارف تطبیقی علوم اجتماعی تهران. تهران: کیهان.
- شریفی، سید مهدی، کرمی نامیوندی، سجاد، (۱۳۹۷). بررسی ابعاد آموزش سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی در نظام تعلیم و تربیت رسمی و عمومی کشور. دو فصلنامه دین و ارتباطات، پاییز و زمستان ۹۷
- شمس معطر، ع. (۱۳۸۸). پژوهش کیفی و روایی آن. هفته‌نامه سپید. (۱۵۷).
- صدوقی، مجید، «معیارهای ویژه ارزیابی پژوهش کیفی»، فصلنامه روانشناسی علوم انسانی، سال ۱۴ کاشی نهنجی، وحیده، ۱۳۶۴ - گردآورنده، مترجم. سواد اطلاعاتی در مدارس/ ترجمه و تالیف وحیده کاشی نهنجی، تهران: نشر کتابدار، ۱۳۹۰
- کرمی نامیوندی، سجاد (۱۳۹۵). طراحی الگوی سیاست‌گذاری آموزش سواد رسانه‌ای در نظام تعلیم و تربیت رسمی و عمومی کشور. [پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت رسانه]. تهران: دانشگاه تهران، دانشکده مدیریت.
- کرمی نامیوندی، سجاد، شریفی، سیدمهدی، جنوی، المیرا. (۱۳۹۶). شناسایی راهکارهای افزایش سواد رسانه‌ای و

- PÉREZ TORNERO, J. (2013). ABC... Media Literacy White Paper. European Media Literacy: Selected Texts from Studies. Barcelona
- Tanner MJ. Digital vs. print: reading comprehension and the future of the book. SLIS student research journal. 2014; 4(2), 1-12.
- Tse, C. K., Bridges, S. M., Srinivasan, D. P., & Cheng, B. S. (2015). Social Media in Adolescent Health Literacy Education: A Pilot Study. JMIR research protocols, 4(1).
- Wilson, C., Grizzle, A., Tuazon, R., Akyempong, K., & Cheung, C. K. (2013). Media and information literacy curriculum for teachers. UNESCO.
- programs and practices. In: Kamil ML, Pearson PD, Moje EB, Afflerbach PP, eds. Handbook of Reading Research. Vol 4. New York, NY: Routledge; 2011, (pp. 711–725).
- Kotilainen, S., & Kupiainen, R. (2014). Media and Information Literacy Policies in Finland (2013)
- Kupiainen, R. (2013). Media and Digital Literacies in Secondary School. New York: Peter Lang Pub Inc
- Kupiainen, R. (2010) Finnish media literacy policies and research tendencies within a European Union, International Journal of Media and Cultural Politics (6)3, pp. 335–341
- Livingstone, Sonia. "Taking risky opportunities in youthful content creation: teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression." New media & society 10.3 (2008): 393-411.
- Livingstone, S. (2009). On the mediation of everything: ICA presidential address 2008. Journal of Communication, 59 (1), 1–18
- Lee, A. Y. L., & So, C. Y. K. (2014). Media literacy and information literacy: Similarities and differences. Comunicar, 21(42).
- Masterman, L. (1986). Teaching the media. London; New York: Routledge.
- McDougall, J., & Livingstone, S. (2014). Media and information literacy policies in the UK.
- Niemi, E.K. (Ed.) (2012), Aihekokonaisuuksientavoitteidentoteutusmisenseuranta-arviointi 2010 [Assessment of the Fulfillment of the Goals of Cross-Curricular Themes 2010]. Education monitoring report 2012: 1. Helsinki, Finland: Helsinki, Finnish National Board of Education.
- Ojedokun, A. A. (2007). Information literacy for tertiary education students in Africa. Third World Information Services Limited.