



سال هفتم / پاییز ۱۳۹۷

بررسی برنامه درسی دوره ابتدایی و متوسطه اول و دوم بر مبنای توجه به مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای

• سیروس محمودی^۱

چکیده

هدف این پژوهش بررسی برنامه درسی دوره ابتدایی و متوسطه اول و دوم از نظر توجه به مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای می‌باشد. روش پژوهش توصیفی و از نوع تحلیل محتوا است. جامعه پژوهشی شامل اهداف مصوب و کتاب‌های درسی دوره ابتدایی و متوسطه اول و دوم می‌باشد. یافته‌های این پژوهش نشان داد که در اهداف مصوب دوره ابتدایی به مؤلفه «دسترسی» توجه شده اما به مؤلفه‌های «استفاده»، «فهم انتقادی» و «تولید پیام» توجهی نشده است. در اهداف مصوب دوره متوسطه اول و دوم نیز به مؤلفه‌های «دسترسی»، «استفاده» و «فهم انتقادی» توجه شده اما به مؤلفه «تولید پیام» توجه نشده است. در کتاب‌های درسی پایه اول تا پنجم ابتدایی، اشاره‌ای به آموزش سواد رسانه‌ای نشده است. در پایه ششم ابتدایی به مؤلفه «دسترسی» توجه شده و به سایر مؤلفه‌ها توجهی نشده است. در پایه هفتم به مؤلفه‌های «دسترسی» و «فهم انتقادی» توجه شده و به مؤلفه‌های «استفاده» و «تولید پیام»، توجهی نشده است. در پایه هشتم به همه مؤلفه‌ها توجه شده است. در پایه نهم به مؤلفه‌های «دسترسی» و «استفاده» توجه شده و به سایر مؤلفه‌ها بی توجهی شده است. در دوره متوسطه دوم در پایه دهم با انتشار کتاب «تفکر و سواد رسانه‌ای» به همه ابعاد سواد رسانه‌ای توجه شده است. با توجه به گسترش بی حد و حصر شبکه‌های ماهواره‌ای و شبکه‌های اجتماعی مجازی، توصیه می‌شود در برنامه درسی دوره ابتدایی و متوسطه اول به آموزش مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای به ویژه به مؤلفه‌های «فهم انتقادی» و «تولید پیام» توجه بیشتری مبذول شود.

واژگان کلیدی: سواد رسانه‌ای، برنامه درسی، تحلیل محتوا، دوره متوسطه

مقدمه و طرح مسأله

هم زمان با ورود به قرن ۲۱، سیستم‌های اطلاعاتی و ارتباطی به طور فزاینده‌ای دچار پیچیدگی و همه جانبه گرایی شده اند. این پیچیدگی‌ها باعث شده است که پیام‌های تولید شده توسط رسانه‌ها، مخاطبان خود را در گوشه و کنار جهان دچار سردرگمی و تردید در انتخاب پیام‌ها کنند. در این میان، کودکان و نوجوانان که قدرت پردازش و تجزیه و تحلیل درست اطلاعات و اخبار دریافتی در آنان کمتر از بزرگسالان است، بیشتر در معرض خطر هستند، چرا که رسانه‌ها می‌توانند آثار زیانباری بر کودکان و نوجوانان به جای گذارند (ساروخانی، ۱۳۸۱: ۴۳). رسانه‌ها از طریق اطلاعات، سرگرمی‌ها و آگهی‌های مختلف، نقش بسیار مهمی در شکل دهی و نفوذ به فرهنگ، ارزش‌ها و اعتقادات افراد جامعه دارند. به عبارت دیگر در عصر جدید با ظهور ماهواره‌ها، اینترنت، شبکه‌های اجتماعی مجازی و سایر وسایل ارتباطی نوین، شهروندان و بویژه دانش‌آموزان بیش از پیش در معرض بمباران پیام‌های رسانه‌ای قرار دارند (بیگدلی و نصیری، ۱۳۹۲: ۱۰۰). بنابراین امروزه، نگرانی‌های بسیاری در زمینه اثرات منفی رسانه‌ها بر دانش‌آموزان وجود دارد. از دیدگاه دانشمندان علوم ارتباطات، ارتقاء سواد رسانه‌ای و آموزش رسانه‌ای، روشی کارآمد برای پیشگیری از تأثیرات منفی رسانه‌ها می‌باشد. از این رو بهترین راه ممکن برای پیشگیری از اثرات منفی رسانه‌ها، حفظ استقلال، گزینش فعالانه رسانه و اجتناب از رفتارهای منفعلانه، بالا بردن مهارت‌های تفکر انتقادی و افزایش توانایی گزینش، انتخاب و چالش با این موج فراگیر است که تنها با ارتقاء سواد رسانه‌ای میسر است. سواد رسانه‌ای از یک سو، مهارت‌های لازم برای برقراری ارتباطی متفکرانه و آگاهانه با رسانه‌ها را می‌آموزد و از سوی دیگر نگاهی دقیق، نقاد و تحلیلی نسبت به پیام‌های رسانه‌ای نوشتاری، دیداری و شنیداری فراهم می‌آورد. (طاهریان، ۱۳۸۷: ۱۷۳). در زمینه آموزش رسانه‌ای، سه سطح را باید در نظر گرفت: سطح دولت، نهادهای مدنی و کنش‌گری فردی. در سطح دولتی، ورود سواد رسانه‌ای به آموزش و پرورش رسمی مورد نظر است. سیاست‌گذاران آموزشی باید چارچوبی تدوین کنند که در آن ناملازمات محیطی شناخته شود (طلوعی، ۱۳۹۱: ۶۶). در واقع، بالا بردن سواد رسانه‌ای باید توسط نهادهای آموزشی، مدنی و رسانه‌ها انجام شود تا معرفت رسانه‌ای مردم افزایش یابد (خوشنویس، ۱۳۸۹: ۱۶). مدارس از مراکز مهم آموزش سواد رسانه‌ای به شمار می‌روند و سواد رسانه‌ای باید در برنامه درسی مدارس جایگاه شایسته‌ای داشته باشد (سیلوربلات، ۲۰۰۹: ۶۳). یادگیری سواد رسانه‌ای، مستلزم درگیری فعالانه دانش‌آموزان در جریان این نوع آموزش است. بدین ترتیب تقویت تفکر و پرورش اندیشه‌های دانش‌آموزان به شیوه تفکر انعکاسی از

جمله روش‌هایی است که به تعمق و ژرف‌اندیشی یادگیرندگان دانش آموز در خصوص رسانه‌ها می‌انجامد (سلطانی فر، ۱۳۸۷: ۵۳).

در سال‌های اخیر نهاد آموزش و پرورش توجه ویژه‌ای به ارتقاء سواد رسانه‌ای دانش آموزان داشته است. سند تحول بنیادین آموزش و پرورش با مهم خواندن نقش تربیتی رسانه‌ها، بر جایگاه و نقش نهاد رسانه، فناوری‌های ارتباطی و بهره‌گیری هوشمندانه از آن و مواجهه فعال و آگاهانه برای پیشگیری و کنترل آثار و پیامدهای نامطلوب رسانه تأکید نموده است (وزارت آموزش و پرورش، ۱۳۹۰). بر این اساس در این پژوهش، اهداف مصوب و کتاب‌های درسی دوره ابتدایی و متوسطه اول و دوم به لحاظ توجه به مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

مبانی نظری و مفهومی

تعریف سواد رسانه‌ای

بنا به تعریف کنفرانس رهبری ملی از سواد رسانه‌ای، توانایی و قدرت دسترسی، تحلیل، ارزیابی و انتقال اطلاعات و پیام‌های رسانه‌ای که می‌توان در چارچوب‌های مختلف چاپی و غیر چاپی عرضه کرد، سواد رسانه‌ای نام دارد (کانسیداین، ۱۳۷۹). الیزابت تامن موسس و رئیس مرکز آموزش‌های رسانه‌ای ای لوس آنجلس آمریکا در تعریف سواد رسانه‌ای بیان می‌کند: سواد رسانه‌ای عبارت است از توانایی تعبیر و ایجاد مفاهیم شخصی از صداها و شاید هزاران نماد آوایی و دیداری‌ای که همه روزه از طریق تلویزیون، رادیو، رایانه، روزنامه و مجله و البته پیام‌های بازرگانی دریافت می‌کنیم (تامن، ۱۳۸۰: ۱۱).

از نظر هورتون، سواد رسانه‌ای دسترسی، تجزیه و تحلیل و تولید ارتباط در شکل‌های گوناگون رسانه و مصرف انتقادی محتوا است (چن، ۲۰۰۷: ۳). بنیانگذاران مرکز سواد رسانه‌ای، الیزابت تامن و تساجولز، معتقدند که سواد رسانه‌ای یک عامل مهم در آموزش مهارت‌های تفکر انتقادی و ارتقای تردید و بدبینی در مورد پیام‌های رسانه‌ای است (تامن و جولز، ۲۰۰۸). با این مهارت‌ها مخاطب به تجزیه و تحلیل و پرسش درباره چارچوب ساخت پیام و جنبه‌های جا افتاده پیام می‌پردازد (سپاسگر، ۱۳۹۰: ۱۲۰).

اهداف آموزش سواد رسانه‌ای

دسترسی مداوم به رسانه‌ها به طور ۲۴ ساعته و این مسأله که در رسانه‌های جدید مخاطبان می‌توانند هم تولید کننده و هم مصرف کننده اطلاعات باشند، باعث شده تا فراگیری آنها بسیار گسترده و سریع باشد. حال در این بمباران اطلاعاتی دغدغه آسیب رسانی رسانه‌ها و آسیب

پذیری مخاطبان جوان که بیشترین مصرف کنندگان رسانه‌ها هستند همواره مورد توجه اندیشمندان بوده است. یکی از اهداف اصلی سواد رسانه ای آگاه کردن و سعی در کم کردن تأثیرات منفی رسانه‌ها بر روی اقشار گوناگون جامعه از جمله جوانان است. در واقع سواد رسانه‌ای مهارتی لازم و ضروری به نظر می‌رسد که به انسان کمک می‌کند تا بطور مستقلانه فکر کند و تصویری کافی و همه جانبه از رسانه‌ها داشته باشد و به مخاطبان این امکان را بدهد که با آگاهی کامل، پیام‌های رسانه‌ای را پردازش کنند به دانش موجود در هر رسانه‌ای دست پیدا کنند (شجاعی و امیرپور، ۱۳۹۱: ۴۴).

یونسکو هدف آموزش سواد رسانه‌ای را دسترسی به رسانه‌ها به عنوان ابزارهای درک جامعه برای مشارکت مردم سالار، ارتقاء مهارت‌های تحلیل انتقادی پیام‌های رسانه ای، ترغیب افراد برای ایجاد متون رسانه ای، خلاقیت و تعامل در حوزه‌های مختلف ارتباطات رسانه‌ای و گسترش ارزیابی انتقادی پیام‌ها به منظور تقویت فعالانه توانایی‌های افراد و کاربران می‌داند. از دید یونسکو، سواد رسانه‌ای بر درک کارکرد رسانه‌ها، ارزیابی و تحلیل کارکردها و چگونگی تعامل عقلانی با رسانه‌ها در جهت خود مدیریتی تأکید دارد (یونسکو، ۲۰۱۱: ۱۸). سواد رسانه‌ای در سه سطح عمل می‌کند: سطح اول: اهمیت برنامه ریزی شخصی در نحوه استفاده از رسانه‌ها (رژیم مصرف)، سطح دوم: در این سطح مخاطب به جنبه‌های نامحسوس تر رسانه‌ای توجه می‌کند و به پرسش‌ها و موضوعات عمیقی می‌پردازد (ویژگی‌های پیام) و سطح سوم: این سطح مهارت لازم برای مصرف انتقادی رسانه‌ها است (نقد پیام).

از لحاظ نظری، افراد با سواد رسانه ای، در برابر اطلاعات رسانه ای، آسیب پذیری کمتری دارند؛ زیرا پیام‌هایی را که به منظور تأثیرگذاری بر آنها طراحی و ارسال می‌شود را مورد شناسایی قرار می‌دهند. به علاوه معلمانی که مهارت‌های سواد رسانه‌ای را کسب می‌کنند، می‌توانند فاصله میان برنامه‌های آموزشی و برنامه‌های اجتماعی را از میان بردارند و نهایتاً به مصرف کنندگان و مخاطبان منتقد و تیزبین تری تبدیل شوند. (آنجل، ۱۹۹۴: ۶). سواد رسانه‌ای کمک می‌کند تا قضاوت‌های صحیح تر و درک عمیق تری از محیط پیرامون داشته باشیم، به طوری که افراد بی بهره از سواد رسانه‌ای را می‌توان طعمه‌های اصلی در فضای رسانه‌ای به شمار آورد. یکی دیگر از اهداف سواد رسانه ای، نشان دادن اضافه بار اطلاعاتی است. سواد رسانه‌ای کمک می‌کند تا افراد از انبوه پیام‌ها و اطلاعات اطراف خود بر اساس نیازهایشان استفاده نمایند و دچار سردرگمی نشوند (شکرخواه، ۱۳۸۶: ۳۶). سواد رسانه‌ای نهضتی علیه رسانه‌ها نیست بلکه عادات رسانه‌ای افراد را تغییر می‌دهد و با هوشیار کردن مخاطبان به آن‌ها می‌آموزد چطور از رسانه‌ها استفاده کنند. شهروندانی که سواد رسانه‌ای دارند از طریق رسانه میزان آگاهی و توان دریافت اطلاعات خود را بالا می‌برند و با همین توان به سمت تقویت روحیه انتقادی بیشتر

حرکت می‌کنند و رابطه یک سویه و انفعالی را به جریانی دوسویه و فعال تبدیل می‌کنند(راسخ محمدی، ۱۳۸۶: ۷).

یکی دیگر از اهداف آموزش سواد رسانه‌ای، مقابله با تهاجم فرهنگی است. سواد رسانه‌ای می‌تواند پادزهری در مقابل هژمونی رسانه‌ای باشد و شهروندان را در مواجهه با محتوای پیام‌های رسانه‌ای واکسینه نماید. همچنین آموزش سواد رسانه‌ای به عنوان مهارتی جهت مقابله با جنگ رسانه‌ای است که منجر به افزایش ظرفیت تحلیل شهروندان در مواجهه با رسانه‌ها می‌گردد و باعث می‌شود تا آنان به جای آنکه تسلیم محتوای پیام‌های رسانه‌ای شوند و منفعلانه هر آنچه دریافت می‌کنند بپذیرند، تلاش نمایند تا به عنوان یک مخاطب فعال معنای نهفته در پیام‌ها را درک و به رمزگشایی و ارزیابی پیام‌ها بپردازند و برخوردی فعالانه با پیام‌های رسانه‌ای داشته باشند. اگر شهروندان یک جامعه از سواد رسانه‌ای کافی برخوردار نباشند، قطعاً نخواهند توانست در فضای سنگین رسانه‌ای جهان امروز، مسائل و وقایع را به درستی تعبیر و تفسیر نمایند(نصیری و بخشی، ۱۳۹۱: ۱۵۰). سواد رسانه‌ای کمک می‌کند تا مخاطب از یک سو، از سفره رسانه‌ها به گونه‌ای هوشمندانه و مفید بهره‌مند شود و از سوی دیگر خود به مولدین خلاق پیام تبدیل شوند(خوشنویس، ۱۳۸۹: ۱۶).

برخی از اهداف مورد توافق برای آموزش سواد رسانه‌ای در سطح جهان عبارت است از:

- تجزیه و تحلیل نقادانه در بهره‌مندی و تولید پیام‌های رسانه‌ای؛
- شناخت فرستنده (منبع) و زمینه‌های شکل‌گیری پیام رسانه‌ها به همراه شناخت علایق و جهت‌گیری‌های سیاسی، اجتماعی، تجاری و فرهنگی فرستنده؛
- تفسیر پیام‌ها و ارزش‌هایی که از جانب رسانه‌ها ارائه می‌شود؛
- شناخت و انتخاب رسانه‌های مناسب برای برقراری ارتباط و دستیابی به مخاطبان مورد نظر؛

- دسترسی به رسانه‌ها برای بهره‌مندی و تولید پیام.

به بیان دیگر «سواد رسانه‌ای چارچوبی به منظور دسترسی، تحلیل، ارزیابی و تولید پیام به شکل‌های مختلف از چاپ تا اینترنت را فراهم می‌کند»(سازمان پژوهش و برنامه‌ریزی آموزشی، ۱۳۹۶)

مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای

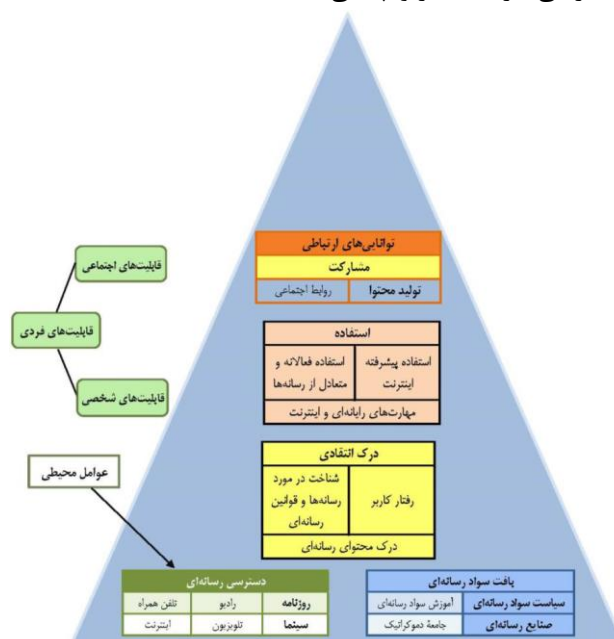
در نظر بیشتر اندیشمندان حوزه رسانه، سواد رسانه‌ای شامل چهار مؤلفه دسترسی، استفاده، فهم انتقادی (که شامل رمزگشایی، تحلیل و ارزیابی است) و تولید پیام‌های رسانه‌ای است. در این بخش، این مؤلفه‌ها به اختصار شرح داده می‌شود.

الف: مؤلفه دسترسی: این مؤلفه به فرصت‌های استفاده از رسانه‌ها اطلاق می‌شود. باید به شیوه‌ای منطقی بین دسترسی‌های فیزیکی به رسانه‌ها و محتوای آنها و نیز توانایی نظری و عملی استفاده از رسانه تمییز قائل شد.

ب: مؤلفه استفاده: این مؤلفه واسطه‌ای برای برقراری ارتباط بین افراد و رسانه‌ها است. این مؤلفه به بعد فنی سواد رسانه‌ای اشاره دارد. با استفاده از این مهارت‌ها، مخاطب می‌تواند به طور مؤثر از وسایل ارتباطی و رسانه‌ای استفاده نماید. در مجموع این مؤلفه به توانایی مخاطبان در استفاده از رسانه‌ها توجه دارد.

ج: مؤلفه فهم انتقادی: این مؤلفه اشاره به فهم و ارزیابی انتقادی از رسانه‌ها و محتوای رسانه‌ای دارد و شامل رمزگشایی، تحلیل و ارزیابی است. در این مرحله، فرد می‌آموزد که چگونه معنای پنهان متون رسانه‌ای را آشکار نماید.

د: مؤلفه تولید پیام‌های رسانه‌ای: مهارت تولید پیام‌های رسانه‌ای به فرد کمک می‌کند تا پیام‌هایی با رمزگان مختلف تولید و منتشر کند. این مؤلفه به این دلیل مهم است که افراد از این طریق درمی‌یابند که تولید کنندگان پیام‌های رسانه‌ای چه رویه و روشی را برای تولید متون رسانه‌ای به کار می‌گیرند (باهنر و چاپکی، ۱۳۹۳: ۱۴).



شکل شماره ۱: مدل سواد رسانه‌ای کمیسیون اروپا (سلوت ۲۰۱۰، به نقل از تسلیمی و

آقا محمدی، ۱۳۹۴: ۸)

پیشینه پژوهش

تاریخچه پیدایش سواد رسانه‌ای به سال ۱۹۶۵ باز می‌گردد. مارشال مک لوهان، اولین بار در کتاب خود تحت عنوان «درک رسانه: گسترش ابعاد وجودی انسان»، این واژه را به کار برد و نوشت: «زمانی که دهکده جهانی تحقق یابد، لازم است، انسان‌ها به سواد جدیدی به نام سواد رسانه‌ای دست یابند» (صدیق بنای، ۱۳۸۵). از دهه ۱۹۷۰، موضوع سواد رسانه‌ای در برخی از کشورهای امریکای لاتین و اروپایی مورد توجه قرار گرفت. در اروپا آموزش سواد رسانه‌ای از سال ۱۹۷۰ و در کشور فنلاند و دانمارک به اجرا درآمد. آموزش سواد رسانه‌ای در کانادا از سال ۱۹۸۷ با تشکیل «انجمن سواد رسانه‌ای» آغاز شد. در سال ۱۹۸۲، سازمان یونسکو بیانیه‌ای در ارتباط با آموزش سواد رسانه‌ای صادر کرد، این بیانیه به امضای ۱۹ کشور رسید که در حال حاضر با عنوان بیانیه «گرانوالد» رسمیت پیدا کرده است. پس از آن یونسکو اجلاس‌های بین‌المللی متعددی را در زمینه آموزش سواد رسانه‌ای برگزار کرده است. هم‌اکنون در نظام آموزشی بسیاری از کشورهای دنیا همچون کانادا، ژاپن، آلمان، آمریکا، انگلیس، اسپانیا و آفریقای جنوبی، «سواد رسانه‌ای» یک واحد درسی در مقاطع تحصیلی به شمار می‌رود. (سازمان پژوهش و برنامه ریزی آموزشی، ۱۳۹۶).

سلطانی فر (۱۳۸۷) در پژوهشی با عنوان «تحلیل وضعیت سواد رسانه‌ای دانش‌آموزان سال سوم دبیرستان‌های شهر تهران»، نشان داد که میزان استفاده دانش‌آموزان از اینترنت بیشتر از والدین و معلمان آنها می‌باشد. همچنین یافته‌های این پژوهش حاکی از آن است که والدین و مربیان نمی‌توانند در مورد استفاده از اینترنت، آموزش‌های لازم را به دانش‌آموزان ارائه دهند. باهنر و چابکی (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان «تحلیل سیاست‌های سواد رسانه‌ای در سه نهاد فرهنگی و ارتباطی ایران» نشان داده‌اند که در اسناد نهاد آموزش و پرورش به عنوان متولی اصلی آموزش سواد رسانه‌ای، بیشترین میزان توجه به مؤلفه استفاده و درک انتقادی بوده است و به مؤلفه توانایی ارتباطی توجهی نشده است.

تقی زاده و کیا (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان «نیاز سنجی برنامه آموزش سواد رسانه‌ای در مدارس»، نشان دادند که بومی سازی و ورود آموزش سواد رسانه‌ای به مدارس، منجر به توانمندسازی دانش‌آموزان در استفاده بخردانه از رسانه‌ها، حفظ و تقویت هویت و فرهنگ ایرانی - اسلامی خواهد شد.

هاشمی (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان «بررسی نقش رسانه در نظام تربیتی سند تحول بنیادین آموزش و پرورش: تأکید بر ضرورت آموزش سواد رسانه‌ای» نشان داده است که تحقق اهداف سند تحول بنیادین آموزش و پرورش در گرو تدوین برنامه‌ای منسجم برای آموزش سواد رسانه‌ای در سطوح مختلف مدارس است.

بشیر و چاپکی (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان «نقش سواد رسانه‌ای در توسعه انسانی: مطالعه موردی کتاب (سیاست‌های اجرایی سازمان صدا و سیما و سند تحول وزارت آموزش و پرورش)»، نشان داده اند که سیاست‌های نهاد آموزش و پرورش و صدا و سیما در حوزه سواد رسانه‌ای بسیار محدود است و در سیاست‌های موجود دو نهاد مذکور، نگرش فرایندی به آموزش سواد رایانه‌ای مشاهده نمی شود.

تسلیمی و آقامحمدی (۱۳۹۴) در پژوهشی با عنوان «باز طراحی ساز و کار سیاست گذاری رسانه‌ای متأثر از رویکرد ارتقای سواد رسانه ای»، سواد رسانه‌ای دانش آموزان را بررسی نمود. یافته‌های این پژوهش نشان داد که سواد رسانه‌ای دانش آموزان مطلوب نیست و باید مهارت‌های سواد رسانه‌ای به دانش آموزان آموزش داده شود.

خانیکی و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان «تبیین الگوی آموزش سواد رسانه‌ای در آموزش و پرورش»، تأکید نموده اند که آموزش سواد رسانه‌ای باید از سال‌های کودکی آغاز شود. هافمن (۱۹۹۹)، پژوهشی با عنوان «سواد رسانه ای» بر روی سیصد دانش آموز در آمریکا انجام داد. این پژوهش نشان داد که دانش آموزان به طور متوسط بین ۶-۴ ساعت در شبانه روز تلویزیون تماشا می کنند، در این تحقیق مشخص شد که اگر چه دانش آموزان به مقدار زیاد از رسانه‌ها استفاده می کنند، ولی درباره عوامل شکل دهنده برنامه هایی که تماشا می کنند، آگاه نیستند.

هابز و فراست (۲۰۰۳) در پژوهشی با عنوان «سنجش مهارت‌های سواد رسانه ای»، نشان دادند که یکی از مهمترین جنبه‌های بنیادی سواد رسانه ای، تأکید بر مهارت و شناخت نیاز دانش آموزان در خصوص تشخیص و ارزیابی انتقادی محتوای آنلاین است.

لابتس (۲۰۰۶) در پژوهشی با عنوان «سواد رسانه ای»، نشان داد که دانش آموزانی که در معرض تبلیغات تجاری تلویزیونی قرار می گیرند، در برابر اثرات تبلیغات آسیب پذیر هستند. این بررسی نشان داد که آموزش رسانه‌ای می تواند اثر تبلیغات را تعدیل نماید و به دانش آموزان کمک کند تا به مصرف کنندگان آگاه و منتقدی در برخورد با رسانه‌ها باشند.

سوالات تحقیق

- ۱- وضعیت اهداف مصوب دوره ابتدایی، متوسطه اول و متوسطه دوم، در خصوص توجه به مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای چگونه می باشد؟
- ۲- وضعیت محتوای کتاب‌های درسی دوره ابتدایی، متوسطه اول و متوسطه دوم، در خصوص توجه به مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای چگونه می باشد؟

روش‌شناسی

هر پژوهشگری درصدد پاسخ دادن به تعدادی سوال پژوهشی یا بررسی صحت و سقم یک یا چند فرضیه پژوهشی است. در متدولوژی، روش‌ها و فنون مختلفی برای نیل به این هدف وجود دارد (سرمد و همکاران، ۱۳۸۰). روش تحلیل محتوای کیفی، یکی از روش‌هایی است که در چند دهه اخیر به شدت رو به گسترش بوده است (کریپیندورف، ۱۳۹۴؛ هولستی، ۱۳۷۳). در این روش پژوهشگر می‌کوشد از طریق مطالعه یک پیام مکتوب یا شفاهی، به داده‌هایی دست یابد تا به کمک آنها، به بررسی سؤالات یا فرضیات تحقیق بپردازد (بورگ و گال، ۱۳۸۴). تحلیل محتوای کیفی به پژوهشگران اجازه می‌دهد اصالت و حقیقت داده‌ها را به گونه‌ی ذهنی، ولی با روش علمی تفسیر کنند. عینیت نتایج به وسیله وجود یک فرایند کد بندی نظام‌مند تضمین می‌شود. تحلیل محتوای کیفی به فراسویی از کلمات یا محتوای عینی متون می‌رود و تم‌ها یا الگوهایی را که آشکار یا پنهان هستند به صورت محتوای آشکار می‌آزماید (شیه و شانون، ۲۰۰۵). در این پژوهش، با توجه به ماهیت موضوع از روش تحلیل محتوای کیفی از نوع قیاسی استفاده شده است. منظور از تحلیل محتوای قیاسی، نوعی تحلیل محتوا است که متن مورد تحلیل، در قالب مقولات و مؤلفه‌های تعریف شده از قبل بر اساس یک چارچوب پیشنهادی مفهومی تحلیل می‌شود. این چارچوب مفهومی می‌تواند بر اساس ادبیات پژوهش تدوین شود یا از پژوهش‌های دیگر اتخاذ گردد (ابوالمعالی، ۱۳۹۱: ۱۰۱). برای این منظور و انجام تحلیل کیفی از نوع قیاسی، در بدو امر مدل سواد رسانه‌ای کمیسیون اروپا (۲۰۱۰)، که چهار مؤلفه «دسترسی»، «استفاده»، «فهم انتقادی» و «تولید پیام» را پیشنهاد می‌دهند، انتخاب شد. تحلیل محتوای کیفی هفت مرحله را در بر می‌گیرد: ۱- تنظیم پرسش‌های تحقیق ۲- انتخاب نمونه مورد نظر جهت تحلیل محتوا ۳- مشخص نمودن رویکرد تحلیل محتوا ۴- طرح ریزی فرایند رمز گذاری ۵- اجرای فرایند رمز گذاری ۶- تعیین اعتبار و پایایی ۷- تحلیل کردن نتایج حاصل از فرایند رمز گذاری (ایمان و نوشادی، ۱۳۹۰: ۲۲).

در این تحقیق، جامعه پژوهشی شامل دو بخش می‌باشد: ۱- اهداف مصوب دوره ابتدایی و متوسطه اول و دوم ۲- کلیه کتاب‌های درسی دوره ابتدایی و متوسطه اول و دوم که در سال تحصیلی ۹۷-۹۸ چاپ شده است. در این پژوهش با توجه به ماهیت موضوع، نمونه‌گیری انجام نشده و همه اهداف مصوب و کتاب‌های درسی بررسی شده‌اند. برای تعیین روایی، از روش روایی صوری، محتوایی و نظر متخصصان استفاده شده است. برای تأمین پایایی ابزار اندازه‌گیری، از تکنیک اجرای مجدد استفاده شد. بدین صورت که فرم تحلیل محتوا به طور همزمان و مجزا در اختیار تحلیل‌گر محتوای متخصص دیگری قرار گرفت که به طور مجزا چند

کتاب درسی را تحلیل نمایند. داده‌های حاصل از تحلیل‌های انجام شده همزمان توسط پژوهشگر اصلی و متخصص مذکور یکسان بوده است.

یافته‌های تحقیق

در این بخش یافته‌های تحقیق بر مبنای سؤال‌های پژوهش ارائه می‌شود.

الف - میزان توجه به آموزش سواد رسانه در اهداف مصوب دوره ابتدایی و متوسطه اول و دوم:

بررسی اهداف مصوب دوره ابتدایی نشان می‌دهد که در بخش اهداف علمی - آموزشی (بند چهارم) تحت عنوان: «به اهمیت و ارزش اطلاعات و اطلاع رسانی در زندگی آگاه است». به اهداف سواد رسانه‌ای توجه شده است.

بررسی اهداف مصوب دوره متوسطه اول نشان می‌دهد که در بخش اهداف علمی آموزشی (بند هفتم) تحت عنوان: «می‌تواند از رسانه‌های ارتباطی برای کسب اطلاعات استفاده کند»، و در بخش اهداف سیاسی (بند ۹) تحت عنوان: «در مواجهه با تبلیغات دشمنان اسلام از خود هوشیاری نشان می‌دهد» به اهداف سواد رسانه‌ای توجه شده است.

بررسی اهداف مصوب دوره متوسطه دوم نشان می‌دهد که در بخش اهداف علمی - آموزشی (بند هشتم) تحت عنوان: «ارزش اطلاعات همه جانبه و صحیح را می‌داند و در استفاده از ابزارهای جدید ارتباطی مهارت دارد» و در بخش اهداف سیاسی بند نهم تحت عنوان «شیوه‌های تبلیغی دشمنان را می‌شناسد و در مقابل آنها عکس العمل مناسب نشان می‌دهد» به اهداف آموزش رسانه توجه شده است.

جدول ۱: تحلیل محتوای اهداف مصوب دوره ابتدایی، متوسطه اول و دوم بر مبنای مدل pc

اهداف مصوب دوره متوسطه دوم	اهداف مصوب دوره متوسطه اول	اهداف مصوب دوره ابتدایی	درس مؤلفه
✓	✓	✓	دسترسی
✓	✓	-	استفاده
✓	✓	-	فهم انتقادی
-	-	-	تولید پیام

ب- میزان توجه به آموزش سواد رسانه در کتاب‌های درسی

تحلیل محتوای کتاب‌های درسی دوره ابتدایی نشان می‌دهد که در دوره ابتدایی در کتاب «تفکر و پژوهش» ششم ابتدایی (در صفحه ۵۳) به سواد رسانه اشاره شده است:

« هرکس معیارهایی دارد و در هر موقعیت براساس معیارهای خود، رفتار می‌کند و درباره‌ی رفتار خود و دیگران قضاوت می‌کند. معیارهای هر کس از منابع معتبر یا غیرمعتبر کسب می‌شود؛ این منابع شامل افراد مانند اعضای خانواده، همسالان، معلمان، صاحب‌نظران و ... و رسانه‌ها مانند کتاب‌ها، صدا و سیما، روزنامه‌ها، شبکه‌های مجازی و ... است. این منابع از اعتبار یکسان برخوردار نیستند.»

تحلیل محتوای کتاب‌های درسی دوره متوسطه اول نشان می‌دهد که در این دوره، در پایه هفتم در کتاب تفکر و سبک زندگی (صفحه ۱۰۷)، به آموزش سواد رسانه‌ای توجه شده است:

« تبلیغات و اطلاعات رسانه‌ای نقش بسزایی در افکار و انتخاب‌های ما و گرایش به یک عقیده یا تغییر ارزش‌ها و نگرش‌های ما دارد. یکی از برنامه‌های تبلیغاتی (تلویزیون، اینترنت و ...) را بررسی و تحلیل کنید که این برنامه چه تأثیری روی انتخاب‌های افراد دارد؟ چگونه این تأثیر را می‌گذارد؟ با چه معیارهایی می‌توانیم مطمئن شویم اطلاعاتی که به دست می‌آوریم، درست و کامل است؟»

در پایه هشتم در کتاب مطالعات اجتماعی در درس هفتم تحت عنوان «ارتباط و رسانه» و درس هشتم تحت عنوان «رسانه‌ها در زندگی ما» (صفحات ۴۶-۳۶)، به آموزش سواد رسانه‌ای توجه شده است. در درس هفتم مباحثی همچون تعریف رسانه، نقش رسانه در ارتباطات و سیر تحول رسانه‌ها بیان شده است. در درس هشتم، مباحثی همچون کاربرد فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات در زندگی روزمره و تأثیر رسانه‌های ارتباط جمعی بر فرهنگ عمومی، بیان شده است:

«رسانه‌های ارتباط جمعی در همه کشورها، به مردم اخبار و اطلاعات می‌دهند و برنامه‌هایی نیز برای تفریح و سرگرمی آنها طراحی و تهیه می‌کنند. امروزه صاحب‌نظران معتقدند که رسانه‌های ارتباط جمعی، تأثیر زیادی بر سبک زندگی و هویت افراد می‌گذارند. آنها چنین بحث می‌کنند که رسانه‌ها می‌توانند موجب شوند که مردم به شیوه‌های خاصی فکر کنند و یا وقایع را همان‌طور که آنها می‌خواهند ببینند. به عبارت دیگر رسانه‌ها روی باورها و افکار و رفتار انسانها اثر می‌گذارند. این اثرات ممکن است مثبت یا منفی باشند.»

صاحب‌نظران درباره اثرات منفی رسانه‌های ارتباط جمعی مطالبی را بیان کرده‌اند:

* بعضی از آنها می‌گویند امروزه بخش زیادی از وقت مردم جهان صرف تماشای تلویزیون یا استفاده از اینترنت می‌شود. در اغلب فیلم‌ها زد و خورد و خشونت به نمایش گذاشته می‌شود. در

این فیلم‌ها کمتر انسان‌ها را در حال حل کردن مسائل به طور صلح آمیز نشان می‌دهند. بسیاری از افراد و به خصوص نوجوانان ممکن است تحت تأثیر این صحنه‌ها قرار بگیرند و در آینده، در زندگی روش‌های خشونت آمیز را به کار ببرند؛ همچنین برخی از پایگاه‌های اینترنتی ممکن است، بی بند و باری‌های اخلاقی را در کاربران ترویج کنند و از این طریق بر فرهنگ جامعه اثر منفی بگذارند.

* از دیگر آثار منفی که صاحب نظران برای رسانه‌های جمعی، بیان می‌کنند آگهی‌های بازرگانی است که مصرف‌گرایی در جامعه را تشویق می‌کند از دیگر آثار منفی تأثیر وسایل ارتباطی که محققان به آن اشاره می‌کنند، کم شدن تماس چهره به چهره افراد و کم شدن دید و بازدیدهای اقوام و دوستان است»

و در کتاب تفکر و سبک زندگی پایه هشتم در درس «رسانه‌ها و تأثیرات آن بر زندگی انسان» (در صفحات ۵۴-۴۹) به آموزش سواد رسانه‌ای توجه شده است.

«امروزه تلویزیونها علاوه بر اطلاعات و اخبار داخل کشور می‌توانند اطلاعات و اخبار سایر کشورها را نیز دریافت کنند. دولت‌ها با توجه به عقاید، نوع فرهنگ، مقاصد اقتصادی و فرهنگی و اختلافات سیاسی خود با دیگر کشورها از رادیو یا تلویزیون‌هایی که قادر به دریافت اطلاعات از سایر کشورها هستند، به صورت‌های مختلف استفاده می‌کنند. در موارد زیادی تلویزیون‌های بیگانه به ویژه دشمنان ایران و اسلام سعی دارند که اعتقادات، ارزش‌های اخلاقی یا وحدت ملی کشور ما را مورد تهدید قرار دهند. به همین علت جوانان و مردم ما باید بسیار هوشیار باشند.

سواد رسانه‌ای: این دانش شامل مهارت‌ها و بصیرت‌های لازم در برخورد عاقلانه با تبلیغات رسانه‌ها، آگاهی از مقاصد و اهداف صاحبان رسانه‌ها، شناخت تأثیر پیام‌ها بر افکار، تصمیمات و سبک زندگی ماست.

مهارت‌های بهره‌گیری از رسانه‌ها

رسانه‌ها ما را با انبوهی از اطلاعات روبه‌رو می‌کنند. باید بیاموزیم که از محتوای هر رسانه چگونه استفاده کنیم، کدام اطلاعات درست است و کدام غلط، کدام یک به سود ما یا کشور ماست و کدام یک به زیان ماست. رهنمودهای زیر به شما می‌آموزد که از رسانه‌ها چگونه استفاده کنید:

- ۱- از رسانه‌ها در جهت رشد خود و دیگران استفاده کنیم.
- ۲- درباره صحت تبلیغات رسانه‌ها که با اهداف مختلف صورت می‌گیرد، دقت کنیم.
- ۳- به خودمان اجازه ندهیم که از فناوری‌های ارتباطی نظیر تلفن، تلفن همراه، اینترنت و... استفاده نادرست کنیم و مراقب افرادی که به هر دلیل در پی سوء استفاده از ما هستند، باشیم.

۴- جهان‌خواران دنیا، افراد بی بند و بار و ضد انقلاب‌های فراری؛ با راه اندازی برخی از شبکه‌های ماهواره‌ای به دنبال آسیب زدن به دین، اخلاق و فرهنگ و وحدت ملی ما هستند. این شبکه‌ها در خدمت مراکز جاسوسی جهان اند و با ترویج بی بندوباری اخلاقی، حمله به اسلام، گمراه کردن اذهان مردم و دادن اطلاعات غلط، گسترش خشونت و ایجاد اختلاف بین مردم، اهداف پلید خود را دنبال می‌کنند.

البته برخی از شبکه‌های ماهواره‌ای نیز اهداف خوبی را دنبال می‌کنند. آیا می‌توانید به برخی از این شبکه‌های ماهواره‌ای اشاره کنید؟

۵- با دیدن تصاویر ماهواره‌ای خودتان را نیازید. خودباختگی، تقلید کورکورانه، تباهی اخلاق و به وجود آوردن نسلی زبون و ترسو از اهداف مهم جنگ رسانه‌ای دشمن است.»
در پایه نهم در کتاب‌های مطالعات اجتماعی (صفحه ۱۱۹) به آموزش سواد رسانه‌ای اشاره شده است.

«عوامل مختلفی می‌توانند نمادها، ارزش‌ها و هنجارهای یک جامعه را تغییر دهند و در فرهنگ آن جامعه تغییر و دگرگونی پدید آورند: عواملی مانند: پیشرفت‌های صنعتی و فناوری، رسانه‌های جمعی، نفوذ فرهنگی بیگانگان و کشورهای سلطه‌گر.»
و کتاب کار و فن آوری پایه نهم (صفحه ۴۴-۴۱) تحت عنوان «بازی‌های رایانه ای» به موضوع سواد رسانه‌ای اشاره شده است. در این درس معایب و مزایای بازی‌های رایانه‌ای مورد بحث و بررسی قرار گرفته شده است.

«..... داستانی بودن بازی‌های رایانه‌ای فرد را ناخودآگاه جذب ماجرای بازی می‌کند و تحت تأثیر فضای فرهنگی و اجتماعی آن قرار می‌دهد، به این ترتیب مخاطب به آرامی به سوی فضایی که مورد خواسته سازنده بازی بوده است، برده می‌شود و ناخودآگاه آن فرهنگ را یاد می‌گیرد.»
«... طراحی و ساخت یک بازی رایانه‌ای می‌تواند باعث پرورش ذهن، بالا بردن قدرت سازندگی و خلاقیت و اعتماد به نفس در فرد شود. امروزه بازی‌های رایانه‌ای یکی از رسانه‌های رایج و پرمخاطب هستند که ساخت، توسعه و انتشار آن‌ها به صنعتی پرسود تبدیل شده است و موجب کارآفرینی برای تعداد زیادی از افراد در سراسر جهان شده است.»

«معایب بازی‌های رایانه ای: اگر فرد مدت زمان زیادی از وقت خود را صرف بازی‌های رایانه‌ای کند از نظر جسمانی و روانی تربیتی آسیب‌هایی می‌بیند.»

در دوره متوسطه دوم با انتشار کتاب «تفکر و سواد رسانه ای» به همه ابعاد سواد رسانه توجه شده است. این کتاب دارای ۱۸۰ صفحه می‌باشد و در شش فصل تنظیم شده است: فصل اول: ما و رسانه‌ها، فصل دوم: فنون خلق پیام رسانه ای، فصل سوم: نادیده‌های رسانه ای، فصل چهارم: مخاطب شناسی، فصل پنجم: رسانه و سبک زندگی، فصل ششم: رژیم مصرف رسانه ای.

جدول شماره ۲: تحلیل محتوای کتاب‌های درسی بر مبنای مدل PC

پایه دهم (دوره متوسطه دوم)	پایه نهم (متوسطه اول)	پایه هشتم (متوسطه اول)	پایه هفتم (متوسطه اول)	پایه ششم (دوره ابتدایی)	پایه‌های اول تا پنجم (دوره ابتدایی)	درس مؤلفه
✓	✓	✓	✓	✓	-	دسترسی
✓	✓	✓	-	-	-	استفاده
✓	-	✓	✓	-	-	فهم انتقادی
✓	-	✓	-	-	-	تولید پیام

نتیجه گیری

بهره مندی از سواد رسانه ای، مهارتی حیاتی برای قرن ۲۱ به حساب می آید؛ چرا که فن‌آوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی مانند رایانه، شبکه‌های ارتباطی خطوط تلفنی و شبکه‌های فیبر نوری، ماهواره‌ها و دیگر وسایل ارتباطی، جوامع را متحول ساخته و بر فهم و ادراک ما از خودمان و جوامع مان تأثیر گذاشته است (بابایی راد، ۱۳۸۷: ۱۳۶). از این رو توجه به آموزش سواد رسانه‌ای از مهمترین وظایف نهادهای آموزشی و فرهنگی می‌باشد. مدارس نقشی اساسی در آموزش سواد رسانه‌ای به دانش آموزان به عهده دارند. تحلیل و بررسی محتوای برنامه درسی مدارس و روزآمد کردن آن بر اساس اهداف آموزش سواد رسانه‌ای و شناسایی آسیب‌ها و چالش‌های آن از مهمترین وظایف پژوهشگران حوزه رسانه و تعلیم و تربیت می‌باشد.

هدف این پژوهش بررسی برنامه درسی دوره ابتدایی و متوسطه اول و دوم بر مبنای توجه به مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای بوده است. به این منظور با روش تحلیل محتوا، اهداف مصوب و کتاب‌های درسی دوره‌های ابتدایی، متوسطه اول و متوسطه دوم بر مبنای مدل کمسیون اروپا (PC) بررسی شد. یافته‌های این پژوهش نشان داد که در اهداف مصوب دوره ابتدایی به مؤلفه «دسترسی» توجه شده است اما به مؤلفه‌های «استفاده»، «فهم انتقادی» و «تولید پیام» توجهی نشده است. در اهداف مصوب دوره متوسطه اول و دوم نیز به مؤلفه‌های «دسترسی»، «استفاده» و «فهم انتقادی» توجه شده است اما به مؤلفه «تولید پیام» توجه نشده است. در

کتاب‌های درسی پایه اول تا پنجم ابتدایی، هیچ اشاره‌ای به آموزش سواد رسانه‌ای نشده است. در پایه ششم ابتدایی به مؤلفه «دسترسی» توجه شده است و به سایر مؤلفه‌ها توجهی نشده است. در پایه هفتم به مؤلفه‌های «دسترسی» و «فهم انتقادی» توجه شده است ولی به مؤلفه‌های «استفاده» و «تولید پیام»، توجهی نشده است. در پایه هشتم به همه مؤلفه‌ها توجه شده است. در پایه نهم به مؤلفه‌های «دسترسی» و «استفاده» توجه شده است و به سایر مؤلفه‌ها بی توجهی شده است. در دوره متوسطه دوم در پایه دهم با انتشار کتاب «تفکر و سواد رسانه‌ای» به همه ابعاد سواد رسانه‌ای توجه شده است. در مجموع نتایج این تحقیق حاکی از آن است که در پایه هشتم و دهم به مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای به خوبی توجه شده است ولی در اهداف مصوب دوره ابتدایی و متوسطه اول و دوم و محتوای کتاب‌های درسی دوره ابتدایی و پایه‌های تحصیلی هفتم و نهم، توجه جامعی به مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای بویژه به مؤلفه‌های «فهم انتقادی» و «تولید پیام» نشده است.

پیشنهادات

- توجه جدی به آموزش سواد رسانه‌ای در برنامه درسی مدارس

با توجه به گسترش سریع رسانه‌های اجتماعی (بویژه شبکه‌های اجتماعی مجازی) در سال‌های اخیر، باید در برنامه‌های درسی دوره ابتدایی و متوسطه، به ارتقاء سواد رسانه‌ای دانش آموزان توجه جدی تری شود. ضروری است که در برنامه درسی، آسیب‌های استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای و استفاده بی رویه از شبکه‌های اجتماعی مجازی و بازی‌های رایانه‌ای برای دانش آموزان تبیین شود. همچنین چگونگی استفاده استکبار جهانی از رسانه‌های مختلف (بویژه شبکه‌های ماهواره‌ای و شبکه‌های اجتماعی) برای تضعیف هویت دینی و انقلابی نوجوانان و جوانان در کتاب‌های درسی تبیین شود تا دانش آموزان در مقابل بمباران تبلیغاتی استکبار جهانی ایمن سازی شوند.

- برگزاری کلاس‌های ضمن خدمت و کارگاه‌های آموزشی برای ارتقاء سواد رسانه‌ای

معلمان

با توجه به پایین بودن سطح سواد رسانه‌ای معلمان، ضروری است که با برگزاری کلاس‌های ضمن خدمت و کارگاه‌های آموزشی، سواد رسانه‌ای معلمان ارتقاء یابد. همچنین ضروری است که در دانشگاه فرهنگیان و مراکز تربیت معلم، واحدهای درسی در زمینه سواد رسانه‌ای به دانشجو-معلمان آموزش داده شود.

– ارتقاء سواد رسانه‌ای والدین دانش آموزان

ضروری است که در رسانه ملی، برنامه‌هایی برای ارتقاء سواد رسانه‌ای شهروندان تدوین شود. همچنین لازم است که مدارس با همکاری انجمن اولیاء و مربیان، برنامه‌هایی برای آگاهی والدین در مورد اهمیت سواد رسانه‌ای اجرا شود.

منابع

- ابوالمعالی، خدیجه (۱۳۹۱)، پژوهش کیفی از نظریه تا عمل، تهران: نشر علم
- ایمان، محمدتقی؛ نوشادی، محمدرضا (۱۳۹۰)، «تحلیل محتوای کیفی»، فصلنامه پژوهش، سال سوم، شماره دوم، ۴۴-۱۵.
- بابایی راد، بیتا (۱۳۸۷)، «سواد رسانه‌ای و گسترش توسعه انسانی»، پژوهشنامه سواد رسانه‌ای، تهران: مرکز تحقیقات استراتژیک، سال ۱۳۸۷، شماره ۲۲، ۱۵۳-۱۳۱.
- باهنر، ناصر؛ چابکی، رامین (۱۳۹۳)، «تحلیل سواد رسانه‌ای بر اساس مدل EC»، فصلنامه مطالعات فرهنگ ارتباطات، سال ۱۵، شماره ۲۸، ۲۸-۷.
- بشیر، رامین؛ چابکی، حسن (۱۳۹۳)، «نقش سواد رسانه‌ای در توسعه انسانی: مطالعه موردی کتاب (سیاست‌های اجرایی سازمان صدا و سیما و سند تحول وزارت آموزش و پرورش)»، فصلنامه رسانه، سال ۲۵، شماره ۴، ۸۰-۶۳.
- بیابانگرد، اسماعیل (۱۳۸۴)، روش‌های تحقیق در روان‌شناسی و علوم تربیتی، تهران: نشر دوران
- تامن، الیزابت (۱۳۸۰)، مهارت‌ها و راهبردهای آموزش رسانه‌ای، مترجم حسن نورایی بیدخت، قم: مرکز تحقیقات کامپیوتری علوم اسلامی.
- تسلیمی، محمدسعید؛ کلاته، آمنه (۱۳۹۴)، «بازطراحی ساز و کار سیاست‌گذاری رسانه‌ای متأثر از رویکرد ارتقاء سواد رسانه‌ای»، فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، دوره ۸، شماره ۲، ۲۸-۱.
- تقی زاده، عباس؛ کیا، علی اصغر (۱۳۹۳) «نیاز سنجی برنامه آموزش سواد رسانه‌ای در مدارس»، فصلنامه مطالعات فرهنگ-ارتباطات، سال ۱۵، شماره ۲۶، ۱۰۳-۷۹.
- خانیکی، هادی و همکاران (۱۳۹۵)، «تبیین الگوی آموزش سواد رسانه‌ای در آموزش و پرورش»، فصلنامه رسانه، سال ۲۷، شماره ۱، ۲۰-۵.
- خوشنویس، ناهید (۱۳۸۹)، «سواد رسانه‌ای، ساز و کار مقاومت در برابر تهاجم رسانه»، ماهنامه انجمن روابط عمومی ایران، سال ۱۳۸۹، شماره ۷۲، ۲۰-۱۳.
- ساروخانی، باقر (۱۳۸۱)، جامعه‌شناسی وسایل ارتباط جمعی، تهران: انتشارات اطلاعات.
- سازمان پژوهش و برنامه‌ریزی آموزشی (۱۳۹۶)، تفکر و سواد رسانه‌ای، تهران: شرکت چاپ و نشر کتاب‌های درسی.
- سپاسگر، ملیحه (۱۳۹۰)، «رویکرد نظری به سواد رسانه‌ای»، نشریه پژوهش و سنجش، ۱۲ (۴۴)، ۱۳۷-۱۲۰.

- سرمد، زهره و همکاران (۱۳۸۰). روش‌های تحقیق در علوم رفتاری، تهران: نشر آگه
- سلطانی فر، محمد (۱۳۸۷)، «سانسور یا سواد رسانه ای»، پژوهشنامه سواد رسانه ای، مرکز تحقیقات استراتژیک، سال ۱۳۸۵، شماره ۲۲، ۱۰۷-۱۲۱.
- شجاعی، مهناز؛ امیرپور، مهناز (۱۳۹۱)، «بررسی وضعیت سواد رسانه‌ای دانشجویان خراسان شمالی در جامعه اطلاعاتی»، فصلنامه مطالعات جامعه شناختی جوانان، سال سوم، شماره هفتم، ۴۳-۵۶.
- شکرخواه، یونس (۱۳۸۶)، «سواد رسانه ای، یک مقاله عقیدتی»، فصلنامه رسانه، سال هفدهم، ۴ (۶۸)، ۲۷-۳۲.
- شواری عالی آموزش و پرورش (۱۳۷۹). اهداف آموزش و پرورش دوره‌های ابتدایی، راهنمایی تحصیلی و متوسطه، مصوب ۱۳۷۹/۲/۲۹، جلسه ۶۴۷.
- صدیق بنای، هلن (۱۳۸۵). زندگی ما در گرو رسانه، تهران: همشهری آن لاین.
- طاهریان، مریم (۱۳۸۷)، «سواد رسانه ای؛ آموزش رسانه‌ای کودکان و نوجوانان»، پژوهشنامه سواد رسانه ای، مرکز تحقیقات استراتژیک، شماره ۲۲.
- طلوعی، علی، (1391 سواد رسانه‌ای (چاپ اول)، تهران: دفتر مطالعات و برنامه ریزی رسانه ها.
- کانسیداین، دیوید (۱۳۷۹). درآمدی بر سواد رسانه‌ای، ترجمه ناصر بلیغ، تهران: اداره کل تحقیق و توسعه صدا.
- کریپندورف، کلوس (۱۳۹۴). تحلیل محتوا، مبانی روش شناسی، ترجمه هوشنگ نایبی، تهران: نشر نی.
- گال، مردیت؛ بورگ، والتر (۱۳۸۴). روش‌های تحقیق کمی و کیفی در علوم تربیتی و روان شناسی، ترجمه نصر و همکاران، تهران: انتشارات سمت.
- نصیری، بهاره؛ بخشی، بهاره (۱۳۹۱) اهمیت آموزش سواد رسانه‌ای در قرن ۲۱، فصلنامه مطالعات رسانه، سال هفتم، شماره هیجدهم، ۱۴۹-۱۵۸.
- وزارت آموزش و پرورش (۱۳۹۷). کتابهای درسی دوره‌های ابتدایی و متوسطه اول در سال تحصیلی ۱۳۹۷ - ۱۳۹۸
- وزارت آموزش و پرورش (۱۳۹۰). سند تحول بنیادین آموزش و پرورش تهران: وزارت آموزش و پرورش
- هاشمی، شهناز (۱۳۹۳)، «بررسی نقش رسانه در نظام تربیتی سند تحول بنیادین آموزش و پرورش: تأکید بر ضرورت آموزش سواد رسانه ای»، فصلنامه رسانه، سال ۲۵، شماره ۴، ۱۸-۵.
- هولستی، ال. آر (۱۳۷۴). تحلیل محتوا در علوم اجتماعی و انسانی، ترجمه نادر سالار زاده، تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی.
- Angell, H. M. (2005), What music Videos teach at-risk adolescent girls: making a case for media literacy curriculum. A doctoral dissertation of Philosophy. University of Florida.
- Chen, G. (2007). *Media (Literacy) Education in the United States*. *China Media Research*, 3 (3), 34-40 available at: http://digitalcommons.uri.edu/com_facpubs.

- Hsieh, Hsiu- Fang & Shanon, Sara E. (2005), "Three Approaches to Content
- Hoffmann, G. (1999). A Review Of General Semantics. 61 (1), pp. 29-31.
- Laitsch, D. (2006). "Media Literacy Training, Commercial Television, and Consumerism in Schools". April 24, 2006 Volume 4 | Number 4.
- Silverblatt, A.(2009). *Approaches to media literacy*. M.E. Sharpe publications.
- Thoman, E. & Jolls, T. (2008). Literacy for the 21st Century: An Overview & Orientation Guide to Media Literacy Education Founder. available at:www.medialit.org
- UNESCO, (2011). *Media and Information Literacy curriculum for Teacher*. Edited: Alton Grizzle and Carolyn Wilson.