

طراحی و اعتباریابی الگوی آموزش سواد رسانه ای در دوره متوسطه با رویکرد کیفی

شهربانو الفته^۱، محمدرضا سرمدی^۲، مژگان محمدی نائینی^۳، مهناز جلالوندی^۴

چکیده

هدف پژوهش حاضر طراحی و اعتباریابی الگوی آموزش سواد رسانه ای در دوره متوسطه بود. روش تحقیق، کیفی از نوع داده بنیاد بوده است. جامعه مورد بررسی، سه گروه از خبرگان و متخصصان را شامل شدند: اساتید و پژوهشگران حوزه ارتباطات، متخصصان و خبرگان حوزه آموزش و پرورش و معلمان که سال‌ها در زمینه آموزش سواد رسانه ای به دانش آموزان تجربه های ارزشمندی کسب کرده اند؛ تعداد ۱۵ نمونه انتخاب شد. از آن جایی که در این پژوهش در پی طراحی یک مدل یا نظریه برآمده از داده‌ها بود، برای جمع آوری داده‌های مورد نیاز تحقیق از روش مصاحبه عمیق استفاده شد. جهت تجزیه و تحلیل مصاحبه‌ها، از نرم افزار مکس کیودا استفاده شد که تحلیل داده‌ها در روش نظریه زمینه‌ای شامل سه مرحله کدگذاری باز (بدوی)، محوری و گزینشی بود و طی آن، داده‌های جمع آوری شده مرحله به مرحله انتزاعی تر شد تا در نهایت مدل پژوهش حاصل گردید. نتایج تحقیق نشان داد آموزش سواد رسانه ای از ۵ فصل تشکیل شده که شامل فنون خلق پیام، نادیده های رسانه، رسانه و سبک زندگی، رژیم مصرف رسانه ای و مخاطب شناسی می باشد.

کلید واژه ها: آموزش، سواد رسانه ای، دوره متوسطه.

پذیرش مقاله: ۱۴۰۰/۰۴/۲۴

دریافت مقاله: ۱۴۰۰/۰۲/۱۶

^۱ دانشجوی فلسفه تعلیم و تربیت اسلامی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد اراک، اراک، ایران.

olfateh@yahoo.com

^۲ گروه فلسفه تعلیم و تربیت اسلامی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد اراک، اراک، ایران.

دانشگاه پیام نور، واحد تهران، سازمان مرکزی. (نویسنده مسئول) sarmadi@pnu.ac.ir

^۳ گروه فلسفه تعلیم و تربیت اسلامی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد اراک، اراک، ایران

m-naeeni@iau-arak.ac.ir

^۴ گروه فلسفه تعلیم و تربیت اسلامی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد اراک، اراک، ایران

m-jalalvandi@iau-arak.ac.ir

مقدمه

در هر عصری تعلیم و تربیت، به انسان‌هایی وابسته است که مسئولیت آن را بر عهده‌دارند و نیز تابع کیفیت فرهنگی است که در چارچوب آن این فعالیت صورت می‌گیرد. پائلو فریره، نظریه‌پرداز برجسته آمریکای لاتین در حوزه آموزش، باسواد بودن را محدود به آموختن خواندن و نوشتن نمی‌داند. به نظر او آنچه اهمیت دارد، کشف نقش خود در ساختن تاریخ و ایفای مسئولیت اجتماعی است. سواد رسانه‌ای به توانایی دسترسی، تحلیل، ارزیابی و برقراری ارتباط با پیام‌های رسانه‌ای در اشکال مختلف و توانایی معنی‌دار اطلاق می‌شود و قابلیت است که به فرد امکان می‌دهد تا با رسانه‌ها و ارائه‌دهندگان اطلاعات به‌طور مؤثر تعامل داشته باشد و برای یادگیری مستمر و مادام‌العمر از آن رسانه‌ها بهره‌گیرد و در مواقع لزوم پیام‌ها و کارکردهای آن‌ها را نقد کند (هلک^۱، ۲۰۱۶: ۶۲). عصر تنوع رسانه‌ها و با دیجیتالی شدن شکل و محتوای آن‌ها نظام آموزشی باید، پرورش سواد رسانه‌ای را به‌عنوان یکی از اهداف حوزه تربیت عمومی خود قرار دهد و مهارت دسترسی، تحلیل، ارزیابی و خلق پیام‌های رسانه‌ای در قالب‌های متنوع را به دانش‌آموزان آموزش دهد.

آموزش سواد رسانه‌ای فراتر از آموختن مهارت در فنون دیدن و شنیدن و خواندن است؛ آموزش رویارویی فعال و دریافت فعال که مصرف‌کننده فعال و انباشت‌کننده فعال در برابر پیام‌ها و محصولات رسانه‌ای است. با آموزش سواد رسانه‌ای در مدرسه، می‌توان زمینه کاهش آسیب‌های اجتماعی ناشی از رسانه‌های نوظهور را ایجاد کرد. با آموزش سواد رسانه‌ای، دانش‌آموزان قادر خواهند بود چگونگی ایجاد پیام‌های رسانه‌ای را یاد بگیرند، سوگیری‌های رسانه‌ها را تشخیص دهند، اطلاعات اشتباه رسانه‌ای را تشخیص دهند، پیام‌های رسانه‌ای را بر اساس تجربیات، باورها و ارزش‌های خود ارزیابی کنند و نیز پیام‌های رسانه‌ای را طراحی، ایجاد و منتشر سازند. در فضایی که رسانه‌ها در جریان یاددهی - یادگیری نقشی بنیادی دارند، در صورتی دانش‌آموزان می‌توانند بهره‌لازم را ببرند که سواد رسانه‌ای در آن‌ها تقویت شود. به همین دلیل بسیاری از کشورها از سال‌ها پیش موضوع سواد رسانه‌ای را در سرفصل‌های رسمی برنامه آموزشی خود وارد کرده‌اند. برنامه‌های آموزشی خود وارد کرده‌اند. آموزش و پرورش ایران نیز که از سال ۱۳۹۱ برخی مباحث مربوط به

^۱ - Hallaq

آشنایی و شناخت رسانه‌ها را در کتاب‌های درسی گنجانده بود، با تثبیت سواد رسانه‌ای در سرفصل‌های اختیاری درسی پایه دهم و تألیف کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای گام مهمی در این زمینه برداشته؛ اما این تلاش آموزش و پرورش با نقد و نظرهایی نیز به‌ویژه از سوی محافل علمی و آکادمیک رشته ارتباطات و نیز رسانه‌ها و روزنامه‌نگاران همراه بوده است.

امروزه دیگر معلم و مدرسه تنها منبع اطلاعات دانش آموزان نیستند دانش آموزان به یک راهنما برای حرکت و عبور از میان اطلاعات و عدم پذیرش منفعلانه نیاز دارند. امروزه مطرح است که در دنیای مدرن، سواد رسانه‌ای برای کودکان و نوجوانان به‌اندازه‌ی سواد خواندن و نوشتن سنتی با ارزش است و در عصر پرتلاطم اطلاعات که هر روز خود را در مواجهه با رسانه‌های گوناگون شنیداری، دیداری و نوشتاری می‌یابیم از اهمیت دوچندان برخوردار می‌باشد (باکینگهام، ۱۳۹۰: ۵۴).

سواد رسانه ای پاسخی ضروری و واقع‌نگر نسبت به محیط جدید رسانه ای است. اگر دانش آموزان به سواد رسانه ای تجهیز نشوند، در میان انبوهی از اطلاعات آموزشی، فرهنگی اجتماعی، سیاسی، روان‌شناسی و مذهبی سردرگم می‌مانند. با آموزش سواد رسانه ای در مدرسه، می‌توان زمینه کاهش آسیب‌های اجتماعی ناشی از رسانه های نوظهور را ایجاد کرد. با آموزش سواد رسانه ای، دانش آموزان قادر خواهند بود چگونگی ایجاد پیام های رسانه ای را یاد بگیرند، سوگیری‌های رسانه ها را تشخیص دهند، اطلاعات اشتباه رسانه ای را تشخیص دهند، پیام های رسانه ای را بر اساس تجربیات، باورها و ارزش های خودارزیابی کنند و نیز پیام های رسانه ای را طراحی، ایجاد و منتشر سازند. (کریمی نامیوندی، ۱۳۹۵: ۶۹). آموزه‌های سواد رسانه ای از دانش آموزان می‌خواهد تا در زندگی رسانه ای خود در مورد فکر کردنشان هم‌فکر کنند؛ آن‌هم به‌صورت عمیق، دقیق و جدی. تسلیم پیام های رسانه ای نشوند و پیام ها را به چالش بکشند و آگاهانه در معرض آن‌ها قرار گیرند و دست به انتخاب بزنند و پیشنهادهای سالم را انتخاب کنند؛ بنابراین، از آنجاکه سواد رسانه ای نقش بسزایی در توسعه اجتماعی و مشارکت مدنی افراد جامعه خواهد داشت، ضرورت آموزش آن به کودکان و نوجوانان امروز ضروری به نظر می‌رسد.

سواد رسانه ای صرفاً به معنی خواندن و نوشتن نیست، همچنان که به مفهوم تشخیص دادن خبر از مصاحبه یا گزارش از میزگرد و غیره هم نیست. سواد رسانه‌ای به دنبال تشخیص رابطه دانش و

قدرت و سپس رابطه قدرت و عدالت اجتماعی است. سواد رسانه‌ای قدرت درک نحوه کار رسانه‌ها و معنی‌سازی در آن‌هاست (شکرخواه، ۱۳۸۸: ۳۲) مؤسسات و سازمان‌هایی که در زمینه سواد رسانه‌ای فعالیت می‌کنند، مانند یونسکو، کمیسیون اروپایی و پارلمان اروپایی درباره چهار زمینه در خصوص مهارت‌های رسانه‌های مورد نیاز سواد رسانه‌ای توافق دارند که شامل توانایی در چهار زمینه دسترسی، تحلیل، ارزیابی و تولید خلاق خلاصه است. همه این مهارت‌ها پیشرفت جنبه‌های شخصی توانایی‌های خودآگاهی، تفکر انتقادی و توانایی حل مشکل را تقویت می‌کنند (اوکسترند^۱، ۲۰۰۹: ۴۱۳). هدف سواد رسانه‌ای دادن آزادی وسیع‌تر به جوانان و بزرگسالان با قدرت دادن به ایشان از طریق توانایی دستیابی، تجزیه و تحلیل، ارزیابی و ساختن رسانه است. آموزش رسانه‌ای یا همان آموزش سواد رسانه‌ای در باب تعلیم و فراگیری درباره رسانه‌هاست. در اینجا تأکید می‌شود که نباید آموزش سواد رسانه‌ای با آموزش و فراگیری از طریق رسانه‌ها خلط شود.

هسته اصلی آموزش سواد رسانه‌ای، ارزیابی انتقادی متون رسانه‌ای است. سؤالات مهم آموزشی رسانه‌ای عبارت‌اند از: "آموزش رسانه‌ای باید شامل چه اجزایی باشد؟ چه کسی فراهم‌کننده آن است؟ محتوای دوره آموزشی شامل چه چیزی باید باشد؟ نقش خانواده‌ها در کنار مدارس چیست؟ متخصصان چگونه می‌توانند در این دوره‌ها حضور داشته باشند؟ چه استراتژی‌ها برای عمومی شدن فواید آموزش‌ها وجود دارد و محدودیت‌های آن چیست؟" (یونسکو^۲، ۲۰۱۱).

برنامه‌های استقرایی سواد رسانه‌ای تفکر انتقادی مستقل را ترویج می‌دهند. محتوای رسانه‌ای برای پیش‌بینی پیامد قرار گرفتن در معرض رسانه‌ها بسیار محدود است. بافتی که در آن از معنا در آنچه مخاطبان وارد تجربه رسانه‌ای خود می‌سازند (برداشت‌گزینی)، بافتی که در آن از رسانه‌ها استفاده می‌کنند (همسازی) و علت و چگونگی استفاده آن‌ها از رسانه‌ها (استفاده و رضامندی) قرار می‌گیرد. برنامه درسی سواد رسانه‌ای برای موفقیت نیاز به مشارکت و همکاری معلمان، مدیران، متخصصان و والدین دارد (براون^۳، ۲۰۱۳: ۸۵).

1- Oxstrand

2- UNESCO

3- Brown

به منظور تحقق مهمترین هدف آموزش و پرورش که آماده‌سازی کودکان و نوجوانان برای زندگی در جامعه است، انتظار می‌رود آموزش و پرورش با تغییرات اجتماعی، سیاسی و اقتصادی در سطح ملی و بین‌المللی متناسب و هم‌جهت باشد. اگر آموزش و پرورش با رویکردهای جهانی همسو نباشد، منسوخ خواهد شد و آموزش‌های غیر رسمی و فراملی جای آموزش‌های آن را خواهد گرفت (آلین، ۲۰۰۵: ۳۵).

مکدونالد (۲۰۰۸) از کمبود پژوهش با روش‌های آزمایشی در کلاس‌های درس آموزش سواد رسانه‌ای به‌عنوان یک مشکل بزرگ نام برده است. فناوری اطلاعات و ارتباطات یکی از جدیدترین فناوری‌های ساخته‌شده به دست بشر توانایی گردآوری، سازماندهی، ذخیره و بازتاب اطلاعات را در قالب تصویر، صوت، متن‌های نوشتاری و عددی را دارد که با استفاده از ابزارهای رایانه‌ای و به‌کارگیری سیستم‌های مخابراتی محقق می‌شود (معطی، ۱۳۹۳: ۳۵). با ورود فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات در تعلیم و تربیت، مهارت‌های یادگیری بلندمدت و مادام‌العمر مستقل ترغیب می‌گردد (بهرنگی، ۱۳۹۳: ۳۴). از سویی آموزش سواد رسانه‌ای از راه رسانه‌ها، مورد توجه بسیاری از نهادهای بین‌المللی، دولت‌ها و نهادهای مردمی فعال در حوزه آموزش سواد رسانه‌ای بوده است. کشور کانادا به‌عنوان یکی از موفق‌ترین الگوهای آموزش سواد رسانه‌ای در جهان، علاوه بر قرار دادن آموزش سواد رسانه‌ای در برنامه‌های درسی مدارس این کشور، با تشکیل انجمن‌های متعدد و فراوان آموزش سواد رسانه‌ای، از جمله "انجمن آگاهی رسانه‌ای" اقدامات مؤثری در این زمینه انجام داده است (شیری، ۱۳۹۲: ۳۶).

برد فورد^۱ (۲۰۱۸) نشان داد آموزش سواد رسانه‌ای باعث می‌شود افراد شرکت‌کننده در دوره آموزش سواد رسانه‌ای درباره پیام‌های تجاری، بیشتر تردید کنند زیرا از تکنیک‌های استفاده شده توسط تبلیغ‌کنندگان برای متقاعد کردن بیننده آگاه‌تر هستند. ملیسا فریدمن^۲ (۲۰۱۸) نشان داد هرچند که آموزش سواد رسانه‌ای در آمریکا، همچنان در حال پیشرفت است اما کمبود فراگیر تحقیقات تجربی درباره فعالیت‌های آموزش سواد رسانه‌ای در کلاس‌های درسی به‌عنوان یک مشکل بزرگ مطرح است. لاو^۳ (۲۰۱۸) نشان داد برنامه‌های آموزش سواد رسانه‌ای، فعالیت‌های

^۱- Bradford

^۲- Fridman

^۳- Love

شامل مولفه تحلیلی- تولیدی، بهتر از فعالیت‌های صرفاً دارای مولفه‌های تولیدی بر مهارت‌ها تاثیر داشتند. وود^۱ (۲۰۱۷) نشان داد دانش‌آموزان گروه سواد رسانه‌ای موردبررسی، از گروه کنترل، در درک خواندن مطلب، درک دیداری و نیز فهم پاراگراف‌های بلند، امتیاز بیشتری گرفتند و در خصوص مهارت‌های نوشتاری، اشتباه‌های کمتری داشتند. روبرت^۲ (۲۰۱۶) در نشان داد زمینه‌های آگاهی از تولیدات رسانه‌ای و تکنیک‌های به کار گرفته‌شده مانند موسیقی، رنگ، دانش رسانه‌ای، اقتصاد رسانه‌ها، استراتژی فعالیت رسانه‌ها، آگاهی از تأثیرات و ساختار رسانه‌ها، حامیان رسانه و دخالت در رسانه‌ها معنادار هستند.

احمدی و همکاران (۱۳۹۷) با هدف ارائه الگوی پیشنهادی برنامه درسی آموزش سواد سیاسی در دوره متوسطه اول، ضمن ارائه تعاریف سیاست مبتنی بر سه رویکرد کلاسیک، جدید و اسلامی، به مفهوم پردازی سواد سیاسی و استخراج مولفه‌های آن پرداخته و با توجه تناظر میان مولفه‌های سواد سیاسی و ویژگی‌های رشدی دوره اول متوسطه و مبانی برنامه درسی، اقدام به تبیین عناصر ده‌گانه برنامه درسی آموزش سواد سیاسی با محوریت منطق برنامه‌نموده‌اند. روش‌اندل و همکاران (۱۳۹۶) با توجه به رویکرد نظام‌مند مورد استفاده در این پژوهش ۸ معیار مهم در این بخش شناسایی نموده بود که شامل تولید محتوایی رسانه‌ای، توانمندسازی جامعه، آموزش سواد رسانه‌ای، تدوین سیاست‌گذاری سواد رسانه‌ای، بسترسازی در جامعه، آینده‌گرایی، ارتباط با بخش‌های جامعه و در نهایت ویژگی‌های جمعیت شناختی بوده است. صلواتیان و همکاران (۱۳۹۵) نشان‌داد در الگوی بومی آموزش سواد رسانه‌ای به نوجوانان در ایران، دو نهاد آموزش و پرورش و صدا و سیما، نقش بسزایی در آموزش سواد رسانه‌ای دارند.

وجود کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای در نظام آموزشی کشورمان با تمام نقاط قوت و ضعفش فرصت مغتنمی بشمار می‌آید و شاکله علمی این کتاب به‌عنوان اولین کتاب در این حوزه نسبتاً قابل‌قبول است و این کتاب برای گروهی از افراد خودجوش و علاقه‌مند به این حوزه تدوین نشده است؛ بلکه برای دانش‌آموزی که ذهنش خالی از بحث سواد رسانه‌ای است، تدوین شده است؛ بنابراین محقق علاقه‌مند است در این زمینه به بررسی پرداخته و الگویی مطلوب جهت بهره‌مندی هر چه بیشتر از فرصت‌های پیش رو طراحی و اعتبارسنجی نماید. پژوهش حاضر در پی ارائه

^۱ - Wood

^۲ - Robert

الگویی مطلوب جهت آموزش سواد رسانه‌ای در دوره متوسطه که زمینه ساز ورود به دانشگاه و جامعه است، می‌باشد که بتوان با استفاده از آن، زمینه اجرای سواد رسانه‌ای را فراهم سازد. با توجه به مطالب بیان شده، پژوهش حاضر به دنبال بررسی این مسئله است که الگوی مطلوب در آموزش سواد رسانه در دوره متوسطه چگونه است و چگونه می‌توان آن را اعتباریابی نمود؟

سوالات تحقیق

- ۱) چه نقدهایی بر رسانه‌ها و فنون خلق پیام رسانه‌ای در دوره‌ی متوسطه وارد است؟
- ۲) چه نقدهایی بر نادیده‌های رسانه در دوره‌ی متوسطه وارد است؟
- ۳) چه نقدهایی بر مخاطب‌شناسی در دوره‌ی متوسطه وارد است؟
- ۴) چه نقدهایی بر رسانه و سبک زندگی در دوره‌ی متوسطه وارد است؟
- ۵) چه نقدهایی بر رژیم مصرف رسانه‌ای در دوره‌ی متوسطه وارد است؟
- ۶) چه آسیب‌ها و فرصت‌هایی را آموزش سواد رسانه در اختیار دانش‌آموزان متوسطه قرار می‌دهد؟
- ۷) چه الگو و یا چارچوب را برای آموزش سواد رسانه (بومی) می‌توان ارائه نمود؟

روش تحقیق

از آن جایی که در این پژوهش در پی طراحی یک مدل یا نظریه برآمده از داده‌ها بود، لذا روش نظریه‌پردازی داده‌بنیاد انتخاب شد. در این روش، محقق سعی نمود از دل داده‌های جمع‌آوری شده به نظریه و یا مدلی براساس اهداف و سؤال تحقیق برسد. برای جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز تحقیق از روش مصاحبه عمیق استفاده شد. علاوه بر روش مصاحبه در این پژوهش با بررسی کتابخانه‌ای اسناد و مدارکی که مربوط به سواد رسانه‌ای و راهکارها و الگوهای آموزش آن در دنیا است، شامل کتاب‌ها، مقاله‌ها، پایان‌نامه‌ها، بیانیه‌ها و توصیه‌های سازمان‌های بین‌المللی چون یونسکو و اتحادیه اروپا، تاریخچه کشورهای برتر در زمینه آموزش سواد رسانه‌ای و الگوها و مدل‌های اجرایی کشورهای مختلف، سعی شده در جهت تسهیل دسترسی به اهداف تحقیق و پرکردن خلأهای مصاحبه‌ها، برای رسیدن به الگوی مطلوب استفاده شد. در انجام گرفتن روش نظریه‌سازی داده‌بنیاد، پژوهشگر به گردآوری داده‌های کیفی از طریق مشاهده، مصاحبه و تجزیه و تحلیل متنی پرداخته شده، آن‌ها را کدبندی کرده و متغیرهای اصلی را یافته و به بررسی روابط متغیرها پرداخته

شد. جامعه مورد بررسی، سه گروه از خبرگان و متخصصان را شامل می‌شود: اساتید و پژوهشگران حوزه ارتباطات، خصوصاً افرادی که در زمینه سواد رسانه‌ای تخصص داشته و یا کار پژوهشی انجام داده‌اند. متخصصان و خبرگان حوزه آموزش و پرورش، بخصوص برنامه‌ریزان و مدیران دغدغه‌مند در زمینه آموزش سواد رسانه‌ای در وزارت آموزش و پرورش. معلمانی که سال‌ها در زمینه آموزش سواد رسانه‌ای به دانش‌آموزان تجربه‌های ارزشمندی کسب کرده و توانسته‌اند به راهکارهای عملی و کاربردی در این زمینه دست یابند. روش اجرا بدین صورت است که مصاحبه بین افراد تا زمانی ادامه می‌یابد که به جواب‌های تکراری دست پیدا کنیم و پاسخ سوالات اشباع شود و در پژوهش حاضر ۱۵ مصاحبه انجام شد که به نقطه اشباع رسید. برخی از افرادی که مورد مصاحبه قرار گرفتند عبارت‌اند از: قائم مقام معاونت آموزش و پژوهش رسانه ملی، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی آموزش و پرورش و دانشگاه آزاد اسلامی و پیام نور، معاون برنامه‌ریزی و نظارت و ارزشیابی شورای عالی آموزش و پرورش و معلمان آموزش سواد رسانه‌ای مدارس برتر شهر تهران. ابزار گردآوری داده‌های مورد نیاز در این پژوهش، هم از روش تحلیل اسنادی و هم مصاحبه بود. در این خصوص ابتدا ادبیات مربوطه مرور و سپس ابزار اندازه‌گیری با توجه به الگوی اولیه در قالب فیش برداری از اسناد طراحی و اجرا می‌گردد که اعتبارسنجی مدل بر مبنای مدل پژوهش مورد آزمون قرار گرفت. در ادامه پس از نظرخواهی و گرفتن تایید خبرگان به همراه مصاحبه، سنجش عوامل در بین پاسخ‌دهندگان انجام شد. در نهایت الگوی بدست آمده در این مرحله با تایید و تعدیل خبرگان به الگوی اثربخش ختم شد.

تحلیل داده‌ها در روش نظریه‌زمینه‌ای شامل سه مرحله کدگذاری باز (بدوی)، محوری و گزینشی است و طی این سه مرحله است که داده‌های جمع‌آوری شده مرحله به مرحله انتزاعی‌تر شد تا در نهایت نظریه و یا مدل حاصل گردید. در تحقیق حاضر برای اعتمادسازی از سه عامل استفاده شد. در گردآوری داده‌ها از چند روش، هم از روش تحلیل اسنادی و هم مصاحبه استفاده شد. عامل بازرسی مسیر کسب اطلاعات، بهره‌بردن از تیم پژوهشی و مشورت با متخصصان این حوزه، توانست پژوهشگر را در رسیدن به اهداف تحقیق یاری نماید. در مورد عامل واریاسی از سوی افراد تحت بررسی نیز، با ارسال الگوی نهایی برای مشارکت‌کنندگان در پژوهش و اخذ نظرات و نهایتاً

تأیید ایشان سعی در افزایش قابلیت اعتماد یافته ها شد. پس از پایان مصاحبه، به خارج کردن کد های پرداخته شد، بدین صورت که به سازماندهی و دسته بندی داده ها پرداخته شد و سپس به کدگذاری اطلاعات مهم پرداخته شده و اسناد متنی کدگذاری گردید.

یافته ها

جهت کدگذاری متون مصاحبه ها، از نرم افزار مکس کیودا استفاده شده است. در ابتدا فایل ورد متن هر مصاحبه به تفکیک، داخل نرم افزار Document system سیستم اسناد که همه اسناد، عکس ها، متون، فایل های پی دی اف و... در آن ذخیره می شود. فراخوانی شده و سپس تک تک جملات هر مصاحبه در بخش در Code system ایجاد و کدگذاری شدند و به هر کلمه یا کلمات هم معنی یک کد اختصاص یافت.

کدگذاری مقدماتی: در گام نخست با ارائه سوالات مصاحبه پژوهش و جداول مقوله های مصاحبه شونده ها، با رویکرد روش تحقیق کیفی تعداد زیادی شاخص از متون مذکور مربوطه استخراج گردید.

تا چه میزان فنون خلق پیام رسانه ای، نادیده های رسانه، مخاطب شناسی، فصل رسانه و سبک زندگی، رژیم مصرف رسانه ای قوی عمل کرده است و شما نظری در بهبود عملکرد فصول اشاره شده دارید و در خصوص پیچیدگی های رسانه ای در فصول مورد اشاره چیست و در خصوص نقاط قوت وضعف و مشکلات و آسیب ها و فرصت های فصول مورد اشاره چه نظری دارید؟ مسائل مطرح شده متناسب با سن دانش آموزان می باشد؟ و سبب استفاده هوشمندانه از رسانه ها می شود؟ چه پیشنهاداتی دارید؟

در ادامه به بررسی، کدگذاری و تعیین شناسه های پژوهش حاضر پرداخته شد. پس از حصول اطمینان از استخراج متغیرها، مجموعه ای از متغیرها به انضمام تعاریف عملیاتی هر کدام فراهم شد که می توان آن را دستور العمل مقدماتی کدگذاری نامید.

شناسایی مقوله های اصلی و فرعی: پس از اتمام کدگذاری، ورود اطلاعات به نرم افزار MAXQDA شروع می شود. چنانچه حجم اطلاعات زیاد باشد، می توان ورود اطلاعات را همزمان با کدگذاری انجام داد، یعنی پس از اینکه میزانی از حجم نمونه کدگذاری شد و اطلاعات قابل توجهی به دست آمد، دو نفر از همکاران وظیفه ورود اطلاعات به نرم افزار MAXQDA را

بر عهده می‌گیرند. در ابتدا، به برگه‌های مصاحبه نیز شماره مسلسل اختصاص می‌یابد. این عمل به منظور بازیابی سریع ردیف‌ها به منظور تطبیق مصاحبه‌ها با فایل ایجاد شده و اصلاح اطلاعات صورت می‌گیرد. در این صورت چنانچه در کدگذاری یا ورود اطلاعات اشتباهی صورت گرفته باشد، به راحتی می‌توان ردیف آن را پیدا کرد. پس از خاتمه ورود اطلاعات، نوبت به پردازش آن می‌رسد. منظور از پردازش، استفاده از روش‌های مختلف به منظور خلاصه کردن و طبقه بندی داده‌هاست تا از این طریق بتوان به توصیف و تحلیل نتایج تحقیق دست یافت. در واقع با پردازش اطلاعات، پاسخ به پرسش‌های تحقیق به دست می‌آید.

تحلیل محتوای کیفی اغلب بوسیله برنامه‌های رایانه‌ای مانند NVivo، ATLAS، MAXQDA انجام می‌شود. برنامه‌ها از نظر پیچیدگی متفاوتند اما هدف مشترک آن‌ها کمک به محقق در سازماندهی، مدیریت و کدگذاری داده‌های کیفی به شیوه‌ای مؤثرتر است. عملکردهای اساسی که توسط این برنامه‌ها حمایت می‌شوند، شامل: ویرایش متون، کد و یادداشت‌گذاری، کدگذاری، بازنویسی متون و دست‌کاری طبقه‌ها است. برخی برنامه‌ها حتی تاریخچه کدگذاری را نیز ثبت می‌نمایند تا به محققان اجازه دهد سیر تکاملی خودشان را دنبال نمایند. هر زمان که محقق با بیش از چند متن سر و کار دارد و یا با یک تیم کار می‌کند بایستی از اینگونه نرم افزارها برای کمک به تلاش‌های خود استفاده نماید (جورچ و همکاران^۱، ۲۰۱۴: ۲۶).

پس از تحلیل داده‌های کیفی پژوهش در مرحله کدگذاری باز از کدای مفهومی اولیه حاصل شده، پس از بررسی و مطابقت این کدها و حذف کدهای تکراری، به سوالات در قالب جدول پاسخ داده شد.

جدول ۱. نادیده های سواد رسانه ای

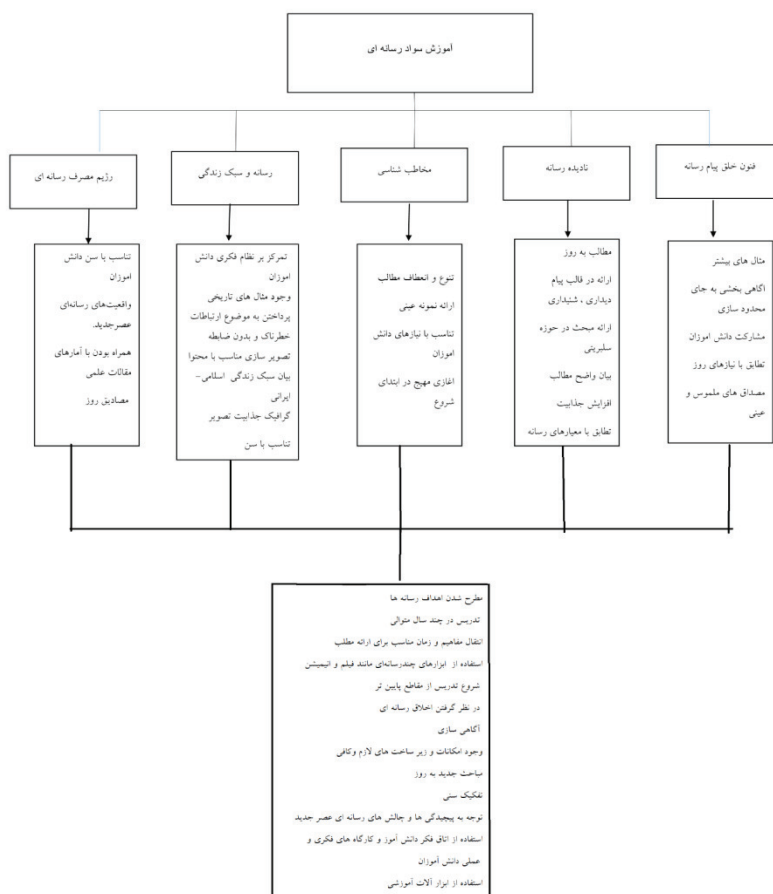
فنون خلق پیام رسانه	نبودن مثال های بیشتر، اختیاری بودن این کتاب، محدود سازی به جای آگاه کردن، عدم امکانات در تهیه و خلق رسانه توسط خود دانش آموزان، مطابق نبودن با نیازهای روز و نبود مصداق هایی قابل درک تر و ملموس تر
نادیده های رسانه	به روز نبودن مطالب، نبود مثال های امروزی، عدم پیام های دیداری و شنیداری و اتکا به پیام های نوشتاری، عدم اشاره به بحث سلبریتی ها، عدم بیان واضح مطالب، تدوین بسیار کلیشه ای، رسمی، سازمانی و کلاسیک و عدم جذابیت لازم و کافی، عدم تطابق با رسانه شناسی
مخاطب شناسی	عدم مباحث به روز تر، عدم تنوع و انعطاف، عدم ارائه نمونه های عینی تر، عدم تناسب با دنیای واقعی و نیازهای دانش آموزان و نسل جدید، آغازی خشک در ابتدای کتاب
رسانه و سبک زندگی	عدم تمرکز بر نظام فکری دانش آموزان، نبودن مثال های تاریخی، نپرداختن به موضوعات ارتباطات خطرناک و بدون ضابطه، تصویر سازی نامناسب، عدم تنوع، بیان نکردن سبک زندگی اسلامی و ایرانی، عدم جذابیت تصویر سازی و گرافیک، عدم تناسب با سن دانش آموزان.
رژیم مصرف رسانه ای	مشخص نبودن حدود کتاب برای سنین مختلف، همراه نبودن با آمارهای مقالات علمی، کم بودن مثالها و مصداق روز ، فاصله با چالش ها و ماجراها و واقعیت های رسانه ای عصر جدید.
آسیب آموزش سواد رسانه ای	آموزش ناصحیح رژیم رسانه ای، ارتباطات نامناسب، ارائه آموزش توسط افراد غیر متخصص و فاقد دانش لازم و کافی، نبود زیر ساخت لازم برای این نوع درس های جدید
فرصت سواد رسانه ای	بحث بازاریابی، تولید محتوا، پاسخ دادن به نیاز سرگرمی، تقویت آگاهی و هوشمندی برخورد با رسانه، استفاده مثبت از تشکیل اتاق های فکر از فضای این درس جدید، چالش گری و دانش افزایی

در این مرحله از کد گذاری، تم های اصلی و تم های فرعی پژوهش مشخص شدند.

جدول ۲. تم‌های اصلی و فرعی

شماره مصاحبه‌شوندگان	تم اصلی	تم فرعی
p1, p2, p4, p6, p12, p13, p14	فنون خلق پیام رسانه	فقدان مثال‌های بیشتر،
p2, p5		اختیاری بودن این کتاب،
p5, p12	عدم امکانات در تهیه و خلق رسانه توسط خود دانش‌آموزان،	محدود سازی به جای آگاه کردن
p6		مطابق نبودن با نیازهای روز
p1, p5, p7, p9, p10, p11, p12, p13, p15		مصادق‌هایی قابل درک‌تر و ملموس‌تر
p1, p8, p9	نادیده‌های رسانه	به روز نبودن مطالب
p1, p2, p5, p6, p7, p9, p10, p11, p12, p13, p15		فقدان مثال‌های امروزی
p1, p6, p15	عدم پیام‌های دیداری و شنیداری و اتکا به پیام‌های نوشتاری	عدم اشاره به بحث سلبی‌ها،
p2, p15		عدم وضوح مطالب،
p9		تدوین بسیار کلیشه‌ای و رسمی و سازمانی و کلاسیک و عدم جذابیت لازم و کافی
p11		عدم تطابق با رسانه‌شناسی
p11	مخاطب‌شناسی	عدم مباحث به روز تر
P2, P6, P7, P11, P15		عدم تنوع و انعطاف،
p1, p6	عدم تناسب با دنیای واقعی و نیازهای دانش‌آموزان و نسل جدید	عدم ارائه نمونه‌های عینی تر
p1, p3, p8, p14		آغازی خشک در ابتدای کتاب
p11		عدم تمرکز بر نظام فکری دانش‌آموزان
p1	رسانه و سبک زندگی	نبودن مثال‌های تاریخی
p1, p12		نپرداختن به موضوعات ارتباطات خطرناک و بدون ضابطه
p2	عدم تنوع	تصویر سازی نامناسب
p3		بیان نکردن سبک زندگی اسلامی و ایرانی
p4, p6, p9	عدم جذابیت تصویر سازی و گرافیک	عدم جذابیت تصویر سازی و گرافیک
P7, P11, P12		عدم تناسب با سن دانش‌آموزان
p3, p9, p10	رژیم مصرف رسانه‌ای	مشخص نبودن حدود کتاب برای سنین مختلف
p4, p6, p9		همراه نبودن با آمارهای مقالات علمی
P1, P4, p11, P13	آسیب آموزش سواد رسانه‌ای	کم بودن مثالها و مصادیق روز
P1, p8, p11, P4, p11, P13, 15		فاصله با چالش‌ها و ماجراها و واقعیت‌های رسانه‌ای عصر جدید.
p1, p4, p11	فرصت سواد رسانه‌ای	آموزش ناصحیح رژیم رسانه‌ای
p1, p6, p7, p11, p13, p15		ارتباطات نامناسب
p11	تولید محتوا	ارائه آموزش توسط افراد غیر متخصص و فاقد دانش لازم و کافی
p6		فقدان زیر ساخت لازم برای این نوع درس‌های جدید
p6	پاسخ دادن به نیاز سرگرمی	بحث بازاریابی
p6		تقویت آگاهی و هوشمندی برخورد با رسانه
p6	استفاده مثبت از تشکیل اتاق‌های فکر از فضای این درس جدید،	چالش‌گیری و دانش‌افزایی
P8, P10		
P11		
P11		

طبق مدل مفهومی، آموزش سواد رسانه ای از ۵ فصل تشکیل شده است که شامل فنون خلق پیام، نادیده رسانه، رسانه و سبک زندگی، رژیم مصرف رسانه ای و مخاطب شناسی می باشد. با توجه به مصاحبه ها، هر یک از فصول دارای مشکلاتی بودند که رفع این مشکلات در ارتقای آموزش سواد رسانه ای می تواند تاثیر گذار باشد که طبق مدل مفهومی هر یک از فصول راههایی برای نقد امده است و در آخر با توجه به ابعادی که برای هر یک از فصول بیان شده، به یک الگوی واحد برای کل کتاب در نظر گرفته است که ۱۳ گویه معرفی شده است.



شکل ۱. مدل مفهومی پیشنهادی

بحث و نتیجه گیری

در مورد سوال چه نقدهایی بر رسانه‌ها و فنون خلق پیام رسانه‌ای در دوره‌ی متوسطه وارد است؟ در رابطه با نقد در فصل رسانه‌ها و فنون خلق پیا رسانه‌ای شامل نبودن مثال‌های بیشتر و ساده‌گویی و قابل فهم بودن برای بچه‌ها (۷ نفر)، درس اختیاری این کتاب (۲ نفر)، محدود سازی به جای آگاه کردن (۲ نفر)، عدم امکانات در تهیه و خلق رسانه توسط خود دانش آموزان (۱ نفر)، مطابق نبودن با نیازهای روز و نبود (۹ نفر)، مصداق‌هایی که می‌بایستی قابل درک تر و ملموس تر (۳ نفر)، باشد را می‌توان نام برد که مصاحبه کنندگان به آن اشاره نموده‌اند. چه نقدهایی بر نادیده‌های رسانه در دوره‌ی متوسطه وارد است؟ در رابطه با پاسخ این سوال، می‌توان نقدهای وارده را شامل آپدیت نبودن مطالب (۱۱ نفر)، نبود مثال‌های امروزی (۳ نفر)، عدم پیام‌های دیداری و شنیداری و اتکا به پیام‌های نوشتاری است (۳ نفر)، و از دیگر نقدها می‌توان بحث سلبریتی‌ها (۲ نفر)، را اشاره نمود که در این کتاب به آن اشاره نشده است و بخش مهندسان پیام و صنعت رسانه باید خیلی بیشتر و قوی تر توضیح داده شود از سویی عدم بیان واضح مطالب (۱ نفر)، بسیار کلیشه‌ای و رسمی و سازمانی و کلاسیک تهیه و تدوین شده و جذابیت لازم و کافی (۱ نفر) را برای دانش‌آموزان ندارد و با تحولات جهانی در رسانه‌شناسی انطباق لازم را ندارد و به عبارت دیگر تکلیف دانش‌آموزان مشخص نیست و نمی‌دانند که تکنیک‌ها و تاکتیک‌ها و استراتژی‌های رسانه‌ای چه مواردی هستند (۱ نفر) و دانش‌آموزان به جمع‌بندی منسجم نمی‌رسند، باید بیشتر و با زبان قابل فهم تری ارائه شود. چه نقدهایی بر مخاطب‌شناسی در دوره‌ی متوسطه وارد است؟ در خصوص این مبحث، نقدهای مخاطب‌شناسی بدین صورت است که بایستی مباحث به روز تر شود (۵ نفر)، فصل تنوع مورد نیاز و انعطاف زیادی به خرج نداده است (۲ نفر)، ارائه نمونه‌های عینی تر (۱ نفر)، مباحث خاصی که دور از ذهن دانش‌آموز، بخش به متن و فرا متن و زیر متن در این قسمت است که خیلی قابل فهم نیست و دانش‌آموز نمی‌تواند درک درستی از آن داشته باشد. با دنیای واقعی و نیازهای دانش‌آموزان و نسل جدید انطباق ندارد و دانش‌آموزان را جذب نمی‌کند، اگر شروع فصل با یک داستان آغاز شود برای دانش‌آموزان جذاب تر خواهد بود (۱ نفر) چه نقدهایی بر رسانه و سبک زندگی در دوره‌ی متوسطه وارد است؟ عدم تمرکز بر نظام فکری دانش‌آموزان یکی از نقدهایی است که به آن اشاره شده است (۲ نفر)، نبودن

مثال های تاریخی (۱ نفر)، نپرداختن به موضوعات ارتباطات خطرناک و بدون ضابطه و آثار و نتایج آن ها (۱ نفر)، تصویر سازی نامناسب (۳ نفر)، عدم تنوع (۳ نفر)، بیان نکردن سبک زندگی اسلامی و ایرانی (۳ نفر) و چگونگی حفظ این داشته ها با ورود رسانه ها بیان نشده است که می توان از نقدهای رسانه و سبک زندگی اشاره نمود. از سویی، تصویر سازی و گرافیک کتاب به طور کلی چندان جذاب نیست (۳ نفر) و فصل جذابیت و واقعیت کافی ندارد و برای دانش آموزان نسل جدید چالش برانگیز است. از دیگر نقدهای اشاره شده بدین صورت است که مسائل متناسب با سن دانش آموزان است (۴ نفر) فقط کمی با بیان سادهتر بعضی از قسمت ها نوشته شود که دانش آموزان درک بهتری داشته باشند و فصل هایی که سبک زندگی دارد به طور مختصر است و سعی شود تعداد درس ها کمتر باشد ولی توضیحات عکس و یا فیلم بیشتر باشد. چه نقدهایی بر رژیم مصرف رسانه ای در دوره ی متوسطه وارد است؟ از نقدهای که بر فصل رژیم مصرف رسانه ای وارد است ان است که، حدود آن برای افراد و سنین مختلف مشخص نیست (۷ نفر) و سعی شود با آمارهای مقالات علمی در جهان همراه شود (۳۱ نفر) تا بچه ها قضیه را جدی بگیرند،

مثال ها و مصادیق روز در آن کم است و چالش ها و ماجراها و واقعیت های رسانه ای عصر جدید فاصله زیادی دارد (۱ نفر) و نمی تواند دانش آموزان را وادار کنند که با رعایت رژیم بهداشتی رسانه ای درصد از لذت های رسانه ای بردارند (۱ نفر) همانطور که همین دانش آموزان حاضر نیستند با اتخاذ رژیم غذایی درصد لذت غذا خوردن و فست فود و غیره بردارند چه آسیب ها و فرصت هایی را آموزش سواد رسانه در اختیار دانش آموزان متوسطه قرار می دهد؟ آسیب ها بدین صورت است که خود رسانه ها گاه علاوه بر ترغیب افراد به خواندن مطالب مفید گاه منجر به سوق دادن افراد به سمت نا دیده گرفتن رژیم رسانه ای می شوند (۱ نفر) توجه ویژه به آموزش سواد رسانه ای دقت شود و با آموزش ناصحیح حس طعمه بودن و احساس خطر دانش آموزان در انان فراهم نشود و تغییر شکل زندگی، ارتباطات نامناسب (۱ نفر)، تحت شعاع قرار گرفتن زندگی حقیقی و اعتیاد به این شبکه های می توانند از تهدیدهای شبکه های اجتماعی باشند. آسیب ها در این است که افراد غیر متخصص و فاقد دانش لازم و کافی در حال ارائه این درس جدید و دروس جدید دیگر هستند (۱ نفر) و زیرساخت لازم برای این نوع درس های جدید فراهم نشده (۱ نفر) و

تأثیرات مثبت لازم و کافی را روی دانش‌آموزان نگذاشته است و باعث سوء فهم و بدبینی های متنوع می‌شود و از فرصت‌ها می‌توان به بحث بازاریابی، تولید محتوا (۱ نفر)، پاسخ دادن به نیاز سرگرمی (۱ نفر)، تولید محتوای خوب در حوزه سرگرم و تولید محتوای تخصصی (۱ نفر) از فرصت‌های شبکه‌های اجتماعی برای جوانان است که زمینه برای آگاهی و هوشمندی برخوردار با رسانه‌ها (۲ نفر) در افراد تقویت می‌شود. می‌توان با سیستم سازی و نهاد سازی و همکاری‌های بخش خصوصی و کارهای تیمی و شبکه‌های و تشکیل اتاق‌های فکر (۱ نفر) از فضای این درس جدید استفاده مثبت کرد و دانش‌آموزان را در وجود چالش‌گری و دانش‌افزایی و انگیزه‌یابی و نقش‌آفرینی و ماجراجویی (۱ نفر) مثبت نمود اشاره بود.

مسئله سواد رسانه‌ای، مسئله‌های مهم و در خور تأمل و از ضروریات مهم زندگی است. در حالی که بسیاری از کشورهای دنیا از قبیل کانادا، ژاپن، استرالیا، آلمان، انگلیس، آمریکا، کشورهای اتحادیه اروپا، ترکیه، آموزش سواد رسانه‌ای را وارد نظام آموزشی خود کرده‌اند. وجود کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای در نظام آموزشی کشورمان با تمام نقاط قوت و ضعفش؛ فرصت مغتنمی محسوب می‌شود؛ و شاکله علمی این کتاب، به عنوان اولین کتاب در این حوزه، به نسبت قابل قبول است. یادمان باشد که این کتاب برای گروهی از افراد خودجوش و علاقمند به این حوزه تدوین نشده است، بلکه برای دانش‌آموزی که ذهنش خالی از بحث سواد رسانه‌ای است تدوین شده است. پیشنهاد می‌شود اگر قصد داریم به صورت جدی و علمی به دانش‌آموزان سواد رسانه‌ای یاد بدهیم، مناسب‌تر آن است که سواد رسانه‌ای را، به صورت یک پیوستار در نظام آموزش و پرورش در نظر بگیریم؛ چراکه فلسفه آموزش سواد رسانه‌ای هرچه از سنین پایین‌تر آغاز شود، اثربخش‌تر خواهد بود و تدوین برنامه درسی آموزش سواد رسانه‌ای در وزارت آموزش و پرورش در دوران تحصیلات ابتدایی با مشارکت صاحب‌نظران و پژوهشگران فعال حوزه سواد رسانه‌ای پیشنهاد می‌گردد. همچنین نیاز سنجی از دانش‌آموزان و برنامه‌ریزی دوره‌های آموزش سواد رسانه‌ای متناسب با نیازها، مصرف رسانه‌ای، شرایط سنی و تحصیلی آنها و برنامه‌ریزی‌های آموزشی مربوط به دانش‌آموزان با مشخص شدن الگوی مصرف رسانه‌آنان می‌تواند به تأثیراتی عمیق‌تر و کنترل‌شده منجر گردد که این امر برنامه‌ریزان را به اهداف خود

نزدیک تر می نماید. همچنین با آگاهی از میزان و زمینه تأثیر هر رسانه، می توان برنامه ریزی متناسب با آن رسانه را اجرا نمود و به نتایج مورد انتظار نائل گشت.

منابع

- ابوالفتحی، محمد. ترکمنی، مجتبی. (۱۳۹۵). **آموزش سواد رسانه ای در نظام آموزشی**، نخستین همایش ملی برنامه ریزی و تحول نظام آموزشی.
- احمدی، غلامعلی. عصاره، علیرضا. احمدی طباطبایی، محمدرضا. امینی زرین، علیرضا. (۱۳۹۷). طراحی الگوی پیشنهادی برنامه درسی آموزش سواد سیاسی در دوره متوسطه اول، **مطالعات برنامه درسی**، ۱۳ (۴۹): ۴۰-۵۶.
- باکینگهام، دیوید. (۱۳۹۰). **آموزش رسانه ای**، ترجمه حسین سرفراز. تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).
- بیران، صدیقه. (۱۳۸۲). سواد رسانهای در برخورد با خشونت رسانهای، **ایران**، ۲۳ مهرماه، شماره ۲۶۰۹ بصیریان جهرمی، حسین. بصیریان جهرمی، رضا. (۱۳۹۵). درآمدی به سواد رسانهای و تفکر انتقادی، **فصلنامه رسانه**، ۱۷ (۴): ۳۳-۵
- بهرنگی، محمدرضا. (۱۳۹۳). **چکیده مقالات اولین همایش ملی جهانی شدن تعلیم و تربیت**، تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی دانشگاه تهران.
- روشندل اربطانی، طاهر. غلامپور، مسعود. موسویان، سیداحمد. بیدآبادی، حجازی و راد، علیرضا. (۱۳۹۶). **ارایه و بررسی عوامل موثر بر ارتقاء سیاستگذاری سواد رسانه ای در بین نوجوانان در شبکه های اجتماعی**، دهمین کنفرانس بین المللی اقتصاد و مدیریت، رشت.
- سیف، علی اکبر. (۱۳۸۶). **روانشناسی پرورشی: روانشناسی یادگیری و آموزش**، انتشارات آگاه.
- شاه حسینی، وحیده. نوری راد، فاطمه. (۱۳۹۵). تبیین الگوی آموزش سواد رسانه ای در نظام آموزش و پرورش، **نشریه رسانه**، ۱۰۲ (۱): ۳۳-۱۵.
- شیرینی، حسینیه السادات. (۱۳۹۲). **آموزش سواد رسانه ای در فضای مجازی، مقایسه وب سایت مدیا استمارتس کاندا و وب سایت سواد رسانه ای ایران**، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبائی.
- صلواتیان، سیاوش. حسینی، بشیر. معتضدی، سینا. (۱۳۹۵). طراحی الگوی آموزش سواد رسانه ای به نوجوانان، **نشریه مطالعات برنامه ریزی آموزشی**، ۱۰ (۴): ۲۵-۴۰.
- طلوعی، علی. (۱۳۹۱). **سواد رسانه ای: درآمدی بر شیوهی یادگیری و سنجش**، تهران: دفتر مطالعات و برنامه ریزی رسانه ها.
- علیزاده، رقیه. عبدلی سلطان، احمد. (۱۳۹۴). **تأثیر آموزش سواد رسانه ای بر مهارتهای تفکر انتقادی دانش آموزان**، کنفرانس بین المللی پژوهش در علوم و تکنولوژی.
- گاگن، بریجز. واگر، واگر. (۱۳۷۴). **اصول طراحی آموزشی**، ترجمه خدیجه علی آبادی، انتشارات دانا.

معطی، ساعده. (۱۳۹۳). **کاربرد فناوری اطلاعات و ارتباطات و راهبردهای آن در تعلیم و تربیت**، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبائی.

- Branch, R. M. & Kopcha, T. J. (2014). **Instructional design models**, In Handbook of research on educational communications and technology, Springer New York.
- Brown, J. A. (2013). **Television', Critical Viewing Skills', Education: Major Media Literacy Projects in the United States and Selected Countries**, Routledge.
- Dick, W. Carey, L. & Carey, J. O. (2005). **The systematic design of instruction**, The, 8th Edition, Florida State University.
- Oxstrand, B. (2009). **Media literacy education-A discussion about media education in the western countries**, Europe and Sweden. Paper presented at the Nordmedia09 conference in Karlstad University, Sweden.
- Potter, W.J, (2008). **Media Literacy**, 4TH ed, Sage publication.
- Richey, R. C. Klein, J. D. & Tracey, M. W. (2011). **The instructional design knowledge base: Theory, research, and practice**, Routledge
- Robert, L. (2016). Holistic Media Education: An Assessment of the Effectiveness of a College Course in Media Literacy, **Communication Quarterly**, 56 (1): 49-68.
- Serafin, Gina. M. (2011). **Media mindfulness Developing the ability and motivation to process advertisements**, ProQuest, UMI Dissertation Publishing.
- Silber, K. H. (2007). A Principle-Based Model of Instructional Design: A New Way of Thinking about and Teaching ID, **Educational Technology**, 47(5): 5-19.
- Singh, N. (2016). Information Literacy in India and Germany: UniversityLibraries as Activators of Life-long Learning, **DESIDOC Journal of Library & Information Technology**, 32(3): 118-133.
- Sirku, K & B Sol & G Arnolds, (2010). **Media literacy Education, Nordic perspectives**, Nordicom publications.
- Sur, E. (2014). Primary School Second Grade Teachers' and Students' Opinions on Media Literacy, *Comunicar*, **Media Education Journal**, 21 (42):119-127.
- UNESCO. (2011). **Media and Information Literacy curriculum for Teacher**, Edited: Carolyn Wilson, Alton Grizzle, Ramon Tuazon, Kwame Akyempong, Chi-Kim Cheung.
- Van de Vord, R. (2010). Distance students and online research: Promoting information literacy through media literacy, **Internet and Higher Education**, 13 (3): 170- 175.
- Whitworth, A, S McIndoe, and C Whitworth. (2011). Teaching media and information literacy to postgraduate students, **Innovation in Teaching and Learning in Information and Computer Sciences**, 10 (1): 35- 42.

- Wood, E. (2017). **Media Literacy Education: Evaluating Media Literacy Education in Colorado Schools**, A Dissertation submitted to faculty of Education for degree of Master of Arts, University of Denver.
- Yates. Bradford.L (2018). **Media literacy and attitude change: Assessing the effectiveness of media literacy training on children's responses to persuasive messages**, Retrieved 21/3/2012 From: [http:// www.westga.edu/~byates/media1.htm](http://www.westga.edu/~byates/media1.htm)