

طراحی سیستم آموزشی سواد رسانه ای به نوجوانان

فاطمه عارضی^۱، نرگس حسن مرادی^۲ * و سجاد مهدی زاده^۳

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۲/۰۵

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۵/۱۳

چکیده:

پژوهش حاضر با هدف طراحی سیستم آموزش سواد رسانه‌ای به دانش‌آموزان مقطع دوم متوسطه در سال ۱۴۰۲ انجام شده است. در این مقاله از روش‌های کیفی و کمی به صورت متوالی بهره برده شده است. مرحله اول پژوهش به کمک پرسشنامه از ۳۸۴ نمونه دانش‌آموزان سطح سواد رسانه‌ای آنها سنجیده شد، سپس به کمک تمامی منابع مربوطه با در نظر گرفتن کد گذاری پیرامون موضوع مورد بحث، سرفصل‌های مناسب برای تدریس این سواد تعریف شده و سپس در این مرحله که با روش پیمایشی است ۸ نفر از متخصصین به روش زنجیره ای انتخاب شده و مورد مصاحبه قرار گرفتند تا صحت و اهمیت سرفصل‌های انتخاب شده سنجیده شود. حجم نمونه بر اساس قانون اشباع نظری تعیین شده است. یافته‌های به دست آمده نشان داد سرفصل‌های آموزش سواد رسانه‌ای شامل ۸ مولفه درک پیام رسانه‌ای و اجزای آن، ارزیابی منابع و سوگیری، شهروندی دیجیتال و حریم خصوصی آنلاین، سواد خبری و بررسی حقایق، سواد رسانه ای و رسانه‌های اجتماعی، سواد رسانه و تبلیغات، سواد رسانه و رسانه‌های تصویری، تولید رسانه و فرهنگ آن است. برای محاسبه ضریب توافق متخصصان نسبت مجموع افرادی که گزینه‌های خیلی زیاد و زیاد را انتخاب کرده بودند به کل متخصصین تقسیم شد. بررسی ضرایب توافق در خصوص همه سرفصل‌های آموزشی و روش‌های آموزش بالاتر از ۰.۶ است که حاکی از اعتبار نتایج به دست آمده است.

کلیدواژه‌ها: سواد رسانه ای، طراحی سیستم آموزش، دانش‌آموزان

^۱ دانشجوی دکترا گروه مدیریت آموزشی، دانشکده علوم انسانی، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

^۲ دانشیار گروه مدیریت آموزشی، دانشکده علوم انسانی، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. (نویسنده مسئول)

Email: Morade_n@yahoo.com

^۳ استادیار گروه فرهنگ و تربیت، دانشکده فرهنگ و ارتباطات، دانشگاه امام صادق علیه السلام، تهران، ایران

* این مقاله مستخرج از رساله دکتری خانم فاطمه عارضی در دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال می باشد*

Designing a Media Literacy Training System for Teenagers

The present research was carried out with the aim of designing a media literacy education system for second year high school students in 1402. For this purpose, qualitative and quantitative methods have been used in the form of a mixed qualitative and quantitative exploratory design. The first stage of the research was measured with the help of a questionnaire from 384 samples of students, their level of media literacy, then with the help of all sources Relatedly, taking into account the coding around the topic under discussion, the appropriate headings for teaching this literacy have been defined, and then in this stage, which is a survey method, 8 experts were selected in a chain method and interviewed to determine the validity and importance. The selected headings should be measured. The sample size is determined based on the theoretical saturation law. The findings showed that the topics of media literacy education include 8 components of understanding the media message and its components, evaluation of sources and bias, digital citizenship and online privacy, news literacy and fact checking, media literacy and social media, literacy Media and advertising, media and visual media literacy, media production and its culture. In order to calculate the agreement coefficient of the experts, the ratio of the total number of people who chose too many options was divided by the total number of experts. Checking the agreement coefficients regarding all educational topics and teaching methods is higher than 0.6, which indicates the validity of the obtained results.

Keywords: Media literacy, Education System Design, Student

مقدمه

برای زندگی در عصر تکنولوژی و ارتباطات بی شک نوجوانان ما به چیزی فراتر از علم اندوزی نیاز دارند، نیاز دارند که بیاموزند در فضای پر از اطلاعات چگونه و توسط چه منابعی به روز بمانند، از کجا اطلاعاتشان را دریافت کنند و با چه کسانی و چگونه ارتباط بگیرند. آنها به مهارت‌های ضروری برای زندگی شان نیاز دارند. در سال ۲۰۲۰ یونسکو تعریف جدیدی از سواد ارائه کرد، مطابق این تعریف ۱۲ نوع سواد وجود دارد که در سیستم های آموزشی ما اکثر آنها مغفول مانده است و بیشتر به مبحث سواد علمی پرداخته می شود. لذا لازم است سیستمی وجود داشته باشد تا این سواد ها را به نوجوانان بیاموزد.

یکی از این سوادها، سواد رسانه ای است، به تعریف یونسکو سواد رسانه یعنی فرد بداند که کدام رسانه معتبر و کدام نا معتبر است.

اگر چه تحقیقات مختلفی در کشور ما در این زمینه طی سال های اخیر انجام شده، اما این تحقیقات متمرکز بر یک حوزه بوده اند و تنها سطح سواد را در نظر گرفته اند و کمتر به ارائه روشی برای آموزش و ارتقا این حوزه ها پرداخته اند.

به عنوان مثال حسن اشرفی ریزی، دلارام حسن زاده و زهرا کاظم پور مقاله ای تحت عنوان میزان سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی در بین دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی اصفهان انجام دادند که بر اساس شاخصهای سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی یونسکو، میزان سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی اصفهان بالاتر از حد متوسط و نسبتاً مطلوب نشان داده شد. با این وجود دانشجویان در زمینه انتقال اطلاعات از طریق سخنرانی رسمی، ارائه دانسته های علمی به شکل نوشتاری و شروع فعالیت‌های جدید با اطلاعات کم وضعیت مطلوبی نداشتند. در مجموع لزوم افزایش سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی در استفاده از رسانه های چاپی الکترونیکی در این مقاله نتیجه گیری شد.

سواد رسانه ای از دیدگاه شکرخواه، درکی است متکی بر مهارت که بر پایه ی آن می توان رسانه ها و تولیداتشان را شناخت و تفکیک کرد. (شکر خواه، 1387، ص ۱۳۷) حسین زاده و محمدی سواد رسانه ای را مجموعه ای از مهارت‌ها، نگرش ها و دانش های لازم برای فهم، درک و استفاده از رسانه ها، (۱۳۸۹، ص ۷۰) تعریف کرده اند. هورتون آن را «دسترسی، تجزیه و تحلیل و تولید ارتباط در شکل های گوناگون رسانه و مصرف انتقادی محتوا (۲۰۰۷، ص ۵۴) می داند. لیوینگستون (۲۰۰۴) آن را توانایی دسترسی، درک و ایجاد ارتباطات در بافت های گوناگون تعریف می کند، ارجمندی مهارت تفکر استدلالی و نقادی را به نحوی که مخاطب بتواند درباره ی محتوای رسانه قضاوتی مستقل داشته

باشد، در برابر سواد رسانه ای قرار می دهد و آن را پیش از هر چیز، دال بر شیوه های خردمندانه ی بهره وری از رسانه و در لایه های عمیق تر، عبارت از مهارت در تفکر انتقادی درباره ی منبعی که از آن اطلاعات دریافت میکنیم، قلمداد میکند (۱۳۸۴). وی همسو با دی کیارا (۲۰۰۱) سواد رسانه ای را برای نوجوانان و دانش آموزان حیاتی می داند و در نهایت، پاتر سواد رسانه ای را چشم اندازی می داند که از آن چشم انداز ما خود را در برابر رسانه ها قرار می دهیم و معنای پیامی را که با آن روبه رو می شویم، تفسیر می کنیم؛ به عبارت دیگر، سواد رسانه ای توانایی فهم چگونگی کارکرد رسانه های جمعی است (پاتر، ۱۹۹۸؛ به نقل از دیویس)

همین طور سواد رسانه با تفکر انتقادی ارتباطی تنگاتنگ دارد.

طبق دستورالعمل (EU 2018/1808)، کشورهای عضو اتحادیه باید برای توسعه مهارت‌های سواد رسانه‌ای اقداماتی را انجام دهند. با این حال، در مورد چگونگی رویکرد کشورهای مختلف در اروپا به سواد رسانه‌ای و نحوه در نظر گرفتن این موضوع در سیاست‌های ملی، فقدان دانش وجود دارد (van Audenhove et al., 2018, p 60).

در مقایسه های بین المللی، فنلاند اغلب به عنوان پیشرو در ارتقاء سواد رسانه ای ظاهر شده است. این امر به ویژه از منظر میزان توجه به آموزش رسانه در سیاست‌ها و ساختارهای سطح ملی صادق بوده است. Tomljenović (۲۰۱۸، ص ۶) به فنلاند به عنوان موفق ترین کشور اروپایی در این زمینه خاص اشاره می کند، برای مثال، بر اساس به رسمیت شناختن سطح قانونگذاری آموزش رسانه ای، انتشار گسترده آموزش رسانه ای عملی از طریق چندین خدمات عمومی و فرهنگ جالفتاده همکاری سنجش شده است. بین سازمان های مختلف آموزش رسانه فنلاند همچنین بالاترین امتیاز را در شاخص سواد رسانه ای (Lessenski, 2019) بر اساس عوامل اجتماعی عمومی تر، از جمله اعتماد به جامعه، آزادی رسانه ها، و سطح تحصیلات دارد. فنلاند یکی از اولین کشورهای جهان بود که آموزش رسانه را در هسته ملی خود گنجانده است.

در ارتباطات، وقتی می توانیم موفق باشیم که پیام ارزش را به نحوه مطمئن و به نحوی که در مخاطب اثر بگذارد منتقل کنیم.

برای اینکه از اهمیت نقش رسانه بیشتر بدانیم لازم است موارد زیر را مورد توجه قرار دهیم:

۱- کاتر معتقد است هر اندیشه ای در باب ماهیت نقش افکار عمومی مستلزم تحلیل رسانه هاست.

۲- مردم به رسانه ها اعتماد دارند و هر چه رسانه بگوید باور دارند که واقعی است.

۳- رسانه ها در دوران بحران اهمیت ویژه ای برای مردم دارند.

۴- رسانه ها می توانند پیام خود را بطور گسترده به عموم مردم برسانند و در زمان کوتاهی هم این امر محقق می شود.

سه مرحله تحلیل در نقش رسانه ها بر افکار عمومی در منابع مختلف ذکر شده که شامل دوره قدرت مسلم رسلنه ها (۱۹۲۰ تا ۱۹۴۳) دوره حداقل اثر رسلنه ها از سال ۱۹۴۴ تا چاپ PEOPLES CHOISE و دوره پیدایش تلویزیون (دوره پیچیدگی اثرات اندیشه متمرکز بر قدرت تلویزیون ۱۹۶۰ تا ۱۹۹۵) است.

آموزش رسانه های جمعی در سال ۱۹۷۲ به برنامه های درسی آموزش پایه فنلاند وارد شد (کاپینن، ۲۰۱۰؛ کوپیانن، ۲۰۱۰؛ روکامو، و همکاران، ۲۰۱۶). وزارت آموزش و پرورش و فرهنگ از طریق تخصیص منابع، مدیریت اطلاعات و توسعه سیاست ها از ارتقای سواد رسانه ای حمایت کرده است.

سیاست های سواد رسانه ای می تواند به برقراری برابری میان افرادی که به اطلاعات و رسانه ها دسترسی دارند و ندارند و آزادی بیان کمک کند. همچنین استدلال می شود که سیاست های سواد رسانه ای می توانند از مشارکت افراد در بحث ها و مشارکت خلاق از طریق اشتراک گذاری داستان ها حمایت کنند، بنابراین، برای مثال، از تنوع فرهنگی و کثرت گرایی محافظت می کنند (یونسکو، ۲۰۱۳، صفحات ۱۲-۱۳). در مورد خود مفهوم سواد رسانه ای، توسعه سیاست سواد رسانه ای یک پدیده واضح نیست. به عنوان مثال، یونسکو چندین رویکرد مختلف را برای طراحی سیاست سواد رسانه ای، از جمله رویکرد مبتنی بر حقوق بشر، رویکرد توانمندسازی، جوامع دانش محور به رسمیت شناخته است.

چارچوب های آموزش رسانه ای دارای ویژگی های زیر است:

۱. حمایت گرایی: آموزش رسانه ای به عنوان راهی برای توسعه سواد رسانه ای افراد برای حفاظت آنها از خطرات
۲. مشارکت فرهنگی: آموزش رسانه ای به عنوان راهی برای حمایت از مشارکت مردم در فرهنگ
۳. شایستگی کاری آینده: سواد رسانه ای به عنوان یک شایستگی در نظر گرفته شده است
۴. شمول: آموزش رسانه ای به عنوان راهی برای توسعه فراگیری در میانجیگری جهان
۵. آموزش رسانه ای گسترده: آموزش رسانه دارای دامنه گسترده و تنوع بالاییست
۶. دموکراسی: آموزش رسانه ای به عنوان راهی برای ارتقاء سواد رسانه ای که یک شایستگی مرکزی

۷. امنیت ملی: آموزش رسانه ای به عنوان راهی برای ارتقاء سواد رسانه ای برای مقابله با خطرات امنیت ملی (به عنوان مثال، افراط گرایی، خشونت).

۸. جهان وطنی: آموزش رسانه ای به عنوان راهی برای ترویج درک بین فرهنگی و مسئولیت مشترک جهانی

۹. تندرستی: آموزش رسانه ای به عنوان راهی برای حمایت از رفاه افراد در دنیای واسطه در فیلیپین، مهمترین دستاورد در MIL گنجانده آن در برنامه درسی ۱۲-K-to برای دبیرستان (SHS) است. MIL یک موضوع اصلی جدایی ناپذیر برای دانش آموزان کلاس ۱۱ یا ۱۲ است. هدف این موضوع معرفی رسانه ها و اطلاعات به عنوان یک پلتفرم یا کانال ارتباطی است (راهنمای درسی MIL . d. n)، علاوه بر این، هدف این برنامه کمک به یادگیرندگان جوان است که کاربران و تولیدکنندگان پلتفرم های رسانه ای خلاق و مسئولیت پذیر باشند. در راهنمای برنامه درسی (CG منتشر شده توسط ۱۷، DepEd) موضوع در مورد MIL به شرح زیر است:

مقدمه ای بر سواد رسانه ای و اطلاعاتی، سیر تحول رسانه های سنتی به جدید، سواد اطلاعاتی، انواع رسانه ها، رسانه ها و منابع اطلاعاتی، رسانه و اطلاعات زبان، مسائل حقوقی، اخلاقی و اجتماعی در رسانه ها و اطلاعات، فرصت ها، چالش ها، و قدرت رسانه ها و اطلاعات، روند های فعلی و آینده رسانه ها و اطلاعات، رسانه ها و افراد با سواد اطلاعاتی، رسانه های مردمی، اطلاعات متنی و رسانه ها، اطلاعات تصویری و رسانه، اطلاعات صوتی و رسانه، اطلاعات حرکتی و رسانه، اطلاعات دستکاری شده و رسانه، اطلاعات و رسانه های چند رسانه ای.

بررسی کردند که چگونه سواد رسانه ای و اطلاعاتی (MIL) تاب آوری عاطفی جوانان و کودکان را در طول تجربیات غیرعادی زندگی، مانند همه گیری COVID-۱۹ تکمیل میکند. مدل های سنتی MIL در این شرایط و شرایط مشابه دو محدودیت دارند. یکی این است که چگونه سواد به طور همزمان به هر جوان/کودک (افراد) در مقابل خانواده ها، جوامع و نهاد ها (گروه ها) میرسد. در طول تجارب غیرمعمول زندگی، نیاز های روانشناختی نه تنها برای کودکان، بلکه برای بزرگسالان، خانواده های آنها و بازیگران مؤسسه ای که به طور جمعی با افراد آسیب دیده کار میکنند، افزایش مییابد (شاکان و همکاران، ۲۰۲۰).

هدف

این مقاله به بررسی نظریه ای می پردازد که جنبه های روان شناختی MIL را در موقعیت های غیرمعمول زندگی پوشش می دهد.

پژوهش حاضر با هدف طراحی سیستم آموزش سواد رسانه ای به دانش آموزان مقطع دوم متوسطه در سال ۱۴۰۲ انجام شده است. در این مقاله از روش های کیفی و کمی به صورت متوالی بهره برده شده است.

روندهای جاری زیر در سواد رسانه ای و اطلاعاتی در نشریات علمی اولیه قرن ۲۱ ام ذکر شده است:

- درک مدرن از سواد رسانه ای و اطلاعاتی در زمینه جهانی مبتنی بر این پیش فرض است که کارکرد اساسی و اصلی آن فراهم کردن دسترسی به اطلاعات و دانش و ترویج محیط های اجتماعی آزاد، مستقل و متکثر است (یونسکو)؛

- سواد رسانه ای به یک مهارت حیاتی برای یک فرد برای زنده ماندن در محیط دیجیتال مدرن تبدیل شده است؛

- چالش به حداقل رساندن خطرات آنلاین و گسترش فرصت های آنلاین بسیار گسترده است. امروزه به ویژه در زمینه آموزش کودکان و نوجوانان بسیار با اهمیت شناخته شده است.

- سواد اطلاعاتی یا دیجیتالی معمولاً در حوزه آموزشی و حرفه ای به عنوان بخشی از کار پژوهشی، بخشی از مهارت های سنتی مانند شایستگی خواندن، بخشی از مهارت های یادگیری عمومی یا بخشی از شایستگی های اساسی و حرفه ای تحلیل می شود،

- تعداد قابل توجهی از محققان امروزی بر مطالعه رفتار انسان در عرصه اجتماعی تمرکز می کنند مثل تعاملات رایانه ای و چالش های ارتباطات بین فرهنگی جهانی؛

- تمایل فزاینده ای برای ارتقاء سواد رسانه ای و اطلاعاتی برای تغییر دادن اجتماعی فعال وجود دارد؛

- گاهی سواد رسانه ای و سواد دیجیتال از ابزارهای حیاتی در برابر خطرات و دستکاری های آنلاین مختلف امروزی تلقی می شوند؛

- سواد رسانه ای و اطلاعاتی باید به طور فزاینده ای در برنامه درسی و برنامه درسی دانشگاه در سراسر جهان ادغام شود؛

- قرار است آموزش سواد رسانه ای با اعمال انتقادی دانش آموزان همراه باشد مهارت های تفکر برای پیام های رسانه ای و ایجاد متون رسانه ای خود؛ تمرکز بر زبان رسانه و تحلیل بازنمایی همچنان

در رسانه و فیلم غالب

- بررسی ویژگی های ملی ارتقاء سواد رسانه ای و اطلاعاتی در کشورهای مختلف؛
- سواد رسانه ای بین المللی در واقع به فرهنگ ها مربوط می شود و باید مبتنی بر تحلیل باشد.
استراتژی های مؤثر در فرهنگ های مختلف مورد استفاده قرار می گیرند، زیرا نمایندگان فرهنگ های مختلف تمایل به ساخت، درک، تفسیر و ارزیابی آزمون های رسانه ای متفاوتی دارند.
درک اخبار به عنوان وسیله ای برای تشخیص «اختلال اطلاعاتی» به صورت آشکار و پنهان پیام ها را بررسی می کند.

اطلاعات نادرست در لباس اخبار به این دلیل است که انسان درگیر ارتباطات است نه تنها با سر، بلکه با قلبشان. از این رو، MIL نیز باید شامل توجه به افزایش آگاهی افراد در مورد نحوه واکنش آنها به محتوا در اخبار و سنجش اعتبار یا عدم اعتبار آنها شود.
افراد یاد خواهند گرفت که چگونه چارچوب مهارت های تفکر انتقادی را توسعه دهند و از آن استفاده کنند از «قضاوت انعکاسی هدفمند» که شامل استفاده از تحلیل، تفسیر، ارزیابی، خودتنظیمی، استنتاج و تبیین.

افراد با سرعت تجزیه و تحلیل اخبار در چاپ، پخش (رادیو و تلویزیون)، رسلنه های آنلاین و اجتماعی، پیام ها را به اجزای خود بخش ها و همچنین اطلاع از منابع و اعتبار آنها (یا عدم وجود آنها) تجزیه می کنند.

این دانش به کاهش اشتباهات کمک می کند و مطمئناً از اخبار ساختگی اجتناب می کند.
افرادی که MIL را در زندگی روزمره خود انجام می دهند. به آنها کمک می کند تا ببینند چگونه MIL می توانند حقوق انسانی خود و دیگران را تقویت کنند و اهمیت اجتناب از ترویج و نشر اکاذیب را می بینند.

پیش از معرفی مدل های اصلی طراحی آموزش، لازم است که مولفه ها یا المان های اصلی این شاخه را معرفی کنیم. این المان ها در تمامی مدل ها دیده شده و ساختار و چارچوب این رشته را تشکیل می دهند. آن ها عبارتند از:

• آنالیز یا تجزیه و تحلیل؛ که به طراحان در جهت نیازسنجی، تعیین اهداف و مقاصد فعالیت آموزشی کمک می کند.

- طراحی و توسعه ی مواد آموزشی و تعیین بهترین روش انتقال آن ها
- ارزیابی؛ که به طراح و مجری دوره ی آموزشی امکان سنجش میزان دستیابی به اهدافش را

می‌دهد.

این سه مولفه، هم‌زمان با هم کار کرده و حتی یکدیگر را تصحیح می‌کنند. دستیابی به اهداف آموزشی تنها با در نظر گرفتن این سه مولفه امکان‌پذیر است.

سابقه‌ی مدل طراحی آموزش ADDIE که مدل اصلی این تحقیق است، به دهه‌ی ۱۹۷۰ میلادی رسیده و شامل پنج مرحله‌ی زیر است:

- آنالیز. شامل آنالیز فراگیران، اهداف علمی و نیازهای فرآیند آموزش
- طراحی. شامل تعیین روش‌های تدریس، مواد درسی و روش انتقال آن‌ها
- توسعه. شامل تولید محتوای آموزشی و تعیین کانال‌های انتشار آن‌ها
- اجرا. شامل اجرای فرآیند آموزشی با مدیریت آن‌ها در LMS با استلنداردهایی مانند SCORM یا xAPI

• ارزیابی. برای این منظور نرم‌افزار مدیریت آموزش باید ابزارهای تحلیلی و جمع‌آوری داده، مانند نظرسنجی را در اختیار شما قرار دهد.

یادگیری خرد (ساخته شده از کلمه «میکرو» به معنی کوچک) به این معناست که همه مواد آموزشی در آموزش مجازی در مقادیر کوچک که بتوانید در مدت کوتاهی آن را بفهمید، ارائه می‌شود. آموزش‌ها در این روش، در اندازه‌های بسیار کوچک هستند، چیزی بین سه تا ده دقیقه زمان می‌برند، به اندازه‌ای که توجه فراگیر را از ابتدا تا انتها به خود جذب کند. مطالب دقیقاً در زمان و جایی که فراگیر به آن نیاز دارد، ارائه می‌شوند.

یادگیری خرد یک تغییر سیستمی است در نحوه تفکر ما درباره اجزای آموزش، به عنوان مثال:

- روش تحلیل، طراحی، توسعه، اجرا و ارزیابی برنامه‌های آموزشی ما را تغییر می‌دهد.
 - از ما می‌خواهد از تکنولوژی‌های جدید استفاده کنیم که به فراگیران یک تجربه قوی و متمرکز به شیوه‌ای ساده و مقرون به صرفه از لحاظ هزینه و زمان ببخشد.
- تکه‌های یادگیری خرد می‌توانند به هم متصل شوند یا به تنهایی به کار بروند، اما باید بتواند در هر زمان و توسط هر کسی مورد استفاده قرار گیرد. به طور ایده‌آل می‌تواند در یک مخزن قرار گیرد تا به سرعت در دسترس قرار گیرد.

در مقایسه با آموزش الکترونیک سنتی این زمان و هزینه قابل مقایسه نیست و این یک گام مهم در کاهش هزینه‌ها و افزایش است.

یادگیری خرد، منحنی ابینگهاوس (The Ebbinghaus Curve) را شکست می‌دهد. منحنی ابینگهاوس به فرآیند فراموشی مطالب از ذهن انسان اشاره دارد و تشریح می‌کند چطور تکرار و مرور مطالب باعث جلوگیری از فراموشی مطالب می‌شود. در روش یادگیری خرد، هر ماژول با فاصله زمانی مشخص که توسط خود فراگیر تنظیم می‌شود، تکرار شده و باعث افزایش ماندگاری موضوع در ذهن وی می‌شود. رفته رفته یک مسیر آموزشی سفارشی سازی شده توسط فراگیر و بر اساس قطعات آموزشی که حداکثر کارایی را داشته باشد شکل می‌گیرد. نتیجه این وضعیت افزایش کارایی و اثربخشی است.

همه سامانه‌های آموزش مجازی نمی‌توانند یادگیری خرد را به خوبی مدیریت کنند. تاثیرگذاری یادگیری خرد، به سهولت دسترسی آن بستگی دارد. اگر فراگیر نتواند به سرعت آنچه جستجو می‌کند را بیابد و آن را درست زمانی که نیاز دارد، استفاده کند، کمتر احتمال دارد که برای دسترسی و استفاده از قطعات کوچک آموزشی تلاشی کند. برای گسترش بهتر داده‌های یادگیری خرد، سامانه آموزش مجازی شما باید به راحتی قابل جستجو باشد و برچسب‌گذاری خوبی فراهم کند تا فراگیران آنچه نیاز دارند را بیابند. در صورت امکان، داشتن ظرفیت برای به اشتراک‌گذاری داده‌های یادگیری خرد در رسانه‌های اجتماعی، موفقیت و استفاده از داده‌های یادگیری خرد را افزایش می‌دهد.

روش

برای این منظور از روش‌های کیفی و کمی در قالب یک طرح آمیخته کیفی و کمی اکتشافی به صورت متوالی بهره برده شده است. مرحله اول پژوهش به کمک پرسشنامه از ۳۸۴ نمونه دانش‌آموزان سطح سواد رسانه‌ای آنها سنجیده شد، سپس به کمک تمامی منابع مربوطه با در نظر گرفتن کدگذاری پیرامون موضوع مورد بحث، سرفصل‌های مناسب برای تدریس این سواد تعریف شده و سپس در این مرحله که با روش پیمایشی است ۸ نفر از متخصصین به روش زنجیره‌ای انتخاب شده و مورد مصاحبه قرار گرفتند تا صحت و اهمیت سرفصل‌های انتخاب شده سنجیده شود. حجم نمونه بر اساس قانون اشباع نظری تعیین شده است.

از میان این ۸ متخصص با تحصیلات در مقطع دکتری و میانگین تدریس ۱۵ سال و جنسیت (زن و مرد) هستند.

ابزار پژوهش پرسشنامه‌های استاندارد و فرم مصاحبه نیمه ساختاریافته بود. مراحل کدگذاری مورد استفاده در این تحقیق شامل کدگذاری باز بر مبنای مقولات استخراج شده از مطالعه مقدماتی مبانی نظری تحقیق، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی است.

کدگذاری محوری را به منظور ایجاد رابطه بین مقوله های تولیدشده به کار گرفتیم. اساس ارتباط دهی در کدگذاری محوری بر بسط و گسترش یکی از مقوله ها قرار دارد. کدگذاری انتخابی عبارت است از فرایند انتخاب دسته بندی اصلی، مرتبط کردن نظام مند آن با دیگر دسته بندیها، تأیید اعتبار این روابط و تکمیل دسته بندیهایی که نیاز به اصلاح و توسعه بیشتری دارند. در مرحله دوم نیز به منظور ارزیابی الگوی برنامه درسی طراحی شده با استفاده از نظر متخصصین، ضریب توافق محاسبه شده است. برای این منظور، سرفصلهای حاصل از مصاحبه ها و مطالعات کتابخانهای در اختیار متخصصین تعلیم و تربیت و علوم اجتماعی و همچنین تعدادی از متخصصین با سابقه قرار گرفت و ضریب توافق مربوط به هریک از سرفصلها محاسبه شد. در بررسی نظرات این گروه در مقابل هر سرفصل چهار گزینه، بسیار ضروری « و » ضروری است، « مفید است اما ضرورتی ندارد »، « ضرورتی ندارد » قرار داده شده است. « است

یافته‌ها

مطابق پرسشنامه های تکمیل شده توسط دانش آموزان سطح کشور، وضعیت سواد رسانه آنها در عوامل سنجش شده و نتیجه به صورت زیر بود

پرسشنامه سواد رسانه ای توسط فلسفی (۱۳۹۳) طراحی و اعتباریابی شده، این پرسشنامه شامل ۲۰ گویه بسته پاسخ بر اساس طیف پنج درجه ای لیکرت می باشد، پرسشنامه پنج بعد سنجش درک محتوای پیام های رسانه ای، سنجش آگاهی از اهداف پنهان پیام های رسانه ای، سنجش گزینش آگاهانه پیام های رسانه ای، سنجش نگاه انتقادی به پیام های رسانه ای، سنجش تجزیه و تحلیل پیام های رسانه ای را مورد سنجش قرار می دهد، پرسشنامه در طول فرایند تحقیق توسط پژوهشگر اعتباریابی شده است.

سؤال های ۱ تا ۴ برای سنجش درک محتوای پیام های رسانه ای، سؤال های ۵ تا ۸ برای سنجش آگاهی از اهداف پنهان پیام های رسانه ای، سؤال های ۹ تا ۱۲ برای سنجش گزینش آگاهانه پیام های رسانه ای، سؤال های ۱۳ تا ۱۶ برای سنجش نگاه انتقادی به پیام های رسانه ای و در نهایت سؤال های ۱۷ تا ۲۰ برای سنجش تجزیه و تحلیل پیام های رسانه ای است.

پاسخ ها: کاملاً موافقم موافقم مخالفم کاملاً مخالفم نظری ندارم

نمره گذاری پرسشنامه از ۱ تا ۵ به ترتیب از کاملاً موافقم تا کاملاً مخالفم تخصیص می شود، سپس بر اساس جدول زیر قضاوت می شود.
تحلیل نتیجه:

- نمره بین ۲۰ تا ۳۳: میزان سواد رسانه ای در حد پایینی می باشد.
- نمره بین ۳۳ تا ۶۶: میزان سواد رسانه ای در حد متوسطی می باشد.
- نمره بالاتر از ۶۶: میزان سواد رسانه ای در حد بالایی می باشد.

جدول ۱. نتیجه سواد رسانه در دانش آموزان دوره دوم متوسطه

میانگین	بعد
۵۵٪	سنجش درک محتوای پیام های رسانه ای
۶۳٪	سنجش آگاهی از اهداف پنهان پیام های رسانه ای
۵۶٪	سنجش گزینش آگاهانه پیام های رسانه ای
۵۵٪	سنجش نگاه انتقادی به پیام های رسانه ای
۶۷٪	سنجش تجزیه و تحلیل پیام های رسانه ای

برای طراح درس و سیستم آموزش مناسب برای سواد رسانه ای، مطالب موجود در مقالات و منابع مختلف را دسته بندی کرده و از طریق پرسشنامه و نظر خبرگان به ۸ مولفه اصلی رسیدیم.

جدول ۲: بعد محتوا و هدف در برنامه آموزش سواد رسانه

هدف	مولفه اصلی	مولفه فرعی	عبارات کلیدی	ضریب توافق متخصصان
آگاهی بخشی	۱- سنجش درک محتوای پیام های رسانه ای	ارکان سواد رسانه	فرستنده، پیام، گیرنده، رسانه، بستر انتقال،	۰.۷۸
	۲- سنجش آگاهی از اهداف پنهان پیام های رسانه ای	تجزیه و تحلیل پیام ها	رسانه جمعی، رسانه انبوه، رسانه فردی، رسانه اجتماعی سوگیری رسانه؛	۰.۸۵
آموزش تحلیل درست	۳- سنجش گزینش آگاهانه پیام های رسانه ای	سوگیری و اهداف رسانه ها،	تحلیل، بررسی حقایق، سواد خبری	۰.۸۴
	۴- سنجش نگاه انتقادی به پیام های رسانه ای	سواد خبری	منابع موثق، عدم تحریف و جعل اطلاعات،	۰.۹۴
	۵- سنجش تجزیه و تحلیل پیام های رسانه ای	صحت و قابل اعتماد بودن	توانایی تفکر انتقادی، ابزار حقیقت سنجی	۰.۹۲

یافته های به دست آمده نشان داد سرفصلهای آموزش سواد رسانه ای شامل ۸ مولفه درک پیام رسانه ای و اجزای آن، ارزیابی منابع و سوگیری، شهروندی دیجیتال و حریم خصوصی آنلاین، سواد خبری و بررسی حقایق، سواد رسانه ای و رسانه های اجتماعی، سواد رسانه و تبلیغات، سواد رسانه و رسانه های تصویری، تولید رسانه و فرهنگ آن است. برای محاسبه ضریب توافق متخصصان نسبت مجموع افرادی که گزینه های خیلی زیاد و زیاد را انتخاب کرده بودند به کل متخصصین تقسیم شد بررسی ضرایب توافق در خصوص همه سرفصلهای آموزشی و روشهای آموزش بالاتر از ۰.۶ است که حاکی از اعتبار نتایج به دست آمده است.

جدول ۳: بعد فعالیت یادگیری در برنامه آموزش سواد رسانه

ضریب توافق متخصصان	بعد فعالیت یادگیری
۰.۹۸	یادگیری عملی
۰.۸۵	یادگیری خرد
۰.۸۴	روش تدریس شاگرد محور

مؤلفه های مرتبط با فرصتهای یادگیری در آموزش عبارت اند از: آموزش عملی، آموزش های خرد، استفاده از گروه همسالان، از روشهای غیرمستقیم و آموزش مشارکتی. دوره ۱۰ جلسه ای با هدف تجهیز دانش آموزان به مهارت های لازم برای تجزیه و تحلیل انتقادی و هدایت چشم انداز رسانه های دیجیتال در حال تکامل طراحی شد. دانش آموزان درک عمیقی از اصول سواد رسانه ای، شهروندی دیجیتال و مصرف مسئولانه رسانه ای خواهند داشت. از طریق ترکیبی از مفاهیم نظری و فعالیت های عملی، آنها توانایی خود را برای تفکر انتقادی، شناسایی سوگیری های رسانه ای، ارزیابی منابع و ایجاد محتوای رسانه ای افزایش می دهند. سرفصل های دوره بصورت زیر طراحی شد:

جلسه اول: مقدمه ای بر سواد رسانه ای

جلسه دوم: درک پیام های رسانه ای

جلسه سوم: ارزیابی منابع و سوگیری رسانه ها

جلسه چهارم: شهروندی دیجیتال و حریم خصوصی آنلاین

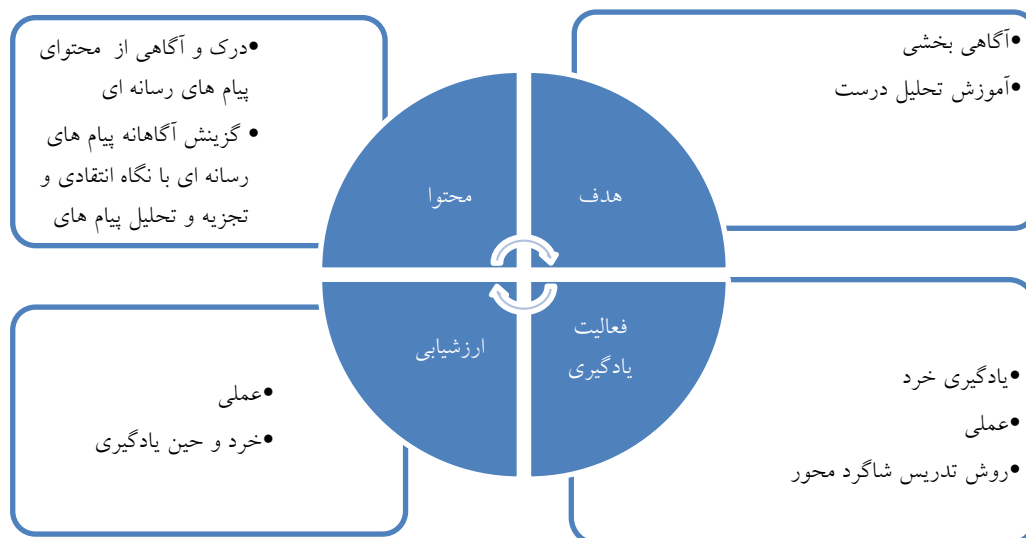
جلسه پنجم: سواد خبری و بررسی حقایق

- جلسه ششم: سواد رسانه ای و رسانه های اجتماعی
- جلسه هفتم: سواد رسانه ای و تبلیغات
- جلسه هشتم: سواد رسانه ای و رسانه های تصویری
- جلسه نهم: تولید رسانه و فرهنگ ریمیکس
- جلسه دهم: سواد رسانه ای در عمل

جدول ۴: بعد ارزشیابی در برنامه آموزش سواد رسانه

مؤلفه اصلی	ضریب توافق متخصصان
ارزشیابی توصیفی و مبتنی بر عملکرد	۰.۹۵
ارزشیابی عملی	۰.۸۶
ارزشیابی حین یادگیری خرد	۰.۸۴

در نهایت مدل برنامه آموزش رسانه به شکل زیر قابل ترسیم است:



شکل ۱: مدل نهایی برنامه آموزش سواد رسانه

بحث و نتیجه گیری

با توجه به تمامی موارد فوق، محتوای هر جلسه از دوره هم به قرار زیر در نظر گرفته شد:

جلسه اول: مقدمه ای بر سواد رسانه ای شامل: تعریف سواد رسانه‌ای / اجزای پیام / مفاهیم کلیدی

جلسه دوم: درک پیام های رسانه ای شامل: تجزیه و تحلیل پیام های رسانه ای و درک تأثیر آنها/ تفاوت سواد رسانه و دیجیتال / چرایی داشتن سواد رسانه و تفاوت فرد با سواد و بی سواد

جلسه سوم: ارزیابی منابع و سوگیری رسانه ها شامل: توسعه مهارت ها برای ارزیابی انتقادی منابع و مقابله با سوگیری رسانه‌ای و ارزیابی منابع

جلسه چهارم: شهروندی دیجیتال و حریم خصوصی آنلاین شامل: درک حقوق و مسئولیت های شهروندی دیجیتال، مسئولیت‌های شهروندی دیجیتال، حفاظت از حریم خصوصی و اطلاعات شخصی در فضای ، ملاحظات اخلاقی در تعاملات آنلاین و رفتار دیجیتال مسئولانه

جلسه پنجم: سواد خبری و بررسی حقایق شامل: بررسی ویژگی های منابع خبری موثق، یادگیری تکنیک ها و ابزارهای حقیقت سنجی برای تأیید اطلاعات

جلسه ششم: سواد رسانه ای و رسانه های اجتماعی شامل: تحلیل تاثیر رسانه های اجتماعی بر سواد رسانه ای، تقسیم بندی سه گانه رسانه ها ، تعریف رسانه های جمعی یا رسانه های، رسانه فردی، رسانه های اجتماعی، تفاوت شبکه های اجتماعی با رسانه های اجتماعی، تعریف فیک نیوز

جلسه هفتم: سواد رسانه ای و تبلیغات شامل: آشنایی با تکنیک های متقاعد کننده مورد استفاده در تبلیغات، تحلیل تاثیر تبلیغات بر رفتار مصرف کننده، بررسی انتقادی تبلیغات و ساختار شکنی راهبردهای متقاعد کننده

جلسه هشتم: سواد رسانه ای و رسانه های تصویری شامل تجزیه و تحلیل رسانه های بصری

جلسه نهم: تولید رسانه و فرهنگ ریمیکس شامل: بررسی ابزارها و تکنیک های تولید رسانه و ریمیکس.

جلسه دهم: سواد رسانه ای در عمل شامل: به کارگیری مهارت های سواد رسانه ای در سناریوهای دنیای واقعی، تأمل در نقش سواد رسانه ای در ارتقای مسئولیت اجتماعی و تغییرات مثبت

شیوه آموزش انتخاب شده با توجه به مخاطبان، یادگیری خرد انتخاب شد که محتوای آموزشی آن در قالب محتوای متنی کوتاه و محتوای بصری بصورت اینفوگرافی و ویدئوهای کوتاه خواهد بود. در پایان هر فصل آموزش هم به جهت اطمینان از یادگیری، آزمونهای کوتاه در نظر گرفته می شود.

سپاسگزاری

از مشارکت کنندگان محترم که در این تحقیق ما را همکاری کردند و همینطور اداره کل آموزش و پرورش استان تهران برای دادن مجوز و دسترسی به دانش آموزان جهت سنجش سطح فعلی سواد، از دانش آموزانی که در سطح سنجی ما مشارکت داشتند، سپاسگزاریم.

منابع

- اشرفی ریزی، حسن زاده و کاظم پور. (۱۳۹۳) میزان سواد رسانهای و اطلاعاتی در بین دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی اصفهان. نشریه مدیریت اطلاعات سلامت
- شکر خواه، یونس. (۱۳۸۷)، سواد رسانه ای، شصت و هشتمین شماره فصلنامه رسانه
- حسین زاده و محمدی (۱۳۸۹، ۷۰)، طراحی الگوی آموزش سواد رسانه‌ای به نوجوانان، فصلنامه مطالعات برنامه ریزی آموزشی
- سرمد، زهره؛ حجازی، الهه و عباس بازرگان (۱۳۹۰) روش تحقیق در علوم رفتاری، تهران: انتشارات آگه.
- فلسفی، سیدغلامرضا (۱۳۹۳)، بررسی رابطه سواد رسانه ای با سبک زندگی (مورد مطالعه): نوجوانان ۱۵ تا ۱۸ ساله دبیرستانی منطقه شش تهران. پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق.
- بهاره نصیری، آمنه بختیاری، هادی حسینی (۱۳۹۷)، آموزش سواد رسانه ای به دانش آموزان پایه ششم با رویکردی بر تفکر انتقادی، فصلنامه پژوهش در نظام های آموزشی
- گلشنی، مکی آل آقا، اعتماداهری (۱۳۹۷)، طراحی الگوی برنامه درسی آموزش شهروندی برای دانش آموزان، فصلنامه پژوهش در نظام های آموزشی

Lauri Palsa, Saara Salomaa, NATIONAL AUDIOVISUAL INSTITUTE, FINLAND

[https://doi.org/10.19195/1899-5101.13.2\(26\).2](https://doi.org/10.19195/1899-5101.13.2(26).2)

Buckingham, D. (2003). *Media education: Literacy, learning, and contemporary culture*. Polity Press.

Buckingham, D. (2019). *The media education manifesto*. The Polity Press.

Bulger, M., & Davison, P. (2018). *The promises, challenges, and futures of media literacy*. *Journal of Media Literacy Education*, 10(1), 1–21. <https://doi.org/10.23860/JMLE-2018-10-1-1>.

Burgess, J. (2007). *Vernacular creativity and new media*. Queensland University of Technology.

Carlsson, U. (2018). *En inledande kommentar*. In U. Carlsson (Ed.), *Medie- och informationskunnighet (MIK) i den digitala tidsåldern – en demokratifråga*. Kartläggning, analys, reflektioner (pp. 173–174). Nordicom.

Celot, P. (2009). *Study on assessment criteria for media literacy levels*. EAVI.

Chung, S. K., & Kirby, M. S. (2009). *Media literacy art education: Logos, culture jamming, and activism*. *Art Education*, 62(1), 34–39. <https://doi.org/10.2307/27696317>.

Cooper, C. B. (2011). *Media literacy as a key strategy toward improving public acceptance of climate change science*. *BioScience*, 61(3), 231–237. <https://doi.org/10.1525/bio.2011.61.3.8>.

Council of the European Union. (2018). *Council recommendation on key competences for lifelong learning*. Council of the European Union

Alexander Fedorov a , Galina Mikhaleva, *Current Trends in Media and Information Literacy in Research and Scientific Publications of the early 21st century*, DOI: 10.13187/ijmil.2020.2.153 www.ejournal46.com

- UNESCO. *Global Framework on MIL Indicators*. [On Line]. 2013; Available from: URL: <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/media-development/media-literacy/globalframework-on-mil-indicators>.
- Wilson C. *Media and Information Literacy: Pedagogy and Possibilities*. *Comunicar* 2012; 20(39): 15- 22.
- Moeller S, Joseph A, Lau J, Carbo T. *Towards media and information literacy indicators*. Paris: UNESCO; 2011
- Moscow-declaration-on-media-and-information-literacy*. [On Line]. 2012; Available from: <http://www.ifla.org/publications/moscow-declaration-on-media-and-information-literacy>.
- Singh J. *Placing Media and Information Literacy at the Core of Instruction*. *Proceeding of the International Conference on Media and Information Literacy for Knowledge Societies*; 2012; Moscow, Russian Federation.
- Whithworth A, McIndoe S, Whitworth C. *Teaching Media and Information Literacy to postgraduate students* 2011; 10 (1):35- 42
- Whithworth A. *The design of Media and Information Literacy*. *Proceeding of the International Conference on Media and Information Literacy for Knowledge Societies*; 2012; Moscow, Russian Federation.
- Lee Alice YL. *Promoting Media and Information Literacy (MIL) in Hong Kong: A Network Model Strategy*. *Proceeding of the International Conference on Media and Information Literacy for Knowledge Societies*; 2012; Moscow, Russian Federation
- Mader S. *Transforming Students into Scholars: Creating MIL Competencies through Communicating Research*. *Proceeding of the International Conference on Media and Information Literacy for Knowledge Societies*; 2012; Moscow, Russian Federation
- Begum D. *Promoting Media and Information Literacy: A Case Study of Bangladesh Public Sector*. *Proceeding of International Conference on Media and Information Literacy for Knowledge Societies*; 2012; Moscow, Russian Federation
- Finquelievich S, Feldman P, Fischnaller C. *Public policies on Media and Information Literacy and education in Latin America: overview and policies*. *Proceeding of the International Conference on Media and Information Literacy for Knowledge Societies*; 2012; Moscow, Russian Federation.
- Saleh I. *Media and Information Literacy in South Africa: Goals and Tools*. *Comunicar* 2012; 20(39): 35- 43.
- Pereira S, Pinto M, Pereira L. *Resources for media literacy: mediating the research on children and media*. *Scientific Journal of Media Education* 2012; XX (39): 91-9.

فصلنامه تحقیقات مدیریت آموزشی

<https://sanad.iau.ir/journal/jearq>