

**The Study of the Dimensions of Media and Information Literacy
in the Formal and Public Education System of the Country**

Mahdi Sharifee *
Sajjad Karami Namivandi **

Received: 2018/04/01

Accepted: 2018/07/10

The Ministry of Education is one of the most formal educational institutions in the country and has a substantial role as a source of social development. In today's media dominated world, this group, as the center of community science, is under the influence of media activities inside and outside the country. The purpose of this study was to investigate the dimensions of media and information literacy in the formal and public education system of the country, in line with upgrading the media and information literacy.

The results indicate that these dimensions include: 1) training methods, 2) educational levels, 3) separation of the media, 4) determining the target community, and 5) educational content. In this research, the target community refers to teachers and educators engaged in the education organization. Based on the findings, determining these dimensions has an important role in improving the media and information literacy of the target community. The statistical population of the study was media literacy experts and the data were collected based on semi-structured interviews, as far as theoretical saturation is achieved. The research method was theme analysis.

Keywords: Media Literacy, Education of Media Literacy, Formal Education and Public Education.

* Assistant Professor of Media Management, Faculty of Management, University of Tehran,
Sharifee@ut.ac.ir

** M.A of Media Management Faculty of Management, University of Tehran, Namivandi@ut.ac.ir

بررسی ابعاد آموزش سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی در نظام تعلیم و تربیت رسمی و عمومی کشور

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۰۱/۱۲

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۰۳/۲۰

سید مهدی شریفی*

سجاد کریمی نامیوندی**

چکیده

وزارت آموزش و پرورش، به عنوان یکی از رسمی‌ترین سازمان‌های آموزشی در کشور عمل می‌کند. نقش این سازمان به عنوان مبدأ تحولات در جامعه پررنگ است. در دنیای رسانه‌ای شده امروز، این گروه به عنوان مرکز علم جامعه تحت تأثیر فعالیت‌های رسانه‌ای داخل و خارج از کشور قرار دارند. هدف این پژوهش بررسی ابعاد آموزش سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی در نظام تعلیم و تربیت رسمی و عمومی کشور، در راستای ارتقا سطح سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی است. نتایج نشان می‌دهد این ابعاد شامل: (۱) روش‌های آموزش، (۲) سطوح آموزش، (۳) تفکیک رسانه‌ها، (۴) تعیین جامعه هدف، (۵) محتوای آموزش، می‌شوند. در این پژوهش جامعه هدف، معلمان و مربیان سازمان آموزش و پرورش هستند. بر اساس یافته‌ها تعیین این ابعاد نقش مهمی در ارتقای سطح سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی جامعه هدف دارد. جامعه آماری پژوهش حاضر خبرگان حوزه سواد رسانه‌ای بوده و داده‌ها براساس مصاحبه نیمه ساختاریافته گردآوری شدند تا آنجایی که اشباع نظری حاصل شود. روش پژوهش نیز تحلیل تم است.

واژگان کلیدی: سواد رسانه‌ای، آموزش سواد رسانه‌ای، تعلیم و تربیت رسمی و عمومی.

مقدمه

در جهان کنونی صحبت از رسانه‌ای شدن همه چیز^۱ از جمله: رسانه‌ای شدن سیاست، اقتصاد، فرهنگ، زندگی و فضای عمومی، قدرت، ارتباطات، آموزش و پرورش، دوران کودکی و می‌باشد (Livingstone, 2009)^۲ «امروزه با نوعی از افراد باسواد جدیدی مواجهیم که دانش آن‌ها هم براساس تاثیر فن‌آوری‌های جدید تغییر کرده و هم نحوه آموزش و یادگیری را به نحو عالی آموخته‌اند» (بشیر و جعفریان، ۱۳۹۶، ص ۱۷۳). جهان در عصر انفجار اطلاعات و پیدایش شبکه‌های نوین جهانی و اطلاعاتی و ارتباطی وارد جامعه جدیدی شده است که محققان آن را جامعه اطلاعاتی نامیده‌اند (بهرامپور، ۱۳۸۳، به نقل از پونکی و همکاران، ۱۳۹۵، ص ۶۴). گذار از جامعه صنعتی به جامعه اطلاعاتی سبب شده که شکل اطلاعات و سطح سواد از حالت قبلی خود تغییر کند (احمدیان، ۱۳۸۶، ص ۶۴). و مفهوم سواد تعریفی وسیع‌تر از مفهوم خواندن و نوشتن بیابد و در پی آن انسان امروزی که مدام در معرض بمباران اطلاعاتی است، نیاز به آموزش‌ها و مهارت‌های متفاوتی برای حضور و بقا در عصر اطلاعات و ارتباطات داشته باشد تا بتواند در میان انبوه پیام‌ها و اطلاعات ارائه شده توسط انواع مختلف رسانه‌ها و تولیدکنندگان اطلاعات، اهداف نهفته و معانی اصلی آن‌ها را شناسایی کند و با حفظ استقلال فکری و اجتناب از انفعال و بهره‌مندی از تفکر انتقادی، تعامل سازنده‌ای را با محتوای پیام‌های رسانه‌ای برقرار کند.

«در جوامع معاصر فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی به ویژه شبکه‌های اجتماعی مجازی باعث تغییر و تحولات چشمگیری در مسائل اجتماعی و فرهنگی شده‌اند» (عدلی پور و همکاران، ۱۳۹۴، ص ۸۷). ما در یک جهان مملو از ارتباطات زندگی می‌کنیم که در آن اطلاعات بسیار زیاد است، و کارشناسان، به معنای واقعی کلمه، در نوک انگشتان ما (فقط با کلیک کردن) هستند. وجود فناوری در تلفن همراه مانند این است که در یک زمان، در همه‌جا حضور داریم و چشم‌انداز جدیدی از آموزش را می‌بینیم. یادگیری در هر کجا، در هر زمان، با دسترسی برابر برای همه به عنوان یک حق بنیادی و انسانی است (Grizzle et al., 2013, p126) محققان در مطالعات دیگر نشان دادند که مداخلات توسعه سواد رسانه‌ای - اطلاعاتی، مسئولیت مدنی و

مشارکت دموکراتیک را افزایش داده است (Cohen, 2016, p133). به‌طور خلاصه، مداخلات توسعه سواد رسانه‌ای - اطلاعاتی، جوانان را تجهیز می‌کند تا زندگی دیجیتالی خود را هدایت کنند که با اثرات مثبتی همراه است و موجب کاهش اثرات مضر مشارکت در فضاهای دیجیتالی و اطلاعاتی می‌شود. این‌گونه سواد، پایه و اصولی برای کمک به جوانان است تا به مصرف‌کنندگان و سازندگان حیاتی در دنیای اطلاعات تبدیل شوند؛ متأسفانه، تلاش‌های گسترده‌ای برای توسعه این مهارت‌ها از لحاظ سیاسی و آموزشی صورت نپذیرفته است (Turner, 2017, p123). به قول الوین تافلر: «در قرن بیست‌ویکم بی‌سوادان آن‌هایی نیستند که نمی‌توانند بخوانند یا بنویسند بلکه کسانی هستند که نمی‌توانند از اطلاعات به درستی استفاده کنند». یکی از این سوادها، سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی است. سطح سواد رسانه‌ای در بین نوجوانان کشور ایران در سطح قابل قبولی قرار ندارد. به عنوان مثال در نتیجه پژوهشی با عنوان «ارزیابی سواد رسانه‌ای دانشجویان و دانش‌آموزان شهر تهران» آمده است که به دلیل ضعف بُعد ادراکی سواد رسانه‌ای دانشجویان و دانش‌آموزان تهرانی، آن‌ها قادر به انتخاب آگاهانه از میان فرستنده‌های متعدد، عمل مستقل و کنترل در مرحله مصرف نیستند و نیازمند آموزش هستند تا به ابزار تحلیل و ارزیابی تولیدات رسانه‌ای مجهز شوند (خسروی و حداد، ۱۳۹۲، ص ۴۵). و این موضوع نشان می‌دهد که خلأ آموزش سواد رسانه‌ای یا «تقویت خودمدیریتی کاربر» (روشندل اربطانی و همکاران، ۱۳۹۴، ص ۷۶) به عنوان یک نیاز ضروری و غیر قابل انکار برای نوجوانان ما مطرح می‌باشد.

بیان مسئله پژوهش

امروزه در اکثر کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه جهان برای گسترش این نوع از سواد در میان شهروندان خود تلاش درخور توجهی چه در سیاست‌گذاری کل و چه در برنامه‌ریزی و اجرا انجام داده‌اند و تقریباً تبدیل به موضوعی ملی گردیده است و برنامه‌ریزان سعی دارند متناسب با شرایط ژئوپلیتیکی آن کشور در سپهر اطلاعاتی نسبت به تدوین و تهیه بهترین و سودمندترین برنامه‌های آموزشی اقدام نمایند. چشم‌انداز یونسکو نیز در سال ۲۰۱۷ نادیده گرفتن مرزهای ملی و یکپارچه شدن

مؤسسات سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی به منظور ایجاد منافع مشترک و باروری انرژی‌ها و ایده‌های افراد و سازمان‌ها می‌باشد تا سریع‌تر به هدف اصلی یعنی شهروندانی با سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی دست یابند (GAPMIL, 2001, p42).

تلاش‌های جهانی در جهت تقویت اهمیت سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی، با ابتکارات سازمان آموزشی، علمی و فرهنگی سازمان ملل متحد (یونسکو) و کشورهایمانند کانادا، نیوزیلند، استرالیا و انگلیس صورت گرفته و هدفشان این است که سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی برای موفقیت شهروندان ضروری می‌باشد. در ایالات متحده، یک چشم‌اندازی وجود دارد که نیاز به درک و اقدام جمعی توسط سیاست‌گذاران، متخصصان بهداشت، آموزگاران، والدین و دانش‌آموزان برای درک آن است. اکنون زمان تمرکز بر سواد رسانه‌ای - اطلاعاتی می‌باشد (Turner, 2017, p123). آن‌ها ضرورت آموزش سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی را درک نموده‌اند و برای تسریع در این امر، مؤسسات و انجمن‌های فراملی ایجاد کرده‌اند. اما وضعیت سواد رسانه‌ای در ایران طی این سال‌ها تنها به عنوان یک ضرورت شناخته شده‌اند و از اقدامات عملی در حیطه سیاست‌گذاری و قانون‌گذاری و حتی اجرا مغفول مانده‌ایم.

در حوزه سیاست‌گذاری، عملکرد نهاد شورای عالی فضای مجازی که می‌بایست در حوزه ترویج سواد رسانه‌ای فعالیت مؤثری داشته باشد ضعیف بوده و در حوزه قانون‌گذاری کمیسیون فرهنگی مجلس شورای اسلامی، یک قانون مدون در این موضوع ارائه نکرده است. در مرحله اجرا هم تنها فعالیت انجام شده نشر کتاب سواد رسانه‌ای پایه دهم از سوی آموزش و پرورش می‌باشد که تربیت مدرس مجرب و متخصص برای تدریس کتاب هم انجام نشده و به‌طور کلی اقدامات صورت گرفته از سوی آموزش و پرورش، صدا و سیما، دانشگاه‌ها به صورت پراکنده و بدون برنامه‌ریزی انجام شده است. در حالی که در امر آموزش سواد رسانه‌ای، نه دولت، نه صنعت رسانه و نه هیچ مدرسه و انجمنی نمی‌تواند به‌تنهایی به رشد و توسعه سواد رسانه‌ای کمک کند. اگر هر یک از این سازمان‌ها به‌طور مجرد و مستقل و جزیره‌ای بخواهند به کار خود ادامه دهند حل کردن ابهام و مفاهیم مربوط به سواد رسانه‌ای امکان‌پذیر نخواهد بود. بنابراین آموزش سواد رسانه‌ای نیازمند همکاری همه‌جانبه و

نظام‌مند دولت، مدارس و صنایع رسانه‌ای و مؤسسات مردم نهاد است (نصیری و عقیلی، ۱۳۹۱، ص ۱۵۱).

در راستای آموزش سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی سه نهادی مهمی که می‌توانند ورود پیدا کنند شامل: (۱) نهادهای آکادمیک، (۲) نهاد رسانه‌ها و (۳) نهادهای صنفی و مدنی می‌باشند (کرمی نامیوندی و دیگران، ۱۳۹۶، ص ۹۹). امروزه با رشد وسایل ارتباط جمعی، نهادهای گوناگونی در کنار آموزش و پرورش و موازی با آن به امر تعلیم و تربیت می‌پردازند و عملاً انحصار آموزشی را از این سازمان خارج کرده‌اند. در سال‌های اخیر و بنابر فرموده رهبر فرزانه انقلاب اسلامی ایران خوشبختانه با درک ضرورت و اهمیت این امر و در پاسخ به ندای هوشمندانه رهبری معظم انقلاب اسلام (مدظله العالی)، طرح تدوین سند تحول بنیادین آموزش و پرورش در افق چشم‌انداز بیست‌ساله جمهوری اسلامی ایران تدوین و تصویب شده است. سند تحول بنیادین متشکل از ۱۳۱ راهکار عملیاتی می‌باشد. در این سند به اهمیت رسانه‌ها و نقش آن‌ها در تعلیم و تربیت اشاره شده است. بر این اساس آموزش و پرورش کشور ایران با چاپ کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای در این عرصه ورود پیدا کرده است. در ابتدا و قبل از چاپ کتاب بایستی در فرآیند سیاست‌گذاری به منظور اجرای آن دقت شود. خلأ یک الگوی راهبردی آموزش سواد رسانه‌ای (که در آن امکانات و زیرساخت‌های لازم تدارک دیده شود) در این نهاد دیده می‌شود (کرمی نامیوندی، ۱۳۹۵، ص ۲۵) هم‌چنین لازم است برای آموزش سواد رسانه‌ای در آموزش و پرورش ابعاد آن مشخص شود. هم‌چنین در حوزه سواد اطلاعاتی جای کار زیادی وجود دارد. و تاکنون برنامه مدونی جهت آموزش سواد اطلاعاتی در آموزش و پرورش اجرا نشده است.

مفهوم سواد امروزه بسیار گسترده‌تر از گذشته شده است و سواد را می‌توان در انواع مختلفی ذکر کرد، سواد رسانه‌ای، سواد اطلاعاتی، سواد علمی، سواد دیجیتالی و اینترنتی؛ در این زمینه آموزش و پرورش باید از غافله عقب نماند و پا به پای رسانه‌ها حرکت کند. سازمان آموزش و پرورش هم‌چنین در زمینه افزایش سواد نقش مهمی بر عهده دارد. موضوع آموزش سواد رسانه‌ای بسته به اینکه چه افرادی را می‌خواهیم تحت پوشش قرار دهیم و منظور ما کدام رسانه یا رسانه‌هاست، اهمیت دارد. در این پژوهش

هدف همه رسانه‌ها به صورت عام می‌باشد؛ و رسانه‌ای خاص مطرح نیست. با توجه به مباحث ذکر شده متناسب با محتوای پژوهش این سؤال مطرح می‌گردد که ابعاد سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی چگونه در ارتقای سطح سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی نظام تعلیم و تربیت رسمی و عمومی کشور اثرگذار است؟ در پاسخ به این پرسش فرض بر این است که جهت ارتقای سطح سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی، تعیین ابعاد آموزش سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی ضرورت دارد.

مبانی نظری

سازمان یونسکو به عنوان نهادی برای بحث و تبادل نظر در مورد مسائل اجتماعی و فرهنگی در سطح جهان با برگزاری اجلاس‌های متعدد منطقه‌ای و بین‌المللی به بررسی پیامدهای اخلاقی و اجتماعی جامعه اطلاعاتی پرداخته است و تلاش می‌کند اصول و قواعد حاکم بر فضای رایانه‌ای و دسترسی به نقاط مشترک و تفاهم بین‌المللی را تسهیل کند. فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی، شرایط دسترسی به اطلاعات و بهره‌مندی از آن را به‌ویژه در عرصه عمومی اطلاعات به‌گونه‌ای بنیادی تغییر می‌دهد. یونسکو با تنظیم و تدوین سیاست‌ها و برنامه‌های خاص، گسترش دسترسی جهانی به اطلاعات را تشویق کرده است و از طرح‌های ملی در زمینه حفاظت، نگهداری، افزایش دسترسی و انتشار گسترده‌تر به اطلاعات و دانش حمایت می‌کند. در این میان دسترسی جوامع محلی به اطلاعات به‌ویژه با محتوای بومی نیز مورد توجه خاص یونسکو است. در راستای آموزش سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی روش‌های مختلفی را از تجربه کشورهای مختلف جهان جمع‌آوری کرده است (Wilson et al, 2013, p231) در این پژوهش چارچوب نظری برای تعیین ابعاد آموزش سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی مفاهیم بیان شده توسط سازمان جهانی یونسکو است. این روش‌ها عبارتند از:

- روش پرس و جوی موضوعی^۳
- آموزش بر اساس حل مسئله^۴
- پرس و جوی علمی^۵
- روش مطالعه موردی^۶

- یادگیری مشارکتی^۷
- تحلیل محتوا^۸
- تحلیل زمینه‌ای^۹
- رویکرد ترجمه^{۱۰}
- رویکرد تولید^{۱۱}

نظام تعلیم و تربیت رسمی عمومی (سازمان آموزش و پرورش)

نهادی (آموزش و پرورش) است اجتماعی و فرهنگی و سازمان‌یافته که به عنوان مهم‌ترین عامل انتقال، بسط و اعتلای فرهنگ در جامعه اسلامی ایران، مسئولیت آماده‌سازی دانش‌آموزان برای تحقق مرتبه‌ای از حیات طیبه در همه ابعاد را بر عهده دارد که تحصیل آن مرتبه برای عموم افراد جامعه لازم یا شایسته باشد (مبانی نظری تحول بنیادین در نظام تعلیم و تربیت رسمی عمومی جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۹۰).

سواد رسانه‌ای

سواد رسانه‌ای^{۱۲} یعنی درک و استفاده از رسانه‌های جمعی به صورت قاطعانه یا غیرقاطعانه، از جمله درک آگاهانه و انتقادی از رسانه‌ها، تکنیک‌هایی که آن‌ها به کار می‌گیرند و اثرات آن. هم‌چنین توانایی خواندن، تجزیه و تحلیل، ارزیابی و تولید ارتباط در شکل‌های مختلف رسانه‌ها (به عنوان مثال تلویزیون، چاپ، رادیو، کامپیوتر و غیره). درک دیگر از این اصطلاح توانایی رمزگشایی، تجزیه و تحلیل، ارزیابی و تولید ارتباط در شکل‌های مختلف است (Wilson et al, 2013, p231) در بیان دیگر مهارت‌های رسانه‌ای و ارتباطی و سواد‌های متعدد در مجموع با مفهومی به عنوان سواد رسانه‌ای یا رسانه‌ها ادغام شده است (Frau-Meigs, 2013, p132). سواد رسانه‌ای به عنوان سواد بصری و اطلاعاتی (f.ex. Kotilainen&Suoninen, 2013, p265)، به برنامه‌های درسی جدید به آموزش و پرورش ابتدایی تبدیل شده و تاکنون، بیشتر در زمینه آموزش رسانه مورد استفاده قرار گرفته است. «سواد رسانه‌ای» و «سواد دیجیتالی»، هم‌چنین مهارت‌های ICT به معنی «سواد کامپیوتر» یک رشته مختلف در برنامه درسی مدرسه از سواد رسانه‌ای و سواد

اطلاعاتی بوده است (Kotilainen&Cuopninen, 2014, p154).

سواد اطلاعاتی

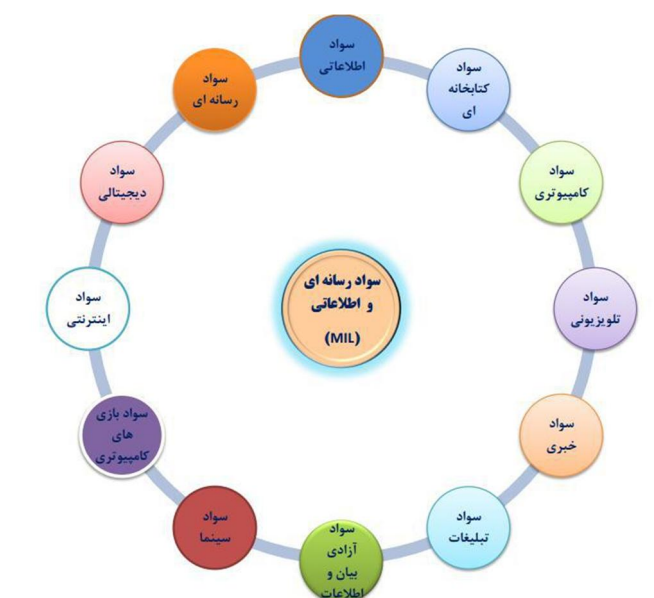
سواد اطلاعاتی^{۱۳} اشاره به توانایی تشخیص زمانی که اطلاعات، ردیابی، ارزیابی، به طور موثر مورد نیاز و برقراری ارتباط بین اطلاعات در شکل‌های مختلف اطلاق می‌گردد. تعاریف مختلفی از سواد اطلاعاتی نیز مطرح شده است؛ برای مثال مطالعه گروهی اجتماع ملی سواد اطلاعاتی، سواد اطلاعاتی را این‌گونه تعریف می‌کند: توانایی دسترسی، ارزیابی و استفاده اطلاعات از منابع مختلف؛ این گروه هم‌چنین مجموعه‌ای از نتایج آن را نیز اندازه‌گیری می‌کند. گروه سواد اطلاعاتی در دانشگاه کلگری، سواد اطلاعاتی را این‌گونه توصیف می‌کنند: «توانایی تشخیص نیاز به اطلاعات و دانستن چگونگی دسترسی، ارزیابی، ترکیب و ارتباط اطلاعات» (MOELLER & AL, 2011, p32). در یونسکو سواد اطلاعاتی به عنوان یک شاخص در نظر گرفته می‌شود، کاتس و ليو (۲۰۰۸) نتیجه‌گیری می‌کنند که سواد اطلاعاتی توانایی یک فرد برای موارد ذیل است: ۱- تشخیص اطلاعات مورد نیاز ۲- جهت‌یابی و ارزیابی کیفیت اطلاعات ۳- ذخیره و بازیابی اطلاعات ۴- استفاده مؤثر و اخلاقی از اطلاعات ۵- استفاده از اطلاعات برای ایجاد و برقراری ارتباط دانشی و معرفتی (Wilson et al, 2013, p233).

سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی

در حال حاضر و در جامعه اطلاعاتی فراخوانی برای نکاشتن ترکیبی از سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی به وجود آمده است. با این حال عدم قطعیت در مورد مرزهای این دو رشته مجزا مانع از ادغام صریح آن شده است. سواد اطلاعاتی نزدیک به علوم کتابداری است، درحالی‌که سواد رسانه‌ای مرتبط به محتوای رسانه، صنعت رسانه‌ها، و اثرات اجتماعی است (lee and So, 2014, p312).

سواد رسانه‌ای اطلاعاتی^{۱۴} اشاره به صلاحیت‌های ضروری (دانش، مهارت و نگرش) شهروندان جهت تعامل مؤثر با رسانه‌ها و دیگر ارائه‌دهندگان اطلاعات دارد. هدف سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی رشد تفکر انتقادی و مهارت‌های یادگیری مادام‌العمر

برای اجتماعی شدن و داشتن شهروندان فعال است. سازمان جهانی یونسکو (۲۰۱۳) سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی را در قالب دوازده بخش تقسیم‌بندی می‌کند. در نمودار زیر، انواع سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی را مشاهده می‌کنید (کر می نامیوندی، ۱۳۹۵، ص ۶۰).



شکل ۱- انواع سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی

آموزش سواد رسانه‌ای

آموزش سواد رسانه‌ای درصدد است تا توانایی گسترده‌ای را نه تنها در رابطه با متون چاپی، بلکه در ارتباط با سایر نظام‌های نمادین متشکل از تصاویر و اصوات، رشد دهد. این توانایی اغلب به گونه‌ای از سواد توصیف می‌شود. آموزش سواد رسانه‌ای به عنوان فرآیند تعلیم، آموزش و فراگیری درباره رسانه‌هاست. سواد رسانه‌ای برآیند و حاصل دانش و مهارت‌هایی است که دانش‌آموزان به آن نیازمندند (باکینگهام^{۱۵}، ۱۳۸۹، ص ۳۱). تعریف جامعی از آموزش سواد رسانه‌ای که مورد تأیید کارشناسان، پژوهشگران و سازمان‌های بین‌المللی این حوزه بوده و در نوشته‌ها به صراحت یا ضمنی به آن استناد می‌شود، تعریفی است برگرفته از گزارش کنفرانس ۱۹۹۲ سواد رسانه‌ای مؤسسه «آسپین»^{۱۶} که آفدرهید (۱۹۹۳) آن را ارائه داده است. بر اساس این تعریف، آموزش

سواد رسانه‌ای عبارت است از: «ایجاد توانایی دسترسی، تجزیه و تحلیل، ارزشیابی و تولید هر نوع رسانه چاپی یا الکترونیکی و هدف اصلی آن داشتن استقلال منتقدانه نسبت به انواع رسانه‌هاست» این تعریف درباره آموزش سواد رسانه‌ای، مبنای محقق در این تحقیق قرار گرفته است.

لایه‌های آموزش سواد رسانه‌ای

رسانه‌های دیجیتالی در گذار متحولانه مطالعه سهم دارند. این رسانه‌ها عوامل قدرتمندی هستند که به صورت سنتی در محیط چاپی وجود ندارند، ولی مزایایی مثل قابلیت تعامل، غیرخطی بودن، فوری بودن دسترسی به اطلاعات و همگرایی متن و تصویر، شنیدار و دیدار را نیز ارائه می‌کنند. سواد رسانه‌ای، براساس نظر الیزابت تامن، مانند فیلتری دآوری‌کننده است؛ جهان متراکم از پیام، از لایه‌های فیلتر سواد رسانه‌ای عبور می‌کند تا شکل مواجهه با پیام معنادار شود. پیام رسانه‌ای در سه لایه عمل می‌کند: (سپاسگر، ۱۳۸۴، ص ۱۹۴).

لایه اول: اهمیت برنامه‌ریزی شخصی در شیوه استفاده از رسانه‌ها (رژیم رسانه‌ای)؛ به این معنا که مخاطب به انتخاب برنامه‌هایی که بیشتر مورد توجه اوست اقدام می‌کند و به صورت مشخصی از تلویزیون، ویدئو، بازی‌های الکترونیکی، فیلم‌ها و دیگر رسانه‌ها استفاده می‌کند و میزان مصرف را کاهش می‌دهد.

لایه دوم: در این سطح، مخاطب به جنبه‌های نامحسوس‌تر رسانه توجه دارد و به پرسش‌ها و موضوع‌های عمیقی مانند چه کسی از ارسال پیام سود می‌برد و چه کسی ضرر می‌نماید، می‌پردازد.

لایه سوم: این لایه مهارت‌های لازم برای تماشای انتقادی رسانه‌ها را ارائه می‌دهد. مخاطب با این مهارت‌ها به تجزیه، تحلیل و پرسش درباره چارچوب ساخت پیام و جنبه‌های جا افتاده در آن می‌پردازد. با این مهارت‌ها، مخاطب به تجزیه و تحلیل و پرسش درباره چارچوب ساخت پیام و جنبه‌های جا افتاده در آن می‌پردازد (Thoman, 1995, p2).

آنچه در این لایه اهمیت دارد، شناخت حقایق و جنبه‌هایی از پیام است که حذف شده است. به عبارت دیگر، فهم متن از سوی مخاطب، در گرو شناسایی ابعاد جا افتاده

پیام است (Kovach, B.&Rosenstiel, 2001, p35). این بعد از سواد رسانه‌ای به اندازه‌ای اهمیت دارد که هابز از آن با عنوان «فهم سطح بالاتر» یاد می‌کند. از نظر هابز، این جنبه از سواد رسانه‌ای، توان پیش‌بینی کننده قوی‌ای برای شناسایی نیازها و انتظارات مخاطبان فراهم می‌آورد (Hobbs, frost, 2003, p340-343). بنا به تعریف تامن، با عمیق‌تر شدن لایه‌ها، میزان سواد رسانه‌ای مخاطبان بیشتر می‌شود؛ به این ترتیب که در لایه اول، مخاطب خود را ملزم می‌کند در استفاده از رسانه، جیره مصرف داشته باشد و در لایه دوم، با توجه به ویژگی‌های پیام‌دهنده برخی از پیام که مطلوب مخاطب است، برگزیده و بقیه پیام‌ها نادیده گرفته می‌شود. در لایه سوم نیز به نقد پیام‌های رسانه‌ای پرداخته می‌شود. در نتیجه سواد رسانه‌ای این امکان را فراهم می‌سازد که پیام را دریافت شده، با چالش روبرو شود و مخاطب، از حالت انفعالی به وضعیتی فعال، پرسشگر و خود بیانگر برسد. به این ترتیب، سواد رسانه‌ای، توانمندی خاصی است که خواننده را در برابر هر متن (نوشتاری، دیداری یا شنیداری و در برابر انواع کتاب، مجله، بیل‌بورد، رادیو، تلویزیون، ماهواره و ...) از حالت شیء مانند به موجودی فعال تبدیل می‌کند (Derek Boles, 2002, p3).

در نتیجه با برخورداری از سواد رسانه (از انتخاب ساده رسانه‌ای تا نقد متن) و رسیدن به سطح عمیق آن (فهم و تفسیر زمینه‌های متن) این امکان برای مخاطب فراهم می‌شود که در برابر هجوم سرسام‌آور القای پیام‌های رسانه‌ای، هویت خود را حفظ کند. از این رو این دسته از مخاطبان با سواد رسانه‌ای، اجازه نمی‌دهند نظام سلطه‌جویانه پیام‌های رسانه‌ای آنان را کنترل کند. آنان هم‌چنین جهان واقعی را همسان با تفسیرهای رسانه‌ای در نظر نمی‌گیرند (سلطانی‌فر، هاشمی، ۲۰۱۱) بر این اساس، سواد رسانه‌ای نظامی تفسیری و ترجیحی، متأثر از داوری‌های ذهنی و اخلاقی است که مواجهه فرد را با پیام‌های رسانه‌ای (چه در دسترس و چه جستجوگرانه) شکل می‌دهد و موجب می‌شود مخاطبان، در استفاده و انتخاب پیام‌ها مسئولیت بیشتری احساس کنند (Livingston, Thumim, 2001, p6).

در ادامه با توجه به مبانی نظری گفته شده به پژوهش‌های انجام شده در داخل و خارج کشور پرداخته شده است.

پیشینه پژوهش

بررسی متون و پژوهش‌های صورت گرفته در ایران و خارج از کشور نشان می‌دهد که، پژوهش‌ها در زمینه سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی محدود است. در این بخش اشاره‌ای به تحقیقات انجام شده در حوزه سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی خواهیم داشت. با فعالیت سازمان بین‌المللی یونسکو، از دهه ۱۹۶۰ میلادی به بعد، موضوع سواد رسانه‌ای در برخی از کشورها مورد توجه جدی قرار گرفت. کانادا اولین کشور در آمریکای شمالی است که سواد رسانه‌ای را در برنامه آموزشی مدارس، الزامی کرد (طلوعی، ۱۳۹۱، ص ۵۲) در این بخش پیشینه پژوهش در دو بخش داخلی و خارجی بررسی می‌شود:

پژوهش‌های داخلی

در مقاله‌ای به تحلیل مدل EC که جامع‌ترین مدل کمیسیون اروپاست، پرداخته شده است. این مدل چهار مؤلفه دسترسی، استفاده، درک انتقادی و تولید ارتباطی را در حوزه سواد رسانه‌ای مطرح می‌کند. در این تحقیق بر اساس مدل EC و مؤلفه‌های مطرح در آن و روش پژوهش اسنادی - تحلیلی، اسناد نهاد شورای عالی انقلاب فرهنگی به عنوان مهم‌ترین نهاد سیاست‌گذار در جمهوری اسلامی بررسی و تحلیل شد. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که بیشترین میزان توجه در اسناد به مؤلفه استفاده و دسترسی بوده و مؤلفه درک انتقادی و توانایی‌های ارتباطی مخاطبان کمتر مورد توجه قرار گرفته است (باهنر و چابکی، ۱۳۹۱).

در پژوهش با عنوان «مطالعه تطبیقی آموزش سواد رسانه‌ای در کانادا و ژاپن و ارائه مدل مطلوب برای ایران» به بررسی سیستم آموزش سواد رسانه‌ای در کانادا و ژاپن پرداخته شده و نهایتاً با بررسی سیستم آموزشی این دو کشور و ویژگی‌های سیستمی و فرهنگی ایران، به ارائه نظراتی درخصوص گنجانیدن آموزش سواد رسانه‌ای در برنامه‌های کشور، مبادرت کرده است (نصیری و عقیلی، ۱۳۹۱).

شهناز هاشمی در تحقیقی با عنوان «بررسی نقش رسانه در نظام تربیتی در سند تحول بنیادین صداوسیما» تأکید بر ضرورت آموزش سواد رسانه‌ای داشته‌اند. وی در این تحقیق به یکی از ابعاد مورد توجه در سند، اشاره کرده و این میان به نقش رسانه‌ها

در تعلیم و تربیت توجه کرده است. در واقع در مبانی نظری تحول بنیادین نظام تعلیم و تربیت رسمی و عمومی جمهوری اسلامی ایران، رسانه در کنار نظام صداوسیما، خانواده و نهادهای غیردولتی به عنوان یکی از چهار رکن محسوب می‌شود (هاشمی، ۱۳۹۳).

در تحقیقی با عنوان «صداوسیما و رویارویی با آسیب‌های رسانه‌های نوین» پرداخته شده است. مهم‌ترین مسئله تحقیق، این است که نقش صداوسیما در مقابل رسانه‌های نوین چیست؟ نتایج تحقیق نشان می‌دهد حفظ و گسترش ارزش‌های اسلامی، حفظ و تأمین منافع و نیازهای امنیتی سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و روان‌شناختی، جزو مهم‌ترین اهداف و ارزش‌هایی قلمداد می‌شوند که تهدید علیه آن‌ها، تهدید بر ضد امنیت ملی به حساب می‌آید و از جمله اقداماتی که می‌توان در این زمینه انجام داد، افزایش سواد رسانه‌ای برای دانش‌آموزان و خانواده‌ها و ایجاد تغییراتی در برنامه‌ریزی درسی مدارس و دانشگاه‌ها و سوق دادن آن به سوی افزایش قدرت ملی و در نهایت، کاهش تهدیدات نرم است (مصطفوی آلاق، ۱۳۹۴).

عباس تقی‌زاده و علی‌اصغر کیا به تحقیقی با عنوان «نیازسنجی برنامه آموزشی سواد رسانه‌ای در مدارس» پرداختند. در این مقاله ضرورت، اهداف، محتوا، شیوه اجرا، تدریس، ارزشیابی و محدودیت‌های ورود آموزش سواد رسانه‌ای به مدارس کشور با روش مطالعه کتابخانه‌ای، اسنادی و دلفی از دیدگاه صاحب‌نظران بررسی شده است. یافته‌ها نشان داد بومی‌سازی 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 (تقی‌زاده و کیا، ۱۳۹۳).

در تحقیقی با عنوان طراحی الگوی بومی آموزش سواد رسانه‌ای به نوجوانان است. با مطالعه وسیع الگوها و راهکارهای کشورهای مختلف در آموزش سواد رسانه‌ای و انجام پانزده مصاحبه با مدیران ارشد سازمان صداوسیما، اساتید ارتباطات، برنامه‌ریزان آموزشی و معلمان آموزش سواد رسانه‌ای، داده‌های لازم گردآوری و در سه مرحله کدگذاری باز، محور و گزینشی گردید. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که در الگوی بومی آموزش سواد رسانه‌ای به نوجوانان در ایران، دو نهاد آموزش و پرورش و صداوسیما، نقش بسزایی در آموزش سواد رسانه‌ای دارند (صلواتیان و همکاران، ۱۳۹۶).

در مقاله‌ای با عنوان «تبدیل دانشجویان به دانش پژوهان: ایجاد قابلیت‌های سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی از طریق برقراری ارتباط پژوهشی» پیشنهاد شده است که یکی از راه‌های توسعه این قابلیت‌ها برای دانشجویان دانشگاه‌ها این است که به‌طور فعالانه و از طریق تولید اطلاعات و توزیع تحقیقات خود در فرآیند ارتباطات علمی درگیر شوند و دیگران از طریق یک مخزن سازمانی دیجیتال به تولیدات علمی آن‌ها دسترسی داشته باشند (اشرفی‌ریزی و همکاران، ۱۳۹۲).

در تحقیق دیگری در فضای آکادمیک (آموزش و پرورش) در کشور ایران با اشاره به اهمیت سیاست‌گذاری آموزش سواد رسانه‌ای در نهادهای آکادمیک، الگوی سیاست‌گذاری آموزش سواد رسانه‌ای در نظام تعلیم و تربیت رسمی و عمومی کشور طراحی شده است (کریمی نامی‌نندی، ۱۳۹۵).

پژوهش‌های خارجی

صالح^{۱۷} (۲۰۱۲) در پژوهش خود با عنوان «سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی در آفریقای جنوبی: اهداف و ابزارها» به بررسی برخی از مسائل مربوط به سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی از طریق نمونه‌ای از دانشجویان در دانشگاه کیپ تاون پرداخته است. این پژوهش برخی از راه‌حل‌های عملی را جهت کمک به ارتقای سطح سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی در میان محرومان آفریقای جنوبی ارائه می‌دهد.

در پژوهشی با عنوان «توسعه سواد رسانه‌ای - دیجیتالی برای کودکان و نوجوانان» اشاره شده است رهبران جامعه بایستی بدانند که جوانان به سواد رسانه‌ای - اطلاعاتی نیاز دارند. برنامه‌های تجربی و آزمایشی در این حوزه، بینشی را ایجاد کرده است، اما شکاف در درک و عدم حمایت در تحقیق و توسعه همچنان مانع رشد در این حوزه می‌شود. دیگر مانند گذشته، محیط‌های یادگیری بستگی به محیط‌هایی مانند مدرسه ندارد. یادگیری در هر زمان و مکانی روی می‌دهد و بهره‌وری در محل کار بستگی به سواد رسانه‌ای - اطلاعاتی دارد. برای ایجاد سرمایه انسانی لازم، به منظور موفقیت و پایداری در یک جهان مبتنی بر تکنولوژی، بایستی بر روی شیوه‌های سوادآموزی جوانان سرمایه‌گذاری کنیم (Turner, 2017)^{۱۸}.

نتیجه‌گیری پژوهش‌های انجام شده نشان می‌دهند: پژوهش‌های طبیب نیا (۱۳۸۴)، پندپذیر و چشمه سهرابی (۱۳۸۹)، اکبری داریان، محمدی و شاکری (۱۳۹۱) برجیان و خسروی (۱۳۹۱) نیز نشان دادند که سطح سواد اطلاعاتی بیشتر از حد متوسط بوده است اما پژوهش‌های دیگر مانند بختیارزاده (۱۳۸۱)، صیفوری و غفاری (۱۳۸۹)، پاول، ایپ و کیس اسمیت^{۱۹} (۲۰۰۳) و جیل و آلکی^{۲۰} (۲۰۱۱) سطح سواد اطلاعاتی را پایین‌تر از حد متوسط گزارش کرده‌اند. از طرف دیگر، پژوهش‌های انجام شده در خصوص سواد رسانه‌ای مانند حاجی حیدری (۱۳۹۰)، کشانی (۱۳۹۰) نصیری (۱۳۸۳) حکایت از سطح نسبتاً مطلوب سواد رسانه‌ای در جامعه آماری آن‌ها بوده است. اما پژوهش‌های پیسینکا و دیگران^{۲۱} (۲۰۱۱)، کالور و جاکوبسون^{۲۲} (۲۰۱۲) سطح سواد رسانه‌ای را مطلوب گزارش نکرده‌اند و آموزش آن را ضروری دانسته‌اند (اشرفی‌ریزی و دیگران، ۹۲) مطالعات، شباهت‌ها و تفاوت‌های آموزش سواد رسانه‌ای بین کشورهای اروپایی را نشان می‌دهد. برخی از آن‌ها سواد رسانه‌ای به عنوان برنامه درسی مرکزی سیستم آموزشی در نظر می‌گیرند؛ درحالی‌که برخی کشورهای دیگر آن را در برنامه‌های یادگیری مادام‌العمر در نظر می‌گیرند (تورنو^{۲۳}، ۲۰۱۳).

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش شامل دو بخش عمده می‌شود. در بخش اول داده‌ها و اطلاعات با استفاده از روش اسنادی و کتابخانه‌ای جمع‌آوری شده است. بخش دوم اطلاعات بدست آمده در مصاحبه‌ها با کمک روش تحلیل تم تجزیه و تحلیل شده است. این پژوهش براساس هدف، کاربردی و از حیث نحوه گردآوری داده‌ها غیرآزمایشی محسوب می‌شود. در این بخش از مصاحبه‌شوندگان سؤالات زیر پرسیده شد: (هم‌چنین در طول مصاحبه سؤالاتی به فراخور موضوع اصلی مطرح شد).

۱. فنون مؤثر در آموزش سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی کدامند؟
 ۲. راهکارهای افزایش سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی در نظام تعلیم و تربیت چیست؟
 ۳. ابعاد آموزش سواد رسانه‌ای شامل چه مواردی می‌شود؟
- این پژوهش براساس هدف، کاربردی و از حیث نحوه گردآوری داده‌ها

غیرآزمایشی محسوب می‌شود. پژوهش حاضر طی مراحل زیر انجام شده است.

مرحله اول، مطالعات اسنادی: نخستین فاز، مطالعات کتابخانه‌ای، استفاده از منابع اینترنتی و آگاهی از ادبیات پژوهش، شامل حوزه نظری و پیشینه پژوهش است.

مرحله دوم، مشاهده و تحلیل نظری موضوع در حوزه سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی: در این مرحله، آنچه در دنیای واقعی صورت می‌پذیرد، از لحاظ نظری تحلیل شد تا شناخت مناسبی از چارچوب‌های رایج توسعه آموزش سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی به دست آید. در این زمینه، به بررسی و مشاهده تجربه کشورهای پیشرو و همچنین سازمان جهانی یونسکو پرداخته شد و چگونگی ارائه خدمات و قابلیت‌های ویژه‌ای که به کاربران ارائه می‌شود، از لحاظ نظری تحلیل شد.

مرحله سوم، مصاحبه‌های عمیق: در این مرحله، مصاحبه‌های عمیق خبرنگاران حوزه سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی (اساتید و خبرگان این حوزه) که قادر به کمک در شناخت ابعاد مختلف موضوع پژوهش بودند، انجام شد. با توجه به اینکه در پایان هر مصاحبه، کدگذاری انجام می‌شد، این مصاحبه‌ها تا زمانی ادامه یافت که اشباع نظری حاصل شود؛ به این معنا که کدگذاری محوری سبب ایجاد دسته مفهومی جدیدی نشد.

مرحله چهارم، کدگذاری و تحلیل مصاحبه‌ها: با توجه به روش، تحلیل محتوای کیفی در این پژوهش، کدگذاری مصاحبه‌ها به موازات انجام مصاحبه‌ها صورت گرفت؛ تا زمانی که اشباع نظری حاصل شد و مصاحبه‌ها به پایان رسید. پس از استخراج کدها یا نشانگرهای باز، از طریق ادغام و تجمیع چندین کد باز در قالب یک مفهوم، کدگذاری محوری انجام شد و سرانجام با انتخاب چند مفهوم از میان مفهوم‌های به دست آمده در کدگذاری محوری، متغیرها و مؤلفه‌های اصلی تشکیل‌دهنده مدل پژوهش تعیین شدند.

جامعه آماری این پژوهش، شامل متخصصان و خبرنگاران حوزه سواد رسانه‌ای است. با توجه به محدود بودن جامعه آماری (حدود ۵۰ نفر در سطح کشور)، جامعه آماری با نمونه برابر است و به عبارتی روش نمونه‌گیری مطرح نیست. جمع‌آوری اطلاعات تا زمانی ادامه یافت که به نقطه اشباع^{۲۴} برسد. در این پژوهش، در مجموع،

۲۰ مصاحبه انجام گرفت که ۴ مصاحبه سبب ایجاد کد جدید نشدند و این به معنای رسیدن به نقطه اشباع و کفایت نمونه‌گیری بود. این پژوهش در ابتدا با نمونه‌گیری مبتنی بر هدف و نمونه‌گیری آسان (در دسترس) آغاز شد. این روش برای شروع نمونه‌گیری به کار رفت و سپس در خلال کار، برای شناسایی سایر نمونه‌های مناسب از روش گلوله‌برفی یا زنجیره‌ای استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

در این مرحله، ابتدا کدگذاری اولیه و سپس کدگذاری ثانویه به روشی که در ادامه توضیح داده می‌شود، انجام شد. در واقع، نکات کلیدی و مواردی که مصاحبه‌شوندگان بر آن‌ها تکیه بیشتری داشتند، از مصاحبه‌ها استخراج شدند. سپس کدهای ثانویه از کدهای اولیه ایجاد شدند. در مرحله بعد، از کدهای ثانویه مفهوم‌سازی شد و در نهایت، به شکل‌دهی مقولات پرداخته شد. در مرحله آخر کدگذاری باز، طبقات اصلی حاصل از شکل‌دهی مقولات استخراج شد. نتایج تحلیل‌های صورت گرفته بر روی پاسخ‌های ارائه شده بر اساس سه گام اول تحلیل محتوای کیفی (کدگذاری باز، لیست کردن کدها، و گروه‌بندی کدها) را ترسیم می‌نماید. داده‌های حاصل از روش تحلیل تم در سه مرحله حاصل شد. در مرحله اول، ابتدا کدگذاری اولیه و سپس کدگذاری ثانویه انجام شد. در واقع، نکات کلیدی و مواردی که مصاحبه‌شوندگان بر آن‌ها تکیه بیشتری داشتند، از مصاحبه‌ها استخراج شدند. سپس کدهای ثانویه از کدهای اولیه ایجاد شدند. در مرحله بعد، از کدهای ثانویه مفهوم‌سازی شد و در نهایت، به شکل‌دهی مقولات (تم‌های اصلی) پرداخته شد.

مفاهیم (تم های فرعی)	کدگذاری باز
اصلاح فرآیند یاددهی و یادگیری	۱ در تالیف منابع باید تأکید بر سر فصل ها باشد و یا تأکید بر چند کتابی در آموزش سواد رسانه ای لازم است
	۲ تلفیق دروس: تم دروس، مثلاً تم ارتباطات را در دروس (ریاضی، فیزیک، تاریخ) گفته شود چون در بیرون و واقعیت این دروس باهم هستند. ریاضیات در بطن و متن زندگی یاد داده شود. تم می تواند هر درس دیگری باشد
	۳ تغییر نحوه ی تدریس معلمان بصورت یاددهی همراه با یادگیری: وظیفه معلمان فقط یاددهی نیست بلکه یادگیری هم هست و باید باشد. این یعنی فرآیند یک سویه به دوسویه تبدیل شود.

جدول ۱- کدگذاری باز و تم های فرعی

در کدگذاری باز ۳۰۶ کد از مصاحبه ها استخراج شد. سپس در کدگذاری محوری کدهای باز به ۷۰ تم فرعی تقلیل داده شد. در ادامه پس از کدگذاری محوری یک کدگذاری گزینشی (انتخابی) انجام شد. از ۷۰ تم فرعی، ۳۹ مورد انتخاب شد. در نهایت این تم های فرعی در قالب تم های اصلی دسته بندی شدند. جدول ۱ این دسته بندی را نشان می دهد.

جدول ۲- دسته بندی گروه ها در دو دسته فرعی و اصلی

ردیف	گروه	دسته فرعی (زیر دسته)	دسته اصلی
۱	تعیین پهنای باند اینترنت شورای عالی فضای مجازی، آموزش و پرورش، و نهادهای دیگر نربیت نیروهای متخصص تجهیز زیرساخت های فنی تکنیک های آموزش سواد رسانه ای و اطلاعاتی آموزش سواد رسانه ای از پیش دبستانی تا دبیرستان حفظ فرهنگ خودی در برابر تهاجم فرهنگی تشکل های غیر رسمی اماکن و مراجع فرهنگی (مساجد و..) نهاد آکادمیک	دسترسی استفاده - کاربرد ارزیابی - تجزیه و تحلیل تولید	سطوح آموزش سواد رسانه ای و اطلاعاتی
۲	آموزش سواد رسانه ای از پیش دبستانی تا دبیرستان	ابزار کمک آموزشی	محتوای آموزش

	بسته جامع آموزش سواد رسانه‌ای	سطح‌بندی و طبقه‌بندی آموزش سواد رسانه‌ای	۳
	واقعیت افزوده	ابزارهای کمک آموزشی متناسب با حوزه رسانه	۴
	آموزش از طریق دروس دیگر	تناسب محتوای آموزش سواد رسانه‌ای با شرایط بومی منطقه‌ای	۵
تفکیک رسانه‌ها	رسانه‌های شفاهی	سطح‌بندی و جداسازی رسانه‌ها جهت آموزش آموزش سواد تلویزیونی آموزش سواد خبری آموزش استفاده از شبکه‌های اجتماعی	۶
	رسانه‌های مکتوب		۷
	رسانه‌های الکترونیک		۸
	رسانه‌های دیجیتال (اینفو مدیا)		۹
	رسانه‌های برخط (آنلاین)		
تعیین جامعه هدف	معلمان	آموزش معلمان	۱۰
	خانواده‌ها	انجمن اولیا مربیان	۱۱
	دانش آموزان	آموزش دانش آموزان	۱۲
روش‌های آموزش سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی	یادگیری مشارکتی	اماکن و مراجع فرهنگی (مساجد و...) آشناسازی با سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی تفکیک‌های آموزش سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی گردش علمی دانش آموزان بازدید از رسانه و نحوه تولید محصولات رسانه‌ای	۱۳
	تحلیل محتوا تحلیل زمینه ترجمه تولید		

در ادامه و بعد از تعیین و دسته‌بندی گروه‌ها، هرکدام از ابعاد آموزش سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی بررسی می‌شود. اولین بخش مرور فنون آموزش سواد رسانه‌ای است. این فنون عبارتند از: پرس و جوی موضوعی، تحلیل محتوا، تحلیل زمینه، یادگیری مشارکتی، ترجمه، تولید، یادگیری مبتنی بر مسئله، مطالعه موردی و..

گام مهم در آموزش سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی توجه به محتوای مدنظر جهت ارائه و آموزش به جامعه هدف است. در محتوای طبق یافته‌های پژوهش باید یک بسته جامعه جهت آموزش سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی آماده شود. این بسته می‌تواند شامل کتاب، نرم‌افزار، چندرسانه‌ای و ابزارهای لازم مورد نیاز باشد. سازمان آموزش و پرورش به عنوان رسمی‌ترین سازمان آموزشی یک کشور عمل می‌کند. این سازمان در زمینه افزایش سواد نقش مهمی بر عهده دارد. بر این اساس آموزش و پرورش کشور ایران با چاپ کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای در این عرصه ورود پیدا کرده است.

آموزش سواد رسانه‌ای برای هر یک از رسانه‌ها متفاوت است. به عنوان مثال در

رادیو و تلویزیون باید به حاکمان این رسانه‌ها توجه داشته باشیم و در رسانه‌های دیجیتال بحث اخلاق و حفظ حریم خصوصی مهم است. در ادامه با توجه به یافته‌های پژوهش دسته‌بندی انواع رسانه‌ها بر اساس تطور تاریخی و سیر تغییرات فناوری انجام شده است.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

نتیجه‌گیری

در مهم‌ترین قدم جهت آموزش سواد رسانه‌ای ابتدا باید جامعه هدفی که قصد داریم آموزش دهیم را مشخص کنیم. در این پژوهش که با عنوان تعیین ابعاد آموزش سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی در نظام تعلیم و تربیت رسمی و عمومی کشور صورت گرفته است. جامعه هدف می‌تواند اقشار زیر باشد:

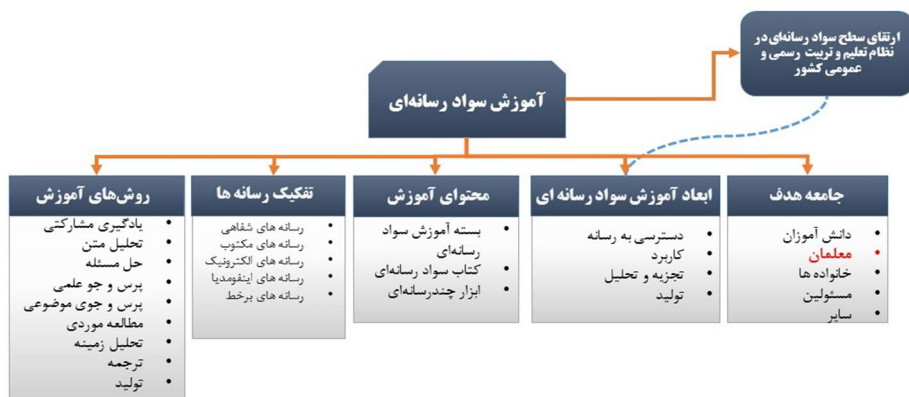
جامعه هدف	
•	دانش آموزان
•	معلمان
•	خانواده‌ها
•	مسئولین
•	سایر

جامعه هدف

با توجه به گستردگی جامعه هدف این پژوهش با تمرکز بر روی معلمان، که به عنوان یکی از ارکان مهم نظام تعلیم و تربیت مطرح است، انجام شد. الگوی طراحی شده در این پژوهش به دلیل توجه جوانب مختلف، الگوی طراحی شده با اندکی تغییر قابل استفاده برای دیگر ارکان جامعه هدف می‌باشد. در ادامه مراحل آموزش سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی به اختصار توضیح داده می‌شود.

همان‌طور که مشخص شد اولین قدم در تعیین سطوح سواد رسانه‌ای بحث دسترسی است. این سطح به محدوده و مرزهای دسترسی^{۲۵} و هم‌چنین تعیین محدوده سنی^{۲۶} استفاده از رسانه‌های مختلف می‌پردازد. این اعمال محدودیت و تعیین مرزهای دسترسی معمولاً توسط دولت‌ها و نهادهای سیاست‌گذار انجام می‌شود. بخشی دیگر از

این محدودیت به مباحث اخلاقی و عرف جامعه مربوط است. برای یک مدیر رسانه بحث دسترسی از اهمیت زیادی برخوردار است چراکه در اولین قدم باید جهت اداره یک رسانه مرزهای دسترسی از رسانه (دولتی، عمومی و خصوصی) تعیین گردد. اگر در تعیین محدودیت به منافع افکار توجه نشود، مردم از طرق مختلف از جمله استفاده از وی پی ان^{۳۷} و فیلترشکن روی آورده و قانون را دور می‌زنند. در سطوح بعد سواد رسانه‌ای یعنی استفاده - کاربرد و ارزیابی - تجزیه و تحلیل، نقش قوانین و مقررات بیشتر به چشم می‌آید. در این سطوح تعیین می‌شود که چه نهادهایی وظیفه نظارت و اجرای قوانین جهت آموزش استفاده صحیح و درست رسانه‌ها از نظر فنی و محتوایی برعهده دارند. نهادهای نظارتی و اجرایی لازم است یکسان نباشد. زیرا تجربه نشان داده است وقتی سازمان مجری، نظارت را نیز بر عهده داشته باشد؛ خروجی کار مطلوب نخواهد بود. آموزش و پرورش در سال تحصیلی ۹۶-۹۵ با تألیف و چاپ کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای به این عرصه ورود پیدا کرده است. چاپ کتاب بخشی از ملزومات آموزش سواد رسانه‌ای است. توجه به محدوده دسترسی و سنی، زیرساخت‌ها، محتوا، روش‌های تدریس و.. نیز از ملزومات مهم دیگر است. تعیین زیرساخت‌های فنی، تولید محتوا، الگوی کسب و کار مناسب جهت آموزش به جامعه هدف (مدیران، مربیان، خانواده‌ها و دانش‌آموزان)، با طراحی چارچوب سیاستگذاری مشکلات و چالش‌ها را کاهش دهد. چهار سطح گفته شده در آموزش سواد رسانه‌ای بخش اول جزء مهارت‌های دانشی افراد محسوب می‌شود. بخش دوم جزء مهارت‌های فناوری ارتباطات و اطلاعات است. بخش سوم جزء مهارت‌های ادراکی افراد می‌باشد. و بخش چهارم نیز تلفیقی از مهارت‌های دانشی، ادراکی و فنی است که هدف آموزش سواد رسانه‌ای رسیدن به این منظور خواهد بود. پذیرش چهار سطح دسترسی، کاربرد و معرفت‌شناسی (تجزیه و تحلیل) و تولید مسئله ساده‌ای نیست. بلکه آموزش و پرورش هرچه سریع‌تر باید تکلیف وظایف خود را با این چهار سطح مشخص کند. بر این اساس در نهایت یافته‌های پژوهش به الگوی زیر جهت تعیین ابعاد آموزش سواد رسانه‌ای در نظام تعلیم و تربیت رسمی و عمومی کشور منتهی شده است.



ابعاد آموزش سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی

دومین قدم در آموزش سواد رسانه‌ای توجه به محتوای مدنظر جهت ارائه و آموزش به جامعه هدف است. مرحله دوم آموزش سواد رسانه‌ای، در محتوای آموزش بایستی یک بسته جامعه جهت آموزش سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی آماده شود. این بسته می‌تواند شامل کتاب، نرم‌افزار، چندرسانه‌ای و ابزارهای لازم مورد نیاز باشد. مرحله سوم در آموزش سواد رسانه‌ای توجه به روش‌های آموزش سواد رسانه‌ای است. این روش‌ها براساس ادبیات و یافته‌های پژوهش عبارتند از: یادگیری مشارکتی، تحلیل متن، حل مسئله، پرس و جو علمی، پرس و جو موضوعی، مطالعه موردی، تحلیل زمینه، ترجمه و تولید. در مرحله چهارم، آموزش سواد رسانه‌ای برای هر یک از رسانه‌ها متفاوت است به همین منظور بایستی در آموزش، رسانه‌ها از یکدیگر تفکیک شوند. (رسانه‌های: شفاهی، مکتوب، الکترونیک، ایفومدیا و برخط) به عنوان مثال در رادیو و تلویزیون باید به حاکمان این رسانه‌ها توجه داشته باشیم و لازم است مخاطبان این رسانه‌ها را از اهداف پنهان آنها آگاه سازیم. در رسانه‌های برخط (آنلاین) و مبتنی بر فضای مجازی بحث اخلاق و حفظ حریم خصوصی مهم است. انتشار حریم خصوصی افراد از نظر اخلاقی کاری ناپسند است. علاوه بر این از منظر حقوق رسانه نیز (طبق ماده ۱۹ اعلامیه جهانی حقوق بشر) جرم محسوب می‌شود. هم‌چنین همان‌طور که اشاره شد، در راستای آموزش سواد رسانه‌ای سه نهادی مهمی که می‌توانند ورود پیدا کنند شامل: (۱) نهادهای آکادمیک، (۲) نهاد رسانه‌ها و (۳) نهادهای صنعتی و مدنی

می‌باشند. در این میان اولین گروه نهاد آکادمیک است. این گروه با توجه به گستردگی و سلسله‌وار بودن در سطح ملی از تأثیرگذاری بیشتری برخوردار است. از جمله نهادهای آکادمیک: نهادهای آموزشی مثل مدارس، دانشکده‌ها، دانشگاه‌ها و آموزشگاه‌های مختلف هستند. مفهوم سواد رسانه‌ای را می‌توانند در کتب درسی ارائه کنند. دانشگاه‌ها در کنار آموزش و پرورش گسترده‌ترین نهادی هستند که با طیف وسیعی از مخاطبان مواجه‌اند. و نقش بسیار مهمی در راستای آموزش مباحث و ایده‌های جدید از جمله سواد رسانه‌ای را دارد. دومین گروه خود رسانه‌ها هستند، البته رسانه‌ها زیاد به مسئله سواد رسانه‌ای نمی‌پردازند؛ چراکه مانند همان بقالی می‌شود که هیچ‌وقت نمی‌گوید ماست من ترش است! اما رسانه‌ها می‌توانند نقش مهمی در آموزش سواد رسانه‌ای با تولید برنامه‌های آموزشی مرتبط ایفا کنند. سومین گروه نهادهای صنفی و مدنی هستند. این گروه از اتحادیه‌های مختلف مانند اتحادیه تاکسی‌داران را گرفته تا اتحادیه خوار و بار فروشان را شامل می‌شود. هم‌چنین نهادهای غیر رسمی مانند سازمان‌های مردم‌نهاد (سمن) و NGOها در زمینه آموزش سواد رسانه‌ای و مسائلی که جامعه درگیر آنهاست نقش مهمی ایفا می‌کنند.

مهم‌ترین و فراگیرترین نهاد آکادمیک، سازمان آموزش و پرورش است. با توجه به گستردگی مخاطبان این نهاد و ضرورت آموزش سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی از سنین پایه تعیین ابعاد آموزش سواد رسانه‌ای در راستای ارتقای سطح این سواد می‌تواند مؤثر باشد. هم‌چنین در بررسی این ابعاد ضرورت دارد نهادهای پیش‌گفته در این عرصه فعال‌تر شوند، و سازمان آموزش و پرورش با مشارکت این نهادها در راستای ارتقای سطح سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی پیش قدم شود.

پیشنهادها

ما شش اولویت پژوهشی را که در حال پیشرفت هستند را شناسایی کرده‌ایم:
انجام مطالعات طولی که دانش و مهارت‌های ضروری برای پرورش مهارت‌های سواد رسانه‌ای - اطلاعاتی را برای فراگیران مختلف در طول عمر شناسایی می‌کند.
دسترسی به اینترنت یک مورد است؛ دانستن چگونگی نظر انتقادی، ایجاد، نوآوری

و اصول اخلاقی شرکت کردن در فضاهای دیجیتال ممکن است تمایز اجتماعی نسبتاً بی‌سابقه باشد. سازمان توسعه و همکاری اقتصادی گزارش کرده است که افزایش سواد با افزایش سطح درآمد، افزایش مشارکت در فعالیتهای دولتی و داوطلبانه و تصمیمات بهداشتی و رفاهی در رابطه است، اما ما هنوز درک جمعی از چگونگی توسعه این مهارت‌ها، به ویژه در مدارس نداریم.

بررسی روش‌های آموزشی و برنامه‌های دیگر که فرصت‌ها را برای همه برابر می‌کند.
دسترسی نابرابر به مهارت‌های تکنولوژی و تکنولوژی پیشرفته به دلیل درآمد، سطح تحصیلات، نژاد و جغرافیا می‌تواند تقسیمات موجود در جامعه را عمیق و تقویت کند. دانش‌آموزانی که به صورت فعال، خلاق و با روش‌های انتقادی از تکنولوژی استفاده می‌کنند را از سایر دانش‌آموزانی که از «محتوای منفعل» استفاده می‌کنند، جدا کنند. اگر معتقد باشیم که تمام کودکان شایستگی لازم جهت توسعه مهارت‌های مورد نیاز برای کارهایی با درآمد بالا و شهروندی مشارکتی دارند، سپس تحقیق بر روی آموزش سوادآموزی باید روش‌هایی را به وجود آورد که این شکاف را پر کند. ایجاد فرصت‌های برابر برای همه باید یک اولویت مهم باشد.

بررسی ارتباطات بالقوه در میان آموزش خارج از مدرسه، یادگیری رسمی و مشارکت مدنی.

سرانجام، ما باید روش‌های آموزشی را شناسایی کنیم که جوانان را قادر می‌سازد تا نوآوری‌های سواد رسانه‌ای - اطلاعاتی را ارتقا دهد و دانش‌آموزان این مهارت‌ها را در خارج از مدرسه برای کار در کلاس و فراتر از آن به دست می‌آورند. با هموار کردن مرزهای بین کلاس درس و جهان خارج، ما می‌توانیم شهروندی آگاه، متفکر و مسئول پرورش دهیم. با این حال، ما هنوز در مورد اینکه چگونه معلمان می‌توانند به این شیوه‌های پربار که به توسعه مهارت‌های بالاتر و مشارکت مدنی کمک می‌کنند، دانش اندکی داریم. برای آماده‌سازی همه جوانان، صرف نظر از پیشینه یا وضعیت اجتماعی و اقتصادی، به منظور کمک، نمی‌توانیم انتظار داشته باشیم که سواد رسانه‌ای - اطلاعاتی فقط در محیط‌های طبیعی توسعه یابد. مدارس باید سازگاری داشته باشند.

حذف آزمون‌های پر ریسک که تعریف سواد رسانه‌ای را محدود می‌کند.

مسائل سواد رسانه‌ای - اطلاعاتی در مکالمات متمرکز بر آزمون‌های پر ریسک گم می‌شوند. تقریباً همه آزمون‌های استاندارد به صورت آنلاین، آزمون‌های انطباقی، یا حتی ترکیب مؤلفه‌های صوتی و تصویری تغییر کرده‌اند که تا حد زیادی بر پاسخ‌های چندگزینه‌ای و پاسخ کوتاه متمرکز شده است. اگرچه این آزمون‌ها با کامپیوتر انجام می‌شود اما از دانش‌آموزان دعوت نمی‌شود تا پیچیدگی‌های کامل را که نیاز به سواد رسانه‌ای - اطلاعاتی دارد، نشان دهد. آن‌ها مهارت‌های سوادآموزی در دنیای واقعی را ارزیابی نمی‌کنند.

تکیه به شیوه‌های ارزیابی منسوخ شده، «تلاش‌های مریبان جهت تمرکز بر طیف وسیعی از تجربیات یادگیری از بین می‌برد که می‌تواند نوآوری، خلاقیت، حل مسئله، همکاری، ارتباط، تفکر انتقادی و دانش موضوعی عمیق را ارتقاء دهد و این امر دانش‌آموزان را قادر می‌سازد تا در یک دموکراسی و دنیای اقتصاد - اجتماعی به‌طور فزاینده‌ای رشد کنند.

رسیدگی به مشکلات به لحاظ محتوا

از آنجا که اغلب سیاست‌گذاری‌ها به صورت راه‌حل‌های یک شکل را مطرح می‌کند، تنوع و تغییرپذیری در زمینه و نیازهای جامعه در نظر گرفته نشده است. سیاست‌گذاری‌ها در سطوح کشوری - استانی باید به مقامات محلی برای تصمیم‌گیری در مورد آموزش و ارزیابی در مدارس، حق اختیار و قدرت دهد. با این حال جهت ایجاد تصمیم‌گیری‌های آگاهانه بایستی ساختارهای مالی تغییر کند. بودجه کمی به مدارس اختصاص دارد و برای تحقیق و توسعه نیاز به بودجه وجود دارد. در موارد بسیاری، بعضی از مدارس مناطق پول زیادی خرج می‌کنند بدون اینکه به آموزش معلم یا پتانسیل تحول ساختاری توجهی داشته باشند. این نوع خریده‌ها و هزینه‌ها اغلب با شکست مواجه می‌شود. تصمیمات مبتنی بر محتوا که بر اساس تحقیق و توسعه با کیفیت هستند، به شدت مورد نیاز است؛ یک روش برای همه به سادگی کار نمی‌کند.

ایجاد پارامترهای انعطاف‌پذیر برای تعریف و استفاده از متون

به دلیل زمان و هزینه‌های مربوط به مالکیت معنوی، ضروری است که دولت، قوانین مربوط به قوانین حق تکثیر را اصلاح کند و حمایت از حقوق نویسندگان را ایجاد کند و امکان انعطاف‌پذیری جهت استفاده از متون متنوع دیجیتال جدید، انطباقی و قابل تغییر را دهد. اختراع با ترکیب مجدد متون و چارچوب جدید قانون برای مالکیت معنوی حاصل می‌شود که بایستی اجازه توسعه، خلق مجدد و به اشتراک‌گذاری اطلاعات را بدهد. محققان، مربیان و دانش‌آموزان نیازمند به پارامترهای جدید و انعطاف‌پذیر با رعایت مرزهای اخلاقی هستند که در سیاست‌گذاری‌های قابل قبول و شرایط استفاده از متون و ابزارهای اطلاعاتی به کار رفته است. این‌گونه طرح‌های سیاست‌گذاری، فرصت‌های آموزشی را با هدف ایجاد یک شهروند با سواد در عصر اطلاعات فراهم می‌کند.

یادداشت‌ها

1. "the mediation of everything"
2. Livingstone
3. Issue-enquiry Approach
4. Problem-based Learning PBL
5. Scientific Enquiry
6. Case Study
7. Cooperative Learning
8. Textual Analysis
9. Contextual Analysis
10. TRANSLATION
11. PRODUCTION
12. Media literacy
13. Information Literacy
14. Media and information literacy
15. Buckingham
16. Aspen Institute
17. Saleh
18. Turner
19. powell, Ahip & Case-Smith
20. Alike & Jill
21. Piscina. Et.al
22. Jacobson & Culver
23. PÉREZ TORNERO
24. Saturation

25. Boundaries Access
26. Age Restriction
27. VPN

کتابنامه

- اشرفی‌ریزی، حسن؛ رمضانی، امیر؛ آقاجانی، حامد؛ کاظمپور، زهرا (۱۳۹۲) «بررسی میزان سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی اصفهان»، فصلنامه نظام‌ها و خدمات اطلاعاتی، سال دوم، شماره ۲، پیاپی ۶، بهار، صص ۹۱-۳۴.
- اکبری داریان، سعیده؛ محمدی، فرنناز، و شاکری، صدیقه، (۱۳۹۱)، «سنجش سواد اطلاعاتی مراجعه‌کنندگان سازمان اسناد و کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران بر اساس استانداردهای (ACRL)»، نظام‌ها و خدمات اطلاعاتی، (۲)۱، ۸۵-۹۶.
- اسمعیل پونکی الهام؛ اسمعیلی گیوی محمدرضا؛ فهیم نیا فاطمه (۱۳۹۴) «سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی و تأثیر آن‌ها بر قابلیت‌های کارآفرینی»، تعامل انسان و اطلاعات. ۲ (۴)
- بختیارزاده، اصغر (۱۳۸۱)، بررسی سواد اطلاعاتی دانشجویان دانشگاه الزهرا. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. تهران: دانشگاه علوم پزشکی ایران، دانشکده مدیریت و اطلاع‌رسانی پزشکی.
- برجیان، مهشید و خسروی، فریبرز (۱۳۹۱). مهارت سواد اطلاعاتی کتابداران و میزان انطباق آن با استاندارد (ACRL) در کتابخانه ملی ایران. مطالعات ملی کتابداری و سازماندهی اطلاعات، ۲۳(۲)، ۱۹۱-۱۷۸.
- بشیر، حسن؛ جعفریان، مجید (۱۳۹۶). «کاوش در فرآیند تأثیر نرم‌افزارهای قرآنی بر فهم قرآنی کودکان از دیدگاه مادران». دوفصلنامه علمی - پژوهشی دین و ارتباطات، ۲۴(۵۱)، ۱۷۱-۱۹۷.
- پندپذیر، معصومه و چشمه سهرابی، مظفر (۱۳۸۹). «بررسی سواد اطلاعاتی دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه علوم پزشکی کرمانشاه بر اساس مدل شش مهارت بزرگ آیزنبرگ و برکویتز». تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی، ۱۶(۲)، ۱۳۷-۱۱۵.
- حاجی حیدری، حامد و یزدیان، امیر (۱۳۹۰)، «سنجش و کاربست الگوی پنج سطحی سواد رسانه‌ای انتقادی: مطالعه موردی دانشجویان دانشکده صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران». مجله جهانی رسانه - نسخه فارسی، ۶(۲)، ۵۷-۳۰.
- دهقان‌شاد، هوریه؛ کوکنده، سیدمحمد (۱۳۹۱)، «بررسی ضرورت آموزش سواد رسانه‌ای کودکان و نوجوانان از نگاه متخصصان آموزش و پرورش شهر تهران»، مطالعات رسانه، سال ۷، شماره ۱۶، بهار.
- روشندل اربطانی، طاهر؛ بشیر، حسن؛ پورعزت، علی‌اصغر؛ حسینی، سید جمال‌الدین (۱۳۹۴)، «طراحی مدل سازگارسازی رسانه‌گری آیین زیارت در شبکه‌های اجتماعی». دوفصلنامه علمی - پژوهشی دین و ارتباطات، ۲۲(۴۸)، ۶۳-۸۶.
- صیفوری، ویدا و غفاری، سعید (۱۳۹۰)، «سواد اطلاعاتی دانشجویان سال آخر دوره کارشناسی دانشگاه

- رازی کرمانشاه». نظام‌ها و خدمات اطلاعاتی، (۱)، ۹۵-۱۰۸.
- طیب‌نیا، ویدا (۱۳۸۴)، بررسی سواد اطلاعاتی دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشکده اقتصاد علامه طباطبائی [پایان نامه کارشناسی ارشد]. تهران: دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات
- کاشی نهنجی، وحیده (۱۳۹۰)، سواد اطلاعاتی در مدارس، ترجمه و تألیف وحیده کاشی نهنجی، تهران: نشر کتابدار.
- باکینگهام، د. (۱۳۸۹)، آموزش رسانه‌ای: یادگیری، سواد رسانه‌ای و فرهنگ معاصر. (سرافزار، ح. مترجم) تهران: دانشگاه امام صادق (ع).
- سپاسگر، ملیحه (۱۳۸۴)، «رویکردهای نظری به سواد رسانه‌ای»، سال دوازدهم، فصلنامه پژوهش و سنجش، شماره ۴۴، زمستان ۱۳۸۴.
- کرمی نامیوندی، سجاد (۱۳۹۵). <http://shabestan.ir/detail/News/585477>.
- عدلی‌پور، صمد؛ میرمحمدتبار، سید احمد؛ یزدخواستی، بهجت (۱۳۹۴). «تحلیل ثانویه تحقیقات موجود درباره شبکه اجتماعی فیس‌بوک، جوانان ایرانی و نظم جامعه». دوفصلنامه علمی - پژوهشی دین و ارتباطات، ۲۲(۴۸)، ۸۷-۱۱۵.
- کرمی نامیوندی، سجاد (۱۳۹۵). طراحی الگوی سیاست‌گذاری آموزش سواد رسانه‌ای در نظام تعلیم و تربیت رسمی و عمومی کشور. [پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت رسانه]. تهران: دانشگاه تهران، دانشکده مدیریت.
- کرمی نامیوندی، سجاد؛ شریفی، سیدمهدی؛ جنوی، المیرا (۱۳۹۶). «شناسایی راهکارهای افزایش سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی اعضای هیئت علمی و دانشجویان دانشگاه‌های کشور». پژوهش‌های ارتباطی، ۲۴(۹۲)، ۹۹-۱۲۴.
- مبانی نظری تحول بنیادین در نظام تعلیم و تربیت رسمی عمومی جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۹۰
- محسنیان راد، مهدی (۱۳۶۹)، ارتباط شناسی، تهران: انتشارات سروش
- سلیمان، س؛ خسروی، ف؛ حداد، ز (۱۳۹۲). «ارزیابی سواد رسانه‌ای دانشجویان و دانش‌آموزان شهر تهران». مجله جهانی رسانه (۱۶).
- احمدیان راد، حمیده (۱۳۸۶)، معنی تازه سواد در قرن ۲۱. http://www.ayandeh.com/pagel.php?news_id=3901.
- بهرامپور، شعبانعلی (۱۳۸۳)، «انسجام اجتماعی در جامعه اطلاعاتی: نیم‌نگاهی به وضعیت ایران»، سمینار ایران و جامعه اطلاعاتی.
- باهنر، ناصر؛ چابکی درزایی، رامین (۱۳۹۲)، «تحلیل سیاست‌های سواد رسانه‌ای در سه نهاد فرهنگی و ارتباطی ایران». دوفصلنامه مطالعات میان‌رشته‌ای در رسانه و فرهنگ.
- تقی زاده، عباس؛ کیا، علی اصغر (۱۳۹۳). «نیازسنجی برنامه آموزش سواد رسانه‌ای در مدارس». فصلنامه مطالعات فرهنگ - ارتباطات، ۱۵(۲۶)، ۷۹-۱۰۴.
- شکرخواه، یونس (۱۳۸۵). «سواد رسانه‌ای: یک مقاله عقیده‌ای»، فصلنامه رسانه، ۱۷(۴)، ۲۷-۳۲.

- شیبانا، کونیومی (۲۰۰۴)، «تحلیل رویکرد انتقادی در سواد رسانه‌ای: مطالعات تطبیقی بین ژاپن و کانادا»، فصلنامه رسانه، ۱۳(۲)، ۷۸-۸۷.
- نصیری، بهاره؛ عقیلی، سید وحید (۱۳۹۱)، «بررسی آموزش سواد رسانه‌ای در کشورهای کانادا و ژاپن»، فصلنامه علمی پژوهشی نوآوری‌های آموزشی، ۴۱، ۱۶۲-۱۳۷.
- مصطفوی آلاق، مهدی (۱۳۹۴)، «صدا و سیما و رویارویی با آسیب‌های رسانه‌های نوین». فصلنامه ره‌آورد نور، شماره ۵۲، سال چهاردهم / پیاپی ۶۹ / پانیز ۱۳۹۴
- هاشمی، شهناز (۱۳۹۳)، «بررسی نقش رسانه در نظام تربیتی سند تحول بنیادین آموزش و پرورش: تأکید بر ضرورت آموزش سواد رسانه‌ای». فصلنامه رسانه، ۲۵(۴)، ۵-۱۸.
- صلوتیان، سیاوش؛ حسینی، سید بشیر، معتضدی، سینا (۱۳۹۵)، «طراحی الگوی آموزش سواد رسانه‌ای به نوجوانان»، مطالعات برنامه‌ریزی آموزشی، ۵(۱۰)، ۵۰-۷۵.
- American library Assosiation. (2000). *American Library Association Presidential Committee on Information Literacy*. Access in: <http://www.ala.org/acrl/standards/informationliteracycompetency> (Last access Agust 2016). Association of College & Research Libraries (ACRL) (2003).
- Boles, Derek , *The Language of Media Literacy: A Glossary of Terms*, 2002, <http://www.Medialit.org/reading>
- Cohen C, Kahne J. *Participatory politics: new media and youth political action*. 2012. Available at: http://dmlcentral.net/wp-content/uploads/files/ypp_survey_body_cover.pdf. Accessed May 23, 2016
- Frau-Meigs, D. (2013) *Transliteracy. Sense-making Mechanisms for Establishing E-Presence*.
- Grizzle A, Moore P,, Dezuanni M, Asthana S, Wilson C, Banda F, Onumah C. *Media and Information Literacy: Policy and Strategy Guidelines*. Paris, France. The United Nations Educational, Scientifi and Cultural Organization; 2013
- Hashemi, S., & Soltanifar, M. (2011). *Analysis of Internet Literacy among Students Compared to Their Trainers and Parents in Tehran*. In *Proceeding of the 2011 International Conference on Social Science and Humanity*.
- Hobbs, R., & Frost, R. (2003). *Measuring the acquisition of media-literacy skills. Reading research quarterly*, 38(3), 330-355.
- Livingstone, Sonia; Thumim, N. *Assessing the Media Literacy of UK Adults*, Edited by Livingstone, S.; Bovill, M. Lawrence Erlbaum Associates, 2001.
- Livingstone, S. (2009). *On the mediation of everything: ICA presidential address 2008*. *Journal of Communication*, 59 (1), 1-18
- Lincoln, Y.S. & E. Guba. 1985. *Establishing Trustworthiness, Naturalist Inquiry* . Newbury Park, LA ,Sage
- Mader, S. (2012). *Transforming Students into Scholars: Creating MIL Competencies through Communicating Research*. Paper presented at the International Conference on Media and Information Literacy for Knowledge Societies, Moscow, Russian Federation.
- Piscina, T. Ramirez de la, Basterretxa J. I, Jimenz E. Report about the media literacy situation in the Basque. *School Community* 2011;XVII(36): 157-164.
- Saleh, I. (2012). Media and Information Literacy in South Africa: Goals and Tools. *Comunicar*, 20(39), 35- 43

- Kurbanoghlu, S. (2003). *Self-efficacy; a concept closely linked to information literacy and lifelong learning*. Journal of Documentation, 59(3), 635-646.
- Moeller, S., Joseph, A.; Lau, J.; & Carbo, T. (2011). *Towards media and information literacy indicators*. Paris: UNESCO. Moscow-declaration-on-media-and-information-literacy. (2012). Access in: <http://www.ifla.org/publications/moscow-declaration-on-media-and-information-literacy> (Last access August 2016).
- UNESCO (2013). *Global media and information literacy assessment framework country readiness and competencies*. France: UNESCO.
- The design of Media and Information Literacy. *Paper presented at the International Conference on Media and Information Literacy for Knowledge Societies*, Moscow, Russian Federation. (GAPMIL) *Global Alliance for Partnerships of Media and Information Literacy*-June 2017
- Turner, K. H., Jolls, T., Hagerman, M. S., O'Byrne, W., Hicks, T., Eisenstock, B., & Pytash, K. E. (2017). *Developing digital and media literacies in children and adolescents*. Pediatrics, 140(Supplement 2), S122-S126.
- Thoman, E. (1995). *Media Literacy Education Can Effectively Combat Media Violence*.
- Wilson, C., Grizzle, A., Tuazon, R., Akyempong, K., & Cheung, C. K. (2013). *Media and information literacy curriculum for teachers*. UNESCO.
- Wilson, C. (2012). *Media and Information Literacy: Pedagogy and Possibilities*. Comunicar, 20(39), 15- 22.