

Designing a Model for Explaining Media Literacy in the Secondary Education System of Iran (Research Based on Grounded Theory)

Ezat Alighardashi^۱

Mohammad Seifi^۲

Khalil Ghafari^۳

Alireza Poya^۴

Received: ۱۵/۰۹/۲۰۲۰

Accepted: ۲۶/۱۲/۲۰۲۰

Abstract

The promotion of media literacy is due to its scientific and organized research. The main role that media literacy plays in this is the main topic of the present article, which has been done in order to provide a model for explaining media literacy in high school. The research method is document mining and theory based on data (basic theory) and applied research, and qualitative in terms of data type in terms of descriptive implementation. The statistical population of the present study consists of two groups: first, media literacy specialists, educational planners and media literacy teachers who participated in specialized meetings, from which interviews were conducted to determine the elements for designing the desired model, and second, media literacy experts used. Sample size was used for interviewing ۱۲ people for model validation of ۳۰ people. The analysis method consists of three stages of open, axial and selective coding and is organized in the form of basic theory in the form of a network of basic themes. Findings show that the model includes a comprehensive theme and ۷ organizing mechanisms. Which is emphasized in education and programming of media literacy book. ۱-Management mechanisms, ۲-Education and teaching mechanisms, ۳-Structure reform mechanisms, ۴-Mechanisms of necessary competencies to create change in media literacy, ۵-Learning mechanisms, ۶- Mechanism for paying attention to the quality of education and ۷- Mechanisms of developments and challenges facing media literacy education. Findings indicate that media literacy has two important themes ,which are considered as influential factors in the lives of audiences.

Keywords: Curriculum, Elements of Media Literacy Model, Basic Theory.

۱. teacher in university Payamenoor. ealighardashi@yahoo.com

۲. teacher in university Azad Arak. seifi_ir_۲۰۰۰@yahoo.com

۳. faculty of university. ghaffari۲۰۰۰@yahoo.com

۴. teacher in university of Qom Sound and Television. pooya@iribu.ac.ir

طراحی مدلی برای تبیین سواد رسانه‌ای در نظام آموزشی

دوره دوم متوسطه ایران (پژوهشی بر اساس نظریه مبنایی)

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۶/۲۵

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۰/۰۶

عزت علیقارداشی *

محمد سیفی **

خلیل غفاری ***

علیرضا پویا ****

چکیده

اعتدالی سواد رسانه‌ای مرهون پژوهش‌های علمی و سازمان‌یافته آن است. نقش اصلی که سواد رسانه‌ای در این میان ایفا می‌کند، موضوع اصلی این مقاله حاضر است که به منظور ارائه‌ی مدلی برای تبیین سواد رسانه‌ای در دوره متوسطه انجام گرفته. روش پژوهش، سندکاوی و نظریه برخاسته از داده‌ها (نظریه مبنایی) و از نوع تحقیقات کاربردی، از نظر نوع داده‌ها کیفی، نحوه اجرا توصیفی است. جامعه‌ی آماری پژوهش، شامل ۲ گروه است. نخست متخصصان سواد رسانه‌ای، برنامه‌ریزان آموزشی و معلمان سواد رسانه‌ای که از آن‌ها برای تعیین عناصر جهت طراحی مدل مطلوب، مصاحبه به عمل آمد دوم کارشناسان سواد رسانه که برای اعتبار مدل استفاده شد. حجم نمونه برای مصاحبه ۱۲ و برای اعتبارسنجی مدل ۳۵ نفر استفاده شده. روش تجزیه و تحلیل شامل سه مرحله‌ی کدگذاری باز، محوری و انتخابی انجام و به شیوه نظریه مبنایی در قالب شبکه‌ی مضامین پایه، سازمان‌دهی شده. یافته‌ها نشان می‌دهد مدل مدنظر شامل یک مضمون فراگیر، ۷ مکانیسم سازمان‌دهنده است که در آموزش و برنامه‌ریزی کتاب سواد رسانه‌ای به آن تأکید می‌شود. یافته‌ها حاکی از آن است سواد رسانه‌ای دارای ۲ درون‌مایه مهم شامل نهاد آموزش و پرورش و صداوسیماست که به‌عنوان عوامل تأثیرگذار در زندگی مخاطبان مورد توجه است. هدف اصلی در این پژوهش، مطالعه عمیق نتایج فرایند آموزش سواد رسانه‌ای در کشورهای مذکور، جهت الگو و هدایت، آموزش و تربیت دانش‌آموزان از طریق افزایش کیفیت آموزش سواد رسانه‌ای، شیوه تدریس و محتوای آموزشی است.

واژگان کلیدی: برنامه‌ی درسی، عناصر مدل سواد رسانه‌ای، نظریه مبنایی.

* دانشجوی دکتری فلسفه تعلیم و تربیت دانشگاه آزاد واحد اراک ealighardashi@yahoo.com

** استادیار گروه علوم تربیتی، دانشگاه آزاد واحد اراک seifi_ir_2000@yahoo.com

*** استادیار گروه علوم تربیتی، دانشگاه آزاد واحد خمین ghaffari2000@yahoo.com

**** استادیار دانشکده‌ی صداوسیما قم pooya@iribu.ac.ir

مقدمه

اگرچه تعاریف و حیطه پوشش «سواد رسانه‌ای»^۱ نسبتاً متنوع است، محققان توافق دارند که آن دارای ساختار چندبعدی و شامل جنبه‌های مختلف (زیبایی‌شناختی، شناختی، احساسی و اخلاقی) است، این جنبه‌ها با یکدیگر در تعامل‌اند تا منعکس‌کننده رویکرد مثبت فراگیران در یادگیری باشند. (آپلتون^۲ و همکاران، ۲۰۰۸؛ کارتر^۳ و همکاران، ۲۰۱۲؛ فن^۴، ۲۰۱۴ و آپادیایا و سلملا آرو^۵، ۲۰۱۳) بی‌شک یکی از مهم‌ترین دستاوردهای فناوری اطلاعات و ارتباطات، تحول در «سواد رسانه‌ای» است. شمار فزاینده‌ای از تحولات جهان امروز در شقوق فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، سیاسی با سواد رسانه‌ای در تعامل‌اند. این تحولات، مدل‌های سوادآموزی جدیدی می‌طلبد تا افراد را برای حضور در دنیای رسانه‌ای شده، توانمند سازد. سواد رسانه‌ای به‌عنوان ضرورت انکارناپذیر عصر حاضر، بخش مهمی از توسعه ارتباطات انسانی است که باید آموزش آن را در دوره‌های تحصیلی پیش از ورود به دانشگاه با مدل‌های جدید و بومی شده آغاز کرد (قاسمی، فرشید، جهانی، جعفر. ۱۳۹۷).

هرچند پژوهش‌های علمی گسترده‌ای ویژگی‌ها و قابلیت‌های سواد رسانه‌ای را بررسی کرده‌اند، اما پژوهشی که به بررسی ارائه مدل برای تبیین سواد رسانه‌ای در نظام آموزشی دوره متوسطه ایران پرداخته باشد، مشاهده نگردید. گسترش مداوم سواد رسانه‌ای نیاز به پژوهشی است که فراتر از پتانسیل حال حاضر را بستر فناوری مدنظر قرار می‌دهد (رضوی، سید عباس. ۱۳۹۰).

۱. Media Literacy

۲. Appleton

۳. Carter

۴. Phan, H. P.

۵. Upadyaya & Salmela-Aro

برخی تحقیقات نقش ویژگی‌های مهارتی، ساختاری، برنامه‌ریزی رسانه‌ای، نگرش اجتماعی و دانشگاهی دانشجویان در سواد رسانه‌ای آنان را بررسی کردند. شواهد حاکی است که سواد رسانه‌ای به‌عنوان آموزش ضروری دنیای امروز باید متضمن مدلی باشد که به خودآگاهی و تفکر دانش‌آموزان پیرامون سواد رسانه‌ای بینجامد که متأسفانه به این جایگاه مهم بر مبنای مدل‌های بومی‌سازی شده توجه نشده است. بدیهی است پیشرفت‌ها و نوع آوری رسانه‌ای بر مبنای ارائه مدل برای تبیین سواد رسانه‌ای در نظام آموزشی باید ادامه یابد و به عنصر کلیدی تبدیل شود تا اهمیت فزاینده خود را به‌عنوان تغییری بنیادی، به دانش‌آموزان معرفی کند.

این تحقیق به این دلیل حائز اهمیت است که بینش و نگرش جدیدی را درباره کاربرد موفق سواد رسانه‌ای به‌عنوان ابزار تصمیم‌گیری ارائه می‌کند. همچنین مشاهده شد که «نیاز زیادی به یک تحقیق نظام‌مند به‌صورت یک مدل، نه فقط به‌خاطر ارزش علمی‌اش، بلکه همچنین به‌خاطر توانایی‌اش برای بهبود عملکرد سواد رسانه‌ای در آموزش و در نتیجه اثربخشی مدرسه، نیاز خواهد بود» از نتایج این تحقیق می‌توان برای توسعه مدل‌ها، محیط‌های آموزش باکیفیت‌تر و اجرای راهبردهایی برای بالابردن اثربخشی سواد رسانه‌ای دانش‌آموز استفاده کرد. بااین‌حال، این تحقیق به‌عنوان تغییری مهم برای آموزش و پرورش محسوب می‌شود که کسب مزیت رقابتی از راه سواد رسانه‌ای بر مبنای مدل جدید را در مدارس امکان‌پذیر می‌سازد (حکیم‌زاده، حسین، ۱۳۹۷).

برای مدیران مدرسه، توانایی کاربرد سواد رسانه‌ای برای کسب نگرش و تصمیم‌گیری در زمینه پشتیبانی از عوامل پاسخ‌گویی مرتبط با عملکرد محیط آموزشی، بیش‌ازپیش حائز اهمیت است. با شناسایی متغیرهای بهره‌گیری از سیستم، یک نقطه شروع مفهومی برای اجرای موفقیت‌آمیز آموزش، ایجاد می‌شود. معلمان به اطلاعات یکسانی که فقط مدیران از آن‌ها اطلاع دارند، دسترسی خواهند داشت، بنابراین نیاز به سلسله‌مراتب مدرسه‌ای برطرف می‌شود. مدیران سایت، اطلاعاتی را که متخصص برنامه‌های آموزشی، هیئت‌های بازرسی مدارس و حتی مقامات بالاتر در سطوح شهری و استانی تهیه می‌کنند در اختیار خواهند

داشت. آموزش سواد رسانه‌ای، اگر کاملاً پیاده شود، ساختارهای خط‌مشی‌گذاری جدیدی را در مدرسه ایجاد می‌کند نتایج این مطالعه می‌تواند به ایجاد نگرش ارزشمند جدیدی درباره اجرای موفق سواد رسانه‌ای به‌عنوان یک ابزار پاسخ‌گویی منجر شود (قاسمی، فرشید، جهانی، جعفر ۱۳۹۷).

اهداف پژوهش

هدف کلی این مطالعه مساعدت به درک نظری طراحی مدلی برای تبیین سواد رسانه‌ای در نظام آموزشی دوره دوم متوسطه ایران بر اساس نظریه مبنایی است. اهداف جزئی این پژوهش عبارت‌اند از:

- ۱- تعیین ویژگی‌های مطلوب مدل آموزش سواد رسانه‌ای
- ۲ - طراحی و تدوین مدل مطلوب بومی‌سازی شده برنامه درسی سواد رسانه‌ای در نظام آموزشی ایران
- ۳- درجه تناسب مدل مطلوب بومی‌سازی شده سواد رسانه‌ای از دیدگاه صاحب‌نظران و متخصصان

سؤال‌های پژوهش

سؤال اصلی پژوهش حاضر، مدل مطلوب برای تبیین سواد رسانه‌ای در نظام آموزشی دوره دوم متوسطه ایران چگونه طراحی شده است؟ در این راستا، در پژوهش حاضر سؤالات به‌صورت زیر تدوین شده است.

- ۱- ویژگی‌های مطلوب مدل آموزش سواد رسانه‌ای کدام‌اند؟
- ۲ - مدل مطلوب بومی‌سازی شده برنامه درسی سواد رسانه‌ای در نظام آموزشی ایران به چه شکلی طراحی و تدوین‌یافته است؟
- ۳- درجه تناسب مدل مطلوب بومی‌سازی شده سواد رسانه‌ای از دیدگاه صاحب‌نظران و متخصصان به چه میزان است؟

در این مدل آموزشی، محافظت از افراد در برابر تأثیرات رسانه‌ها و در نتیجه راندن آنها به‌سوی اموری بهتر نیست، بلکه مقصود، آماده ساختن آنان برای

تصمیم‌گیری به نفع خودشان است. آموزش رسانه در این مدل به‌عنوان گونه‌ای از حمایت نیست؛ بلکه نمونه‌ای از آمادگی است. چنین دیدگاهی رشد درک و فهم از فرهنگ رسانه‌ای و مشارکت افراد با فرهنگی که آنها را فراگرفته مدنظر دارد. این مدل به دنبال آن نیست که واکنش‌های عینی (ابژکتیوها) را جایگزین ذهنی‌ها (سوپرکتیوها) کند یا اینکه لذا‌یذ حاصل از رسانه‌ها را از طریق تحلیل عقلانی خنثی سازد. بلکه برعکس، در پی رشد و توسعه سبکی بازان‌دیشانه از تعلیم و تعلم در نظام آموزشی است، بدین معنا که دانش‌آموزان قادر شوند به‌عنوان خوانندگان کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای، فعالیت خویش را منعکس و عوامل بازیگر را درک کنند. تحلیل انتقادی در این مدل به‌مثابه فرایند گفت‌وگو یا دیالوگ است. هدف آموزش رسانه غالباً توسعه توانایی‌های نقادی دانش‌آموزان، بیان شده است. آموزش رسانه اساساً با توسعه «آگاهی انتقادی» در ارتباط است. این ادعا وجود دارد که فرایند این مدل آموزش رسانه، به دانش‌آموزان این توانایی را بدهد که خود را از ارزش‌ها و طرز تفکری رهایی بخشند که رسانه قصد تحمیل آنها را دارد. به گفته «لن مسترمن»، از پژوهشگران پیش‌گام آموزش سواد رسانه‌ای، معیار و محک هر برنامه آموزش رسانه، میزان مواجهه انتقادی دانش‌آموزان در استفاده و فهم خودشان از رسانه است که بدون حضور معلم کسب می‌کنند. بنابراین، نخستین هدف این مدل، هوشیاری و فهم انتقادی ساده نیست؛ بلکه توانایی انتقادی اتکای بر خود، بدون کمک دیگران است. (باکینگهام، ۱۳۹۶: ۱۹۱) سواد رسانه‌ای پیوستاری است و هر فردی سطحی از آن را داراست، لکن برای رسیدن به سطوح بالاتر آن و درک عمیق‌تر از جریان کار سواد رسانه‌ای، لازم است طرحی دقیق و گام‌به‌گام برای آموزش آن در نظر گرفت که قابلیت افزایش فهم انتقادی را داشته باشد.

منطق و عقل سلیم حکم می‌کند که قدم گذاشتن در مسیری جدید، فقط به این معنا نیست که باید از صفر شروع کرد، بلکه باید از تجربیات دیگرانی که پیش‌ازین، مسیر مزبور را پیموده‌اند، به‌درستی استفاده نمود. امروزه جایگاه ایران

در این فضا با تطبیق و مقایسه با کشورهای پیشتاز، حاشیه‌ای است؛ بنابراین نمی‌توان در خلاً مدل‌سازی نمود و لازم است با بهره‌گیری از تجربیات دیگران راه را برای ادامه مسیر بومی‌سازی در ایران هموار ساخت؛ لذا با توجه به اهداف مدرسه که آماده‌سازی کودکان و نوجوانان برای زندگی در جامعه است، انتظار این است که آموزش پرورش با تغییرات اجتماعی، سیاسی و اقتصادی هم‌جهت باشد. اگر آموزش و پرورش با رویکردهای جهانی و مطالعه تجربیات کشورهای مذکور که دارای پنج دهه تجربه در زمینه سواد رسانه‌ای و تربیت انسان‌های صاحب‌اندیشه و پرورش ذهن‌های کاوشگر هستند همسو نباشد، منسوخ خواهد شد. با توجه به توسعه روزافزون رسانه‌های نوین و جامعه جوان ایرانی و اقبال خودآگاه و ناخودآگاه گسترده به این رسانه‌ها، اولویت‌های فرهنگی و اجتماعی نظام، اهتمام به سواد رسانه‌ای بومی در ایران، یک راهبرد اساسی خواهد بود.

مرور پیشینه‌ها

مروری بر ادبیات پژوهش

تحقیقات پیشین

تاکنون در ایران پژوهشی که به طور خاص به منظور طراحی مدل سواد رسانه‌ای در نظام آموزش متوسطه ایران دوره دوم متوسطه را بررسی کند صورت نگرفته است، اما مقاله‌هایی در دهه اخیر منتشر شده‌اند که هرکدام از جنبه‌ای به مقاله پیش روی مرتبط هستند.

«اهمیت آموزش سواد رسانه‌ای در قرن بیست و یکم» نوشته نصیری، و همکاران سال ۱۳۹۱، قدیمی‌ترین مقاله‌ای است که با هدفی مشابه نگاشته شده است. همان گونه که از نام مقاله مشخص است، اهمیت آموزش سواد رسانه‌ای بررسی شده‌اند. در این تحقیق از یک سیاهه محقق ساخته استفاده شده است. نتایج به دست آمده حاکی از اهداف آموزش سواد رسانه‌ای در افزایش شناخت شهروندان از پیام‌هایی که دریافت می‌کنند و تشویق آنان به گزیده‌تر عمل کردن

در انتخاب رسانه، یاری رساندن به آگاه شدن، رمزگشایی محیط رسانه‌ای، افزایش توان داوری و قضاوت کردن مزایا و معایب یک پیام و تقویت دیدگاه انتقادی شهروندان نسبت به رسانه‌ها است.

یکی دیگر از مقاله‌های نزدیک به هدف مقاله پیش رو با نام «تبیین الگوی آموزشی سواد رسانه‌ای» در نظام آموزش و پرورش سال ۱۳۹۵ توسط خانگی، توسط شاه‌حسینی، نوری راد منتشر شده است. مقاله مذکور به تبیین الگوی عملیاتی، جهت آموزش سواد رسانه‌ای برای کودکان، بر مبنای رویکردهای نوین آموزشی می‌پردازد. تعریف ما از سواد رسانه‌ای، برآیندی از تعاریف موجود و تلفیقی از مهارت‌های تفکر انتقادی با دانش ارتباطی پیرامون محتوای رسانه‌ای است. الگوی پیشنهادی این مقاله، طرحی مرکب از سه مرحله بلندخوانی در سنین پیش از دبستان، آموزش فلسفیدن به کودکان در چند سال آغازین دبستان و آموزش محتوای رسانه‌ای در سال‌های پایانی دبستان است و نهادینه کردن زیرساخت‌هایی در بطن فکر کودکان، پیش از ورود ساختارهای دانش رسانه‌ای را در دستور کار دارد. سبک آموزشی بازاندیشانه، گفتگو محور و مبتنی بر حلقه کندوکاو، اصل جدایی‌ناپذیر این الگو است که می‌تواند نگرشی بازاندیشانه، مسئولانه، انتقادی و خلاقانه نسبت به متون رسانه‌ای در کودکان ایجاد کند و به قضاوت دقیق‌تر آنها در امور منجر شود. سواد رسانه‌ای پیوستاری است و هر فردی سطحی از آن را دارا است، لکن برای رسیدن به سطوح بالاتر آن و درک عمیق‌تر از جریان کار رسانه‌ها، لازم است طرحی دقیق و گام‌به‌گام برای آموزش آن در نظر گرفت که قابلیت افزایش فهم انتقادی را داشته باشد. این مقاله قصد داشت در حد توان خود این موضوع را شفاف سازد.

در پژوهشی با عنوان واکاوی جایگاه سواد رسانه‌ای انتقادی در نظام آموزش و پرورش ایران، توسط کیارستمی، کیارستمی در سال ۱۳۹۶ منتشر شد. محققان نظریات موجود در آموزش و پرورش و سند تحول. ضرورت پرداختن به آموزش عمومی سواد رسانه‌ای را تأکید نموده و اظهار داشته‌اند که در مؤلفه استفاده از رسانه‌ها و درک انتقادی به‌عنوان دو مهارت تکنیکی و شناختی در سند

تحول مورد توجه قرار گرفته، نقصان بکار نبردن واژه سواد رسانه‌ای برای سند بالادستی قابل توجه است.

مقاله جدیدتری توسط حسینی پاکدهی، شبیری در سال ۱۳۹۶ با عنوان آموزش سواد رسانه‌ای در فضای مجازی (مقایسه وبسایت مدیااسمارتس کانادا و وبسایت سواد رسانه‌ای ایران) منتشر شد حضور همه‌جانبه و پررنگ انواع رسانه در زندگی شهروندان ...، تأثیر مثبت و منفی رسانه‌ها بر همه شئون زندگی، چگونگی آموزش سواد رسانه‌ای در فضای مجازی، یکی از سؤالات اصلی این تحقیق است. مهم‌ترین نتایج این پژوهش یافته‌های مربوط به میزان مطالب منتشر شده در دو وبسایت مورد بررسی است. همچنین آموزش نامتعادل سواد رسانه‌ای در وبسایت ایرانی و تذکر به استفاده برنامه ریزان آموزشی به هر چهار بعد سواد رسانه‌ای هست و ...

سواد رسانه‌ای یک نقش اساسی و پیش‌بینی‌کننده در یادگیری دانش‌آموزان از طریق رسانه‌هاست. سواد رسانه‌ای تعهدآور با پیش‌فرض‌های فلسفی و تئوریکی می‌تواند الگوی خوبی جهت آموزش سواد رسانه‌ای در نظام تعلیم و تربیت باشد. شرکت در دوره آموزش سواد رسانه‌ای موجب آگاهی بیشتر و تفکر انتقادی بالاتر می‌شود و جای این نکته در پژوهش‌ها خالی است.

ضرورت و اهمیت پژوهش

بر اساس موارد و دلایل زیر این طرح ضرورت و اهمیت دارد: که نقش سواد رسانه‌ای به طور موفقیت‌آمیز، موجب بهبود روابط بین فردی و اجتماعی می‌شود و با در نظر داشتن این‌که هر برنامه درسی بر اساس عناصر خاصی بنا شده، وضوح بخشیدن به ویژگی‌های برنامه درسی تفکر و سواد رسانه‌ای به منظور پرورش مهارت‌های سواد رسانه‌ای دانش‌آموزان ضرورت می‌یابد. این پژوهش‌ها می‌تواند با شناسایی و بررسی ویژگی‌های عناصر برنامه درسی تفکر و سواد رسانه‌ای، ظرفیت این برنامه درسی را در آموزش مهارت‌های حوزه رسانه به دانش‌آموزان، به متخصصان و برنامه ریزان تعلیم و تربیت یادآوری کند. بدین معنی که موجب

می‌شود تا آن‌ها با درک و شناخت دقیقی که از عناصر برنامه درسی تفکر و سواد رسانه‌ای به‌منظور پرورش مهارت‌های تفکر رسانه‌ای به دست می‌آورند، به موضوع موردنظر بپردازند و آن را از جنبه‌های مختلف در نظر بگیرند تا بتوان مخاطبانی متفکر و مجهز صاحب‌نظر به سلاح سواد رسانه‌ای پرورش داد که بتوانند خودشان را برای زندگی در جوامع آینده و دستیابی به موفقیت آماده کنند؛ همچنین، باعث می‌شود تا افراد بتوانند ضمن پذیرش هنجارهای رسانه‌ای، با دیگر مخاطبان تعامل سازنده‌ای برقرار کنند و در نهایت زمینه‌های پویایی جامعه بشری در قلمرو سواد رسانه‌ای شوند؛ بنابراین تحقیقاتی از این قبیل، ضمن برطرف کردن کمبود مطالعات در این زمینه باید در نظام آموزشی‌شان باشد و انجام به‌موقع آن‌ها نیز یک ضرورت است.

چارچوب روش‌شناختی

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش با توجه به این‌که می‌تواند منجر به اتخاذ تصمیمات اجرایی و اصلاح فرایند کتاب درسی سواد رسانه‌ای در آموزش و پرورش شود، برحسب هدف کاربردی است و دارای رویکرد کیفی بوده و از روش تحقیق، سندکاوی و نظریه برخاسته از داده‌ها (نظریه مبنایی) استفاده شده است. از حیث نحوه گردآوری داده‌ها از نوع توصیفی - تحلیلی است.

پژوهش حاضر را می‌توان با جستجوی ادبیات صحبت با متخصصان حوزه مربوطه و انجام مصاحبه متمرکز با افراد یا گروه‌ها، خواندن متون و نوشته‌های مختلف، مشورت با استادان و صاحب‌نظران دنبال کرد.

مراحل و گام‌های اجرای تحقیق عبارت است از: الف - انجام کیفی تحقیق و جمع‌آوری داده‌های کیفی شامل: ۱- گردآوری داده‌های حاصل از اسناد بالادستی ۲- گردآوری داده‌های حاصل از مصاحبه با متخصصان ۳- تجزیه و تحلیل داده‌ها

ب- تعیین ویژگی‌های عناصر مدل سواد رسانه‌ای شامل: ۱- تجزیه و تحلیل داده‌ها ۲- تدوین مدل سواد رسانه‌ای
ج- اعتبارسنجی مدل سواد رسانه‌ای شامل: گردآوری داده‌های حاصل از مصاحبه با متخصصان و خبرگان (بر اساس خصایص و ویژگی‌های عناصر مدلی سواد رسانه‌ای)
جامعه آماری این پژوهش، کتاب سواد رسانه‌ای دوره دوم متوسطه در سال تحصیلی ۹۸-۱۳۹۷ است.

به منظور بررسی، شناسایی و ارائه مدل از آنجایی که ضرورت داشت اطلاعات از افراد یا گروه‌های خاصی که در حوزه تعلیم و تربیت صاحب نظر هستند به دست آید، لذا با ۶ تن از استادان صاحب نظر در حوزه سواد رسانه‌ای و ۶ تن از معلمان درس سواد رسانه‌ای مصاحبه عمیق انجام شده است. از این رو نمونه‌گیری به صورت هدفمند (گلوله برفی) و حجم نمونه برابر با ۱۲ نفر مصاحبه علمی انجام شد؛ لذا، مصاحبه با این تعداد بر اساس ملاک اشباع نظری انتخاب شد و نمونه‌گیری تا رسیدن به اشباع داده‌ها ادامه یافت.

ابزار گردآوری داده‌ها

از آنجاکه این پژوهش از دو روش اسنادی، پیمایشی جهت گردآوری داده‌ها بهره گرفته است، در نتیجه ابزار گردآوری داده به شرح زیر است:
بررسی اسناد و مدارک موجود شامل کلیه منابع در دسترس در قالب کتاب، مقاله، گزارش‌ها و فیش برداری از آن‌ها؛

مصاحبه: به صورت حضوری، از نظر روش کار نامنظم، از نظر هدف علمی؛
پایایی ابزار پژوهش در دو حالت کدگذاری مجدد توسط کدگذار انجام شد. واژه پایایی برای نشان دادن رابطه بین کدگذاران (داوران) در نتایج کدگذاری‌شان یا دو بار کدگذاری توسط یک کدگذار (شاخص ثبات) به کار می‌رود.
برای محاسبه پایایی، هرکدام از آنها، دو بار در یک فاصله زمانی کوتاه و مشخص (پنج تا سی روز) کدگذاری شد. در فاصله زمانی هرکدام از مصاحبه‌ها

با یکدیگر مقایسه شدند و از طریق میزان توافقات و عدم توافقات موجود، در دو مرحله کدگذاری، شاخص ثبات محاسبه گردید. کدهای مشابه با عنوان «توافق» و کدهای غیرمشابه با عنوان «عدم توافق» مشخص شدند (Khastar, ۱۳۹۸).

به منظور اطمینان از روایی، متن مصاحبه‌ها و نتایج تحلیل‌ها و کدبندی‌های حاصل از مصاحبه‌ها در اختیار چند تن از مصاحبه‌شوندگان قرار گرفت و خواسته شد تا هرگونه اصلاح، تغییر یا تعدیل ضروری را اعمال کنند. به منظور تعیین روایی، روش هولستی (توافق بین دو کدگذار) استفاده شده است. از یکی از همکاران آشنا به موضوع درخواست شد تا به عنوان کدگذار ثانویه در پژوهش مشارکت کند و تعداد پنج سند را به عنوان نمونه، کدگذاری نماید. پیش از کدگذاری توضیحاتی در خصوص مسئله، اهداف، سؤالات پژوهش به ایشان ارائه شد. فرمول روش مذکور به صورت زیر است.

$$PAO = \frac{2M}{(n_1 + n_2)} \times 100 = \frac{(2 \times 82)}{(91 + 98)} \times 100 = 86.7\%$$

در این فرمول PAO ضریب روایی، M تعداد توافق در دو مرحله کدگذاری، n_1 تعداد کدهای مرحله اول و n_2 تعداد کدهای مرحله دوم است. با توجه به فرمول فوق، مقدار ضریب روایی ۸۶.۷٪ شد که نشان‌دهنده آن است که نتایج کدگذاری از قابلیت روایی بسیاری برخوردار است.

از بین مصاحبه‌های انجام‌گرفته سه مصاحبه مجدداً کدگذاری شد که اطلاعات آنها در جدول شماره ۱ گزارش شده است.

جدول شماره ۱: نتایج حاصل از کدگذاری مصاحبه‌ها

کد مصاحبه‌شونده	تعداد کدهای به دست آمده در بار اول	تعداد کدهای به دست آمده در بار دوم	تعداد کدهای مورد توافق	تعداد کدهای بدون توافق
۱	۳۶	۳۸	۳۴	۲
۷	۳۴	۳۶	۳۰	۴
۴	۲۱	۲۴	۱۸	۳
جمع کل	۹۱	۹۸	۸۲	۹

بر اساس داده‌های جدول شماره ۱ مقدار پایایی کدگذاری باز، ۹۱/۱ درصد به دست آمد که پایایی مطلوبی است.

به‌منظور اطمینان از روایی، متن مصاحبه‌ها و نتایج تحلیل‌ها و کدبندی‌های حاصل از مصاحبه‌ها در اختیار چند تن از مصاحبه‌شوندگان قرار گرفت و خواسته شد تا هرگونه اصلاح، تغییر یا تعدیل ضروری را اعمال کنند. در این فرایند، برخی از مصاحبه‌شوندگان نسبت به کدگذاری‌ها و مضامین برداشت شده ابراز رضایت کردند و آن را با عباراتی مانند «به‌خالد زدن»، «دقیقاً منظورم همین بوده» و «عبارات شما دقیق‌تره» بر کدگذاری صحه گذاشتند. برخی دیگر نیز کدگذاری‌ها و مضامین را با عباراتی مترادف یا همسو با آنچه انجام شده بود توصیه کردند. همچنین برای اطمینان از روایی محتوایی مدل با استفاده از ضریب محتوایی سی وی آر (CVR) که به ضریب روایی لاشه معروف است به مقدار ۰/۸ به دست آمد. از آنجایی که این ضریب به یک نزدیک است، بنابراین می‌توان گفت مدل موردنظر از روایی بالایی برخوردار است.

به‌منظور تجزیه و تحلیل کیفی و کدگذاری داده‌ها از نرم‌افزار کیفی MAXQDA ۱۲ استفاده شده است.

مراحل کدگذاری

روند کدگذاری داده‌ها برای شناسایی، تحلیل و گزارش مدل در این رساله دارای مراحل زیر است.

۱- کدگذاری باز

کدگذاری باز^۱ اولین مرحله از تجزیه و تحلیل مصاحبه‌ها و یک فرایند تحلیل است که در خلال آن به عبارت‌دیگر پژوهشگر تلاش می‌کند تا رفتارها و کنش‌ها را در هر بخش از داده‌ها بیابد و آن‌ها را با کلمات ساده، کوتاه و مؤثر کدگذاری کند که منعکس‌کننده این رفتارها و کنش‌ها باشد.

۲- کدگذاری محوری

۱. Open Coding

پس از انجام کدگذاری باز پژوهشگر می‌تواند محورهای اصلی در مجموعه‌ی داده‌ها مشخص کند و در مرحله بعد کدگذاری را حول این محورها انجام دهد.

۳- کدگذاری انتخابی

آخرین مرحله تجزیه و تحلیل به روش سیستماتیک (روش تجزیه و تحلیل غالب در روش مضمونی) کدگذاری انتخابی^۱ است. در این مرحله بین گروه‌ها و دسته‌های شکل گرفته در مرحله قبل و مشخصات آن‌ها کشف می‌شود تا فرضیه هدایت‌کننده به یک تئوری تدوین شود. این کار بر اساس داده‌های جمع‌آوری شده و تحلیل آن‌ها و یادداشت‌برداری‌هایی که هم‌زمان با کار میدانی صورت گرفته انجام می‌شود.

تحلیل تجربی

در پژوهش حاضر، محقق پس از انجام هر مصاحبه و ضبط آن با استفاده از دستگاه‌های ضبط‌کننده، تمامی متن مصاحبه را خط به خط بر روی کاغذ پیاده کرد و روند کدگذاری توصیف‌شده در بالا را اجرا نمود و در واقع به هر جمله یا عبارت مطرح‌شده توسط افراد یک کد داده شد و در انتخاب کدها ضمن بهره‌گیری عینی از واژه‌ها و عبارات مصاحبه‌شوندگان، استنباط خویش از این مفاهیم را نیز مدنظر قرار می‌داد. سپس متن این مصاحبه‌ها در اختیار اساتید دیگر قرار می‌گرفت تا در مورد روش و روند کدگذاری انجام‌شده توسط محقق نظر بدهد و در ادامه پژوهشگر متن مصاحبه‌های نوشته‌شده را بارها و بارها مورد مطالعه قرار می‌داد تا حداکثر کدها به دست بیاید و نهایتاً تعدادی کدهای جدید به کدها شناسایی شده افزوده و برخی از کدها با سایر کدها ادغام و در صورت غیرمرتبط بودن حذف می‌شدند. با شناسایی کدهای باز به صورتی گسترده، فرایند مقایسه بین کدهای شناسایی شده آغاز می‌گردد تا شباهت‌ها و تفاوت‌های موجود شناسایی گردد و سپس با ترکیب کدهای مشابه، طبقه‌ای دیگر از کدها تحت عنوان کدهای محوری شناسایی و تدوین می‌شد و نهایتاً کار با تدوین کدهای انتخابی برای هر مجموعه از کدهای انتخابی به پایان رسید. لازم به ذکر است که این روند (شناسایی کدهای

۱. Selective Coding

باز و انتخابی) برای تمامی مصاحبه‌ها به همین شیوه اجرا می‌شد و زمانی که مطمئن به اشباع اطلاعات شدیم کار مصاحبه را به اتمام می‌رسانیم.

جدول ۴: کدگذاری ثانویه و شکل‌دهی کدهای مفهومی و مقولات بر اساس پدیده

هسته‌ای دیدگاه صاحب‌نظران (مصاحبه‌ها) در خصوص وضعیت مطلوب درس تفکر و سواد

رسانه‌ای از دیدگاه مکتب انتقادی در برنامه درسی دوره متوسطه

مقولات	کد مفهومی	کدهای ثانویه	فراوانی
یادگیری سواد رسانه‌ای \	معرفی مفاهیم و تئوری‌های پیرامون یادگیری سواد رسانه‌ای	معرفی مدل‌های یادگیری سواد رسانه‌ای - بیان مفهوم یادگیری سواد رسانه‌ای - معرفی مفاهیم سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی و تفاوت‌های بین این دو - بررسی مفاهیم و رهیافت‌های توسعه سواد رسانه‌ای - شناسایی عناصر ضروری سواد رسانه‌ای - ارائه مفهوم تفکر انتقادی و نقش آن در یادگیری سواد رسانه‌ای - معرفی رهیافت یادگیری توسعه‌ای برای تسهیل یادگیری سواد رسانه‌ای - ارائه دیدگاه‌هایی درباره یادگیری سواد رسانه‌ای - معرفی ویژگی‌های سواد رسانه‌ای در هزاره سوم	۸
	معرفی مدل‌های نوین یادگیری به‌منظور سواد رسانه‌ای	معرفی مدل‌های ایجاد کیفیت در سواد رسانه‌ای - معرفی روش‌هایی که می‌تواند برای یادگیری سواد رسانه‌ای استفاده شود	۳

۹	<p>- بیان ضرورت ایجاد تغییرات عمیق در حوزه آموزش سواد رسانه‌ای</p> <p>- ارائه برنامه‌های زمانی کوتاه مدت، میان مدت و بلندمدت برای تحول‌آفرینی در آموزش سواد رسانه‌ای</p> <p>- معرفی متد یادگیری به‌عنوان روشی برای تدریس سواد رسانه‌ای</p> <p>- بیان استراتژی‌ها پیرامون برنامه‌های درسی، دستاوردهای دانش‌آموزان و پویایی فرهنگی در فضای مدرسه</p> <p>- ارائه دورنمایی از سواد رسانه‌ای در قالب معرفی مفاهیم تدریس و یادگیری</p> <p>- معرفی تجربیات یادگیری سواد رسانه‌ای دانش‌آموزان در فضای مدرسه</p> <p>- معرفی چشم اندازهای تحول در سواد رسانه‌ای</p> <p>- معرفی عناصر ضروری به‌منظور اجرای رهیافت یادگیری</p> <p>- معرفی اصول کاربردی در تدریس سواد رسانه‌ای</p> <p>- ارائه استراتژی‌هایی به‌منظور دستیابی به ثبات و پایداری در حوزه آموزش سواد رسانه‌ای</p> <p>- بیان بعضی از جنبه‌های اثرگذار در تحول سواد رسانه‌ای</p>	<p>معرفی استراتژی‌ها در آموزش سواد رسانه‌ای</p>	<p>آموزش و تدریس سواد رسانه‌ای \</p>
۴	<p>- معرفی اهداف سواد رسانه‌ای</p> <p>- معرفی تئوری‌های سواد رسانه‌ای</p>	<p>معرفی مفاهیم و تئوری‌های آموزش سواد رسانه‌ای</p>	
۲	<p>- بیان مفهوم صلاحیت آموزشی</p>	<p>معرفی مفهوم صلاحیت آموزشی</p>	<p>صلاحیت‌های لازم تحول‌آفرینی در آموزش سواد رسانه‌ای \</p>
۲	<p>- معرفی صلاحیت‌های لازم آموزش سواد رسانه‌ای</p>	<p>صلاحیت‌های لازم آموزش سواد رسانه‌ای</p>	
۲	<p>- معرفی نقش ارزیابی درونی برای بهبود مستمر کیفیت در آموزش</p>	<p>مفاهیم مربوط به کیفیت آموزشی</p>	<p>توجه به کیفیت آموزش \</p>
۶	<p>- معرفی معیارهای اخلاقی معلم سواد رسانه‌ای در مدرسه</p> <p>- شناسایی فاکتورهای بالقوه و اثرگذار در یادگیری سواد رسانه‌ای</p> <p>- شناسایی عناصر مرکزی اثرگذار در یادگیری سواد رسانه‌ای</p>	<p>معرفی عوامل شخصیتی و رفتاری اثرگذار در دبیران سواد رسانه‌ای</p>	<p>رهبری سواد رسانه‌ای \</p>

۹	<p>بیان دیدگاه‌های مختلف پیرامون نقش دانش‌آموزان در تحول سواد رسانه‌ای</p> <p>-معرفی نقش یادگیری سواد رسانه‌ای در آموزش تحول‌آفرین</p> <p>-معرفی برنامه توسعه سواد رسانه‌ای در دوره متوسطه</p> <p>-بیان نقش آموزش سواد رسانه‌ای در پیشرفت نظام آموزش</p> <p>-شناسایی سازه‌های شخصیتی و رفتاری اثرگذار در آموزش سواد رسانه‌ای</p> <p>-بررسی تحولات سواد رسانه‌ای در نظام‌های آموزش دو دهه گذشته</p> <p>-ارائه تغییرات لازم سواد رسانه‌ای در عناصر نظام آموزشی</p> <p>-معرفی راهکارهایی برای پایداری آموزش سواد رسانه‌ای در جامعه</p> <p>-معرفی نقش‌های اثرگذار آموزش و پرورش در فرایند توسعه سواد رسانه‌ای</p> <p>-معرفی سیاست‌های اثرگذار دولت‌ها در زمینه سواد رسانه‌ای در مؤسسات آموزشی</p>	<p>معرفی سیاست‌های اثرگذار آموزش و پرورش در زمینه ایجاد تحول رسانه</p>	<p>تحولات و چالش‌های پیش روی آموزش سواد رسانه‌ای</p>
۴	<p>بیان دیدگاه‌ها پیرامون نقش فضای فرهنگی حاکم بر مؤسسات آموزشی در سواد رسانه‌ای</p>	<p>بررسی نقش فضای فرهنگی حاکم بر مؤسسات آموزشی در تحول سواد رسانه</p>	<p>تحولات و چالش‌های پیش روی آموزش سواد رسانه‌ای</p>
۸	<p>تطابق با ویژگی‌ها و اهداف ترسیم مطلوب ایده آل‌ها</p> <p>شاخص‌های جهانی</p> <p>همسویی با ملاک‌های ملی و جهانی</p> <p>دستیابی به ملاک‌ها و معیارهای سند تحول</p> <p>دستیابی به ملاک‌های اعتقادی و ارزشی</p> <p>نوشتن اهداف و عمل کردن به آن</p> <p>دستیابی به اهداف</p> <p>تناسب با اهداف</p>	<p>هدف‌گذاری</p>	<p>دستیابی به اهداف و استانداردها</p>
۵	<p>استانداردگذاری، تطابق با استانداردها، داشتن استراتژی، عمل مبتنی بر مستندات و استانداردها</p>	<p>استانداردسازی</p>	
۴	<p>ارتقای استانداردها، بازنگری در استانداردها</p>	<p>ارتقای استانداردها</p>	<p>به‌روزرسانی اهداف و استانداردها</p>
۶	<p>انعطاف‌پذیری در اهداف، اهداف تحولی، بازخوانی اهداف، بازنگری در اهداف</p>	<p>تناسب خود اهداف</p>	

۶۹	رضایت جامعه، رضایت دانش‌آموزان، رضایت والدین از معلمان	رضایت ذی‌نفعان	نقش حمایتی مدیران رسانه در ایجاد تحول\
۵	آنچه مطلوب نظر مشتریان است برآورده کردن انتظارات عامه مردم بها دادن به سلايق و خواسته‌های ذی‌نفعان، تأمین امکانات و تسهیلات پاسخگویی به نیازهای آینده فراگیران نقش حمایتی مدیر رسانه	برآوردن نیازهای ذی‌نفعان	
۶	دانش معلمی، تسلط بر دانش رسانه‌ای، تربیت معلم مجهز به دانش و ابزارهای نوین آموزش رسانه‌ای، مسلط بر دانش پداگوژی، معلم فکور، معلم پژوهنده	دانش حرفه‌ای	
۱۰	توانایی مدیریت کلاس درس، عمل معلمی، تکلیف‌گرایی، مسلط بر خرد عملی، بیان شیوا و جذاب تدریس، مهارت معلمی، معلم دارای توانمندی ذهنی، تمرکز بر عمل حرفه‌ای، به اجرا درآوردن تجارب، یادگیری در کلاس درس	عمل حرفه‌ای	
۷	تربیت معلمان صبور، دلسوز و خردمند، شخصیت‌سازی مخاطبان، نگرش معلمی، معلم متعهد و تکلیف‌گرا، توانمند در برقراری ارتباط عاشق رشد و یادگیری دانش‌آموزان، عشق به معلمی، تربیت معلم خود یادگیرنده	تعهد حرفه‌ای	
۶	ایجاد شایستگی‌های مورد انتظار، کسب شایستگی‌های معلمی، بسترسازی ایجاد توانمندی‌ها و شخصیت‌سازی دانش‌آموزان، تعهد داشتن معلم، تعهد داشتن به کار تمرکز بر عمل حرفه‌ای	زمینه‌سازی کسب شایستگی معلمی	
۶	-توجه به حقوق همه افراد و شاگردان کلاس -عدم اقتدار و سلطه بر کلاس، عقاید و افکار شاگردان -عدم تعامل اقتدارگرایانه شاگردان با یکدیگر و با معلم -خارج ساختن فضای کلاس از شکل سنتی به شکل جدید و مدرن. -آنها باید یاد بگیرند که چگونه عمل کنند و در مباحث سیاسی، انتقادی و اخلاقی فعالانه شرکت کنند -قرار ندادن شاگردان خود را دستاویزی برای کمک به سلطه و اقتدار	حاکمیت ارزش‌ها - ضد اقتدار و سلطه‌گری	
۳	ارزیابی مداوم خروجی، پایش اقدامات کیفی، پایش مداوم، نگاه ارزیابانه همراه با مداخله در	ارزیابی مداوم ادراک مناسب	پایش و بهبود

	فرایند عمل حرف‌های معلم	از درس	مستمر (تغییر شیوه آموزش)\
۴	بازخورد دادن از وضعیت به والدین و مدرسه	بازخورد و مداخله	
۵	بازنگری مداوم فرایندها، بهبود روش‌ها، ایفای بهینه نقش یاددهی - یادگیری در کلاس درس رسانه	بهبود مداوم فرایندها	
۱۰	بهبود عملکرد دانش‌آموزان در آموزش سواد رسانه‌ای تربیت دانش‌آموزان مطابق با اهداف جمهوری اسلامی ایران تربیت دانش‌آموزان مطلوب تربیت یادگیرندگان در حد تسلط تربیت دانش‌آموزان کارآمد تحقق هدف‌های یادگیری ایجاد هویت حرفه‌ای تربیت دانش‌آموز دارای شخصیت معلمان الگو معلمی با اندیشه‌های دهکده جهانی خروجی باکیفیت و مناسب	نتایج دانش‌آموزان	
۴	-تربیت دانش‌آموز منتقد به‌جای دانش‌آموز خوب و مطلوب -تربیت دانش‌آموز منتقد و قادر بر خلق دانش جدید رسانه‌ای -رفع تبعیض و دفاع از حق مظلومان و گروه‌ها مختلف جامعه -ایجاد جامعه دموکراتیک مساوات خواه و اخلاقی	اجرای صحیح و مطلوب مقررات در حوزه کاری	
۳	-تعریف نقش‌های جدید برای معلمان آموزش رسانه و کمک به آنها در جهت ایجاد تحول در جامعه کمک به بازسازی نقش شاگردان و تبدیل نقش انفعالی و پذیرندگی آنها - به نقش فعال و خلاق در فن آوری و رسانه -عدم سکوت شاگردان در مقابل دیدگاه ناصحیح معلمان رسانه-	تحول جویی منتقد	
۶	پذیرش خطاها و اشتباهات دیگران صبر و حوصله در نقد و انتقاد تحمل نیش و کنایه ارتباط تعاملی با مخاطبان و گوش دادن به انتقادات آنان -دید انتقادی مربی و شاگرد در تعاملات رسانه‌ای دید تحلیلی و انتقادی معلم و شاگرد نسبت به آنچه در کتاب رسانه می‌خواند یا آموخته اند. لزوم تربیت روحیه انتقاد-	داشتن روحیه نقد و انتقاد	

	<p>-روحیه نقد منطقی از رسانه‌ها</p> <p>-عدم قبول چشم و گوش بسته هر عقیده‌های ازناحیه شاگردان</p> <p>پاسخگویی به آموزه‌های رسانه‌ای توأم با نقد و انتقاد</p> <p>--شاگردان نباید پذیرنده محض آموزه‌های رسانه‌ای باشند</p>		
۷	<p>-ضرورت توجه به پداگوژی انتقادی، رویکردی عملی نسبت به تدریس</p> <p>-توجه به تدریس انتقادی</p> <p>-برقراری برابری و عدالت اقتصادی و اجتماعی</p> <p>برای تمام گروه‌های قومی و نژادی</p>	<p>تمرکز بر</p> <p>زیرساخت‌ها</p> <p>ارتباطی</p>	
۶	<p>-عبور از ارزشیابی صرف محفوظات</p> <p>-مد نظر قراردادن ارزشیابی از آموخته‌ها</p> <p>-در نظر گرفتن سؤالات تحلیلی و عملی از رسانه</p> <p>-اقدام به پذیرش یا رد نقد منطقی و واریسی ایده‌های تازه توسط شاگردان</p>	<p>سازوکارهای مناسب</p> <p>جهت ارزیابی</p> <p>نتایج</p>	<p>ارتقا نظام</p> <p>ارزشیابی \</p>
۷	<p>استفاده از دانش و تجربیات دیگران</p> <p>افزایش رضایت از گفتگوی دو یا چند جانبه</p> <p>مطلوب بودن تعامل و گفتگوها</p> <p>کیفیت در تبادل گفتگوها</p> <p>به‌کارگیری و تشکیل گروه‌های بحث به اشکال مختلف</p> <p>گفتمان با معلمان اندیشمند و کارگزاران فرهنگی و تحول‌آفرین</p> <p>تشخیص روابط ظالمانه در گفتگوها</p>	<p>تعامل و تفاهم</p> <p>وهم افزایی</p>	<p>تأکید بر گفتمان \</p>
۶	<p>به‌کارگیری زبان گفتاری و غیر گفتاری (نماد و تصویر)، گفتگوی مؤثر، گفتگو و بحث، طرح مسائل گوناگون</p> <p>گفتمان بهتر بر پایه دانش‌ها، ارزش‌ها و نگرش‌ها</p>	<p>جامع‌نگری در</p> <p>گفتمان</p>	<p>تأکید بر گفتمان \</p>
۶	<p>تغییر در دانش‌ها، ارزش‌ها و بینش‌ها</p> <p>ارتباط ساده و روان بین فراگیران برای گسترش دانش</p> <p>یکپارچه کردن برنامه‌ها برای ایجاد تحول رسانه‌ای، برخوردار کردن معلمان از اطلاعات و دانش رسانه‌ای کافی در مورد مباحث نوین رسانه‌ای</p>	<p>خلق مجدد</p>	<p>ارتقاء کیفیت</p> <p>محصولات \</p>
۴	<p>-عدم پذیرش هیچ گزاره معرفتی به‌عنوان معرفتی قطعی و یقینی</p> <p>-موقت بودن معرفت و دانش رسانه‌ای</p> <p>-در سواد رسانه‌ای انتقادی هر گزاره حتی دقیق جای خود را به گزاره‌های جدیدتر می‌دهد.</p> <p>-تلقی نکردن دانش و معرفت به‌عنوان امری مسلم و</p>	<p>نسبی بودن دانش</p>	<p>اصلاح ساختار</p> <p>معیوب حاکم</p> <p>(اصل نسبیت</p> <p>دانش و معرفت) \</p>

	قطعی		
۵	<p>-صرف نظر از انباشتن ذهن دانش‌آموزان از معرفت‌ها و دانش‌های کهنه</p> <p>-انتقال صرف دانش به‌عنوان امری انحرافی در جریان آموزش</p> <p>-منفعل نبودن دانش‌آموز به‌عنوان پذیرنده معلومات</p> <p>رقابتی بودن دانش‌اندوزی</p> <p>عدم تطبیق بی‌چون‌وچرای با وضع موجود</p>	<p>فعالیت محوری و دوری از انفعال</p>	
۷	<p>-منعطف بودن و نوآورانه برخورد کردن در برابر ایده‌های مخالف</p> <p>-توانایی به نقد گذاشتن عقیده مخالف</p> <p>-اجازه دادن به دانش‌آموزان برای دفاع از ایده‌های خود</p> <p>-سردادن ندای برابری به‌عنوان محور آموزش انتقادی</p> <p>-شناخت تار و پود نابرابری و ظلم و ستم</p> <p>-حمایت از فضای نقادی دموکراتیک</p>	<p>عامل و هم‌اندیشی - اصلاح و سازندگی اندیشمندانه</p>	<p>احترام به عقاید و اعتقادات</p>
۷	<p>-هم‌راستایی توسعه خدمات رسانه‌ای</p> <p>-داشتن منابع کافی جهت توسعه خدمات رسانه‌ای</p> <p>-دارا بودن توانایی‌ها و آفرینندگی - لازم برای توسعه و تحول در امر سواد رسانه‌ای</p> <p>-دارا بودن چشم انداز روشن در مورد تحول سواد رسانه‌ای</p> <p>-داشتن بینش و نگرش مثبت به همه هم‌نوعان</p> <p>متناسب با رشد حرفه‌ای خود</p> <p>-کمک به کار آفرینانه و نوآور بودن شاگردان</p> <p>-توجه به تجربه زیسته اشخاص</p> <p>-توانایی سؤال پرسیدن</p> <p>-جسارت در طرح سؤال</p> <p>-منفعل نبودن و مورد پرسش قرار دادن معلم در هنگام رویارویی با موقعیت یادگیری جدید</p>	<p>بازخورد و بازنگری همه‌جانبه تحول‌خواهی و تعامل همه‌جانبه</p>	
۳	<p>-تجدیدنظر معلمان در نقش‌های خود</p> <p>-بازنگری برای حل و فصل مسائل و مشکلات در مجامع تربیتی، میزگردها و کنفرانسهای مدرسه</p> <p>توجه به اصلاحات تربیتی و تلاش و معاضرت جهت تقویت این اصلاحات در مسائل سواد رسانه‌ای</p>	<p>حضور اندیشمندانه</p>	<p>تلاش برای اصلاحات تربیتی</p>
۶	<p>درک مخاطبان، احترام به مخاطب، داشتن نيمرخ مخاطب، شناخت نیاز مخاطبان، خیرخواه مخاطب</p>	<p>مخاطب‌شناسی</p>	
۶	<p>شناخت رسانه</p> <p>توانایی خوانش، شناخت روزنامه و کارکردهای آن، تسلط بر قواعد کتاب</p>	<p>سواد رسانه‌ای</p>	
۷	<p>در رسانه کار کرده باشد، با تجربه بر مسائل چیره</p>	<p>تجربه</p>	

	شود، پله‌های طرقي را از طريق رسانه‌ها پايه طی کرده باشد به همه قواعد و فنون رسانه مسلط باشد ختم و چم کار را دست داشته باشد		
۵	تسلط بر زبان دوم، مطالعه بالا، داشتن اطلاعات عمومی بالا، تسلط بر زبان فارسی، آشنایی با دستور زبان آگاهی از مسائل روز کاری، دانش علمی و تخصصی بالا در حوزه کاری کسب مهارت فنی و اطلاعاتی	کسب مهارت فنی و اطلاعاتی	
۵	شبکه‌های قوی، ارتباط با خبرنگار، ارتباط با روابط عمومی سازمان، رابطه با نخبگان سواد رسانه‌ای، ارتباطات گسترده با مخاطبان	ارتباطات قوی	دانش و نقش مدیریت رسانه‌ای
۹	درک نیروی انسانی، ارتباط دوستانه و صمیمی با همکاران، شناخت نیازهای نیروی انسانی، قدرت هماهنگی نیروی انسانی، برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری، استراتژیک بودن	مدیریت منابع انسانی	

در این مرحله از پژوهش ۱۷۴ کد ثانویه (مفاهیم) در قالب ۲۴ مقوله (طبقات فرعی) جای گرفتند.

شکل دهی طبقات اصلی

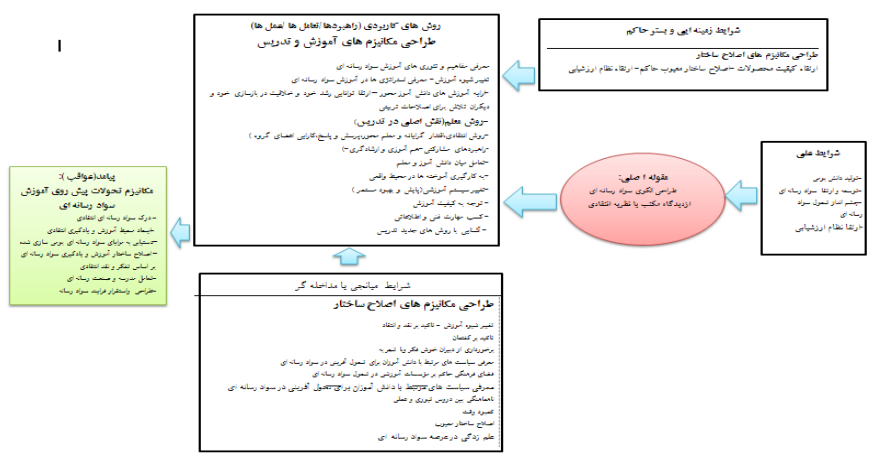
پس از تعیین مقولات، مرحله ساخت طبقات اصلی نظریه است که در جدول زیر ارائه شده است.

جدول ۵: شکل دهی طبقات کلی از مقولات

Coverage %	Area	کدگذاری محوری	کدگذاری انتخابی	پدیده هسته‌ای
۱۰.۱۰	۱۲۹	نقش حمایتی مدیران رسانه در ایجاد تحول دانش و نقش مدیریت رسانه‌ای معرفی عوامل شخصیتی و رفتاری اثرگذار در تحول کتاب سواد رسانه‌ای	مکانیسم‌های مدیریتی	مدلی مطلوب بومی سازی شده عناصر سواد رسانه‌ای در نظام آموزشی ایران
۱۰.۵۷	۱۳۵	معرفی استراتژی‌ها در	مکانیسم‌های	

		آموزش سواد رسانه‌ای معرفی مفاهیم و تئوری‌های آموزش سواد رسانه‌ای تغییر شیوه آموزش ارائه آموزش‌های دانش‌آموز محور	آموزش و تدریس
۴.۴۶	۵۷	اصلاح ساختار معیوب حاکم بر کتاب درسی ارتقاء نظام ارزشیابی	مکانیسم‌های اصلاح ساختار
۴.۷۸	۶۱	معرفی مفهوم صلاحیت آموزشی صلاحیت‌های لازم آموزش سواد رسانه‌ای	مکانیسم صلاحیت‌های لازم تحول‌آفرینی در سواد رسانه‌ای
۸.۲۲	۱۰۵	معرفی مفاهیم و تئوری‌های پیرامون یادگیری سواد رسانه‌ای معرفی مدل‌های نوین یادگیری به‌منظور سواد رسانه‌ای	مکانیسم‌های یادگیری
۶.۴۲	۸۲	مفاهیم مربوط به کیفیت آموزشی ایجاد محیط و تفکر رقابتی تعامل با آموزش و پرورش و دانشگاه	مکانیسم توجه به کیفیت آموزش
۱۹.۹۷	۲۵۵	معرفی سیاست‌های مرتبط با دانش‌آموزان برای تحول‌آفرینی در سواد رسانه‌ای معرفی سیاست‌های اثرگذار آموزش و پرورش در زمینه ایجاد تحول رسانه‌ای	مکانیسم‌های تحولات و چالش‌های پیش روی آموزش سواد رسانه‌ای

		مؤسسات آموزش متوسطه بررسی نقش فضای فرهنگی حاکم بر مؤسسات آموزشی در تحول سواد رسانه‌ای بحران‌های آموزش سواد رسانه‌ای	
--	--	--	--



شکل ۱: کد محوری بر اساس مدل (تصویر مدل تکمیلی)

درجه تناسب مدلی مطلوب بومی‌سازی شده سواد رسانه‌ای از دیدگاه صاحب‌نظران و متخصصان مرحله بعدی از مطالعه، است که نهایتاً در طی فرایند خارج از مدل پرسش‌نامه‌ای حاوی پنج سؤال باز و ساختاریافته در حوزه‌های جامعیت مدل، شمولیت مدل، روایی محتوایی و ساختاری مدل، تناسب مدل و محدودیت‌های مدل طراحی و به‌منظور اعتباربخشی مدلی تجربی احصاشده و بومی استانداردهای سواد رسانه‌ای دوره متوسطه (حاصل پژوهش) به خبرگان و متخصصان تعلیم و تربیت مشارکت‌کننده در نمونه پژوهش ارائه شده و پس از جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل پاسخ‌ها، نتایج اعتباربخشی مدل مطابق جدول زیر استخراج شده است.

جدول ۶: نتایج اعتباربخشی مدلی بومی شده سواد رسانه‌ای از دیدگاه صاحب‌نظران و

متخصصان

مجموعه‌های اعتباربخشی	حیطه‌های اعتباربخشی	مناسب است		نیاز به اصلاحات دارد		مناسب نیست	
		درصد	وزن	درصد	وزن	درصد	وزن
جامعیت مدل	رفتار حرفه‌ای	۱۴	۹۳/۳	۱	۶/۷		
	مهارت‌های حرفه‌ای	۱۵	۱۰۰				
	دانش حرفه‌ای	۱۱	۸۳/۳	۳	۲۰	۱	۶/۷
	مدیریت انتقادی کلاس	۱۵	۱۰۰				
	تدریس انتقادی	۱۵	۱۰۰				
	عملکرد حرفه‌ای	۱۴	۹۳/۳	۱	۶/۷		
شمولیت مدل	صاحب‌نظران و اساتید سواد رسانه‌ای	۱۴	۹۳/۳	۱	۶/۷		
	دبیران دوره دوم متوسطه مختلف تحصیلی رشته‌های مختلف نظری	۱۵	۱۰۰				
	مربیان مهارتی دروس سواد رسانه‌ای	۱۱	۷۳/۳	۱	۶/۷	۳	۲۰
روایی محتوایی و ساختاری	همسانی درونی زیر مؤلفه‌ها با استانداردها	۱۵	۱۰۰				
	تناسب میانی استاندارد با یکدیگر	۱۵	۱۰۰				
	عدم هم‌پوشانی و عدم تکرار سنجه‌ها در استاندارد	۱۵	۱۰۰				
متناسب و سازگاری مدل	سازگاری با مؤلفه‌های فرهنگی ملی	۱۵	۱۰۰				
	سازگاری با فلسفه تربیتی نظام آموزشی	۱۵	۱۰۰				

۲۰	۳	۱۳/۳	۲	۶۶/۶	۱۰	سازگاری با جهت‌گیری‌های سیاست‌ها، اسناد و برنامه‌های بالادستی	راه‌اندازهای اجرایی مدل
		۶/۷	۱	۹۳/۳	۱۴	سازگاری با جو و فرهنگ سازمانی در محیط‌های یاددهی و یادگیری	
				۱۰۰	۱۵	تناسب با دانش و مهارت‌های اجرایی مدیران و کارشناسان ستادی	
				۱۰۰	۱۵	تناسب با دانش، مهارت‌ها و رفتار پداگوژیک معلمان در محیط‌های یاددهی و یادگیری	
		۶/۷	۱	۹۳/۳	۱۵	حرفه‌ای سازی سواد رسانه‌ای	
		۶/۷	۱	۹۳/۳	۱۵	عملیاتی‌سازی دانش و مهارت‌ها سواد رسانه‌ای	
		۶/۷	۱	۹۳/۳	۱۴	اعتبارگذاری و سنجش صلاحیت‌های حرفه‌ای	

داده‌های به‌دست‌آمده از مصاحبه با صاحب‌نظران نشان داد محورهای اعتباربخشی مناسب و مطلوب هستند و مؤلفه‌های ذکر شده در مدلی پیشنهادی نیازهای حال حاضر در مطالعه جامعه ما است که لزوم توجه به این اهداف را در آموزش و پرورش در دوره دوم متوسطه می‌طلبد در پاسخ به این سؤال، ۹۴/۹۳۵ درصد موارد شناسایی شده برای هدف‌ها را مناسب و مکفی دانسته و تعدادی از آن‌ها اشاره داشتند که: «بهتر است برخی موارد اصلاح شود».

همچنین اظهار نظر متخصصان در خصوص مدلی طراحی شده به صورت طیف ۳ درجه‌ای تنظیم شد. به‌منظور تعیین درجه تناسب مدل، از آزمون تی تک نمونه‌ای

استفاده شد و با مدنظر قرار گرفتن میانگین نظری ۲ به مقایسه آن با میانگین تجربی حاصله اقدام شد.

جدول ۷: نتایج آزمون تی تک متغیری بر اساس سطح معناداری مدل

مدلی نهایی	میانگین نظری	میانگین تجربی	اختلاف میانگین	t میزان	سطح معنی داری
جامعیت مدل	۲	۳/۲۳۲	۱/۲۳۲	۲/۵۸۷	۰/۰۵
شمولیت مدل	۲	۴/۷۶۸	۲/۷۶۸	۷/۴۴۷	۰/۰۰۰
روایی محتوایی و ساختاری	۲	۴/۳۰۳	۲/۳۰۳	۱۰/۵۸۹	۰/۰۰۰
متناسب و سازگاری مدل	۲	۴/۴۴۲	۲/۴۴۲	۹/۴۴۳	۰/۰۰۰
راه‌اندازهای اجرایی مدل	۲	۳/۳۵۴	۱/۳۵۴	۲/۱۴۶	۰/۰۰۰

نتایج جدول فوق سطح معناداری مدل را با استفاده از آزمون تی تک نمونه‌ای نشان می‌دهد. مدلی ارائه شده در همه موارد از نظر متخصصان با ۰/۹۵ درصد و بیشتر، اطمینان معنادار است. درجه تناسب کل مدل در نهایت ۴/۰۱ از ۵ بوده است.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف از پژوهش حاضر ارائه مدل مناسب برای تبیین سواد رسانه‌ای در نظام آموزشی دوره دوم متوسطه ایران بود. به این منظور بر اساس پیشینه پژوهش و تحلیل اسناد منتخب به تبیین ویژگی‌های سواد رسانه‌ای، ویژگی‌های مدل سواد رسانه‌ای و نقش ذی‌نفعان در مدارس و مکانیسم‌های مختلف در این مدل پرداخته شد.

نتیجه بررسی سؤال اول پژوهشی نشان می‌دهد در این مدل مباحث سواد رسانه‌ای در قالب نقش حمایتی مدیران رسانه در ایجاد تحول، دانش و نقش مدیریت رسانه‌ای، معرفی استراتژی‌ها در آموزش سواد رسانه‌ای، معرفی مفاهیم و تئوری‌های آموزش سواد رسانه‌ای، ارتقاء کیفیت محصولات، ارائه آموزش‌های

دانش آموز محور، اصلاح ساختار معیوب حاکم بر کتاب درسی، معرفی مدل‌های نوین یادگیری به منظور سواد رسانه‌ای و صلاحیت‌های لازم آموزش سواد رسانه‌ای مورد توجه قرار گرفت.

مباحث سواد رسانه‌ای در کشور ما تنها چند سالی است که به‌طور جدی دنبال می‌شود و باتوجه به تجربه گران‌بهای کشورهای پیشرو در آموزش سواد رسانه‌ای نیاز آموزشی ایران به مدل بومی آموزش سواد رسانه‌ای، جدی و حیاتی بوده و با استفاده از مدل‌های سواد رسانه‌ای در دنیا و با در نظر گرفتن معیارهای بومی‌سازی این مدل‌ها در ایران، می‌توان به این مهم دست پیدا کرد. پژوهش‌های انجام‌شده نشان می‌دهند، میزان سواد رسانه‌ای در بین دانش‌آموزان در سطح مناسبی نیست. (حسن‌زاده، و محمدی استانی، ۱۳۷۹). این مسئله سبب خواهد شد آن‌ها نتوانند به انتخاب آگاهانه از میان رسانه‌های گوناگون اقدام کرده و در رژیم رسانه‌ای خود به مصرف‌کننده منفعل رسانه‌ها تبدیل می‌شوند. این نکته می‌تواند راهنمایی برای برنامه‌ریزی و عمل وزارت آموزش و پرورش و سازمان صداوسیما در جهت ارتقاء سطح سواد رسانه‌ای دانش‌آموزان نوجوان باشد. در مدلی طراحی شده چهار گروه کنشگر اصلی شامل، جامعه، آموزش و پرورش، خانواده و رسانه در زمینه آموزش سواد رسانه‌ای به دانش‌آموزان شناسایی شد. پژوهش‌های پیشین نشان داده‌اند که یکی از دلایل اصلی عدم آشنایی دانش‌آموزان با مقوله سواد رسانه‌ای نبود آموزش در مدارس بوده و آموزش سواد رسانه‌ای به دانش‌آموزان سبب خواهد شد آن‌ها بتوانند بهتر و هدفمندتر از رسانه‌ها استفاده کنند و به مخاطبانی فعال در مصرف رسانه‌ها تبدیل شوند (براون، ۱۳۷۸). از سوی دیگر کشانی در پژوهش خود نشان داد، پایین بودن سطح سواد رسانه‌ای معلمان نیز در نگاه انتقادی دانش‌آموزان به رسانه‌ها مؤثر است و می‌تواند در نحوه مواجهه دانش‌آموزان با رسانه‌ها تأثیر داشته باشد (کشانی، ۱۳۹۰). براین اساس می‌توان اظهار داشت که وزارت آموزش و پرورش نقش کلیدی در زمینه آموزش سواد رسانه‌ای به دانش‌آموزان و جوانان دارد. از آنجایی که در تحقیقات انجام‌شده مشخص گردید که عدم ارائه آموزش یکپارچه در حوزه سواد رسانه‌ای که توانسته

باشد توانمندی‌های لازم را به طور منسجم و هماهنگ ارتقاء بخشد، کاملاً محسوس است (قاسمی، جهانی، ۱۳۹۷). بر این مبنا می‌توان کنشگر اصلی در این زمینه را رسانه ملی دانست زیرا این رسانه به دلیل فراگیری ملی‌اش می‌تواند از طریق شبکه‌های مختلف صوتی و تصویری خود نسبت به ارائه آموزش‌های مؤثر و کارا اقدام نماید.

نتایج (مک لوهان، ۱۳۸۵) نشان داد که کمبود منابع، رایج‌ترین دلیل معلمان جهت اجتناب از آموزش سواد رسانه‌ای در کلاس‌های درس است. این مطالعه تأکید دارد که باید دوره‌های آموزشی برای معلمان برگزار گردد و اگر هدف، ارتقاء سواد رسانه‌ای دانش‌آموزان است، ابتدا باید به‌خوبی معلمان را نسبت به این مسئله آگاه کرد و محتویات و امکانات لازم را در اختیار آنان قرارداد. نتایج این پژوهش به‌صورت کامل با یافته‌های مقاله حاضر هم‌راستا است. در مدل بومی طراحی‌شده معلم نقشی تسهیل‌کننده داشته و بر آموزش و توجیه معلمان تأکید شده است. همچنین در این مدل توجه ویژه‌ای به منابع آموزشی سواد رسانه‌ای گردیده است. برنامه درسی و محتوای سواد رسانه‌ای در نظام‌های آموزشی کشورهای توسعه‌یافته و منتخب حکایت از روش معقول و اندیشمندانه و سیستماتیک دارد اما در ایران این مهم با توجه به این‌که تاریخ و آغاز و پیشینه کمتر از یک دهه دارد جای تأمل و بازنگری دارد. هرچند مدارس در سطوح ملی و بین‌المللی تلاش‌هایی برای گنجاندن سواد رسانه‌ای در برنامه تحصیلی خود انجام داده‌اند. با این حال پژوهش‌ها نشان داده است فعالیت‌های آن‌ها اغلب در به‌کارگیری تمام وجوه سواد رسانه‌ای در تمام سطوح تحصیلی ناموفق بوده است. در نتیجه، تحلیل رسانه‌ای مترادف با سواد رسانه‌ای و به‌عنوان مکانیسمی برای فیلترکردن محتوای ایدئولوژیک و محافظت از کودکان در برابر آنچه پوسیدگی فرهنگی نامیده می‌شود، به کار می‌رود (مسترمن، ۱۳۹۲). هدف از آموزش سواد رسانه‌ای در مدل بومی طراحی‌شده، تنها شناخت رسانه‌ها و تسلیم نشدن در برابر پیام‌های رسانه‌ای نیست، بلکه شامل تمام ابعاد زندگی یک ایرانی مسلمان است و آن هدایت و تربیت است. به بیانی دیگر سواد رسانه‌ای در عصر رسانه‌ها می‌تواند

در برابر بسیاری از حجم‌های رسانه‌ای که سلاح اصلی دشمنان است، نقش هدایتگری را برعهده داشته باشد. همان‌طور که اشاره شد سخن پایانی این است که باتوجه به وضعیت سواد رسانه‌ای در ایران و جهان دو نهاد آموزش و پرورش و رسانه‌ها (که تأثیرگذارترین آن‌ها صداوسیما هستند) بار اصلی آموزش سواد رسانه‌ای را باید بر دوش بکشند. آموزش و پرورش باتوجه به نقش اساسی که در آموزش سواد رسانه‌ای دارد، باید در قدم اول با استفاده از نظرات تخصصی استادان و پژوهشگران حوزه ارتباطات، دانش لازم را در جهت تولید محتوای بومی آموزش سواد رسانه‌ای کسب کند. سپس به آموزش و دغدغه‌مند کردن معلمان بپردازد و در مرحله بعد با تألیف محتوای آموزشی کارشناسی شده جامع، در صورت امکان، آموزش سواد رسانه‌ای را در قالب درس‌های اجباری مدارس قرار دهد. همچنین باتوجه به کار گروهی که در زمینه آموزش سواد رسانه‌ای در شورای عالی آموزش و پرورش شکل گرفته است باید نتیجه گرفت که این مجموعه نیاز به بازنگری، هم‌افزایی و تسریع و دقت در کارهای لازم جهت عملیاتی شدن آموزش سواد رسانه‌ای دارد. برای طراحی مدلی بومی‌سازی شده برنامه درسی تفکر و سواد رسانه‌ای، باید عواملی مانند نظریه‌های یادگیرنده محور و به‌ویژه نظریه سازنده گرایی و نحوه‌ی اثرگذاری این عوامل بر عناصر برنامه درسی بررسی شود.

با تلخیص داده‌ها، مضامین مشابه و تکراری در متن‌های مدنظر که با موضوع پژوهش مرتبط بودند، با یکدیگر تلفیق شدند و در نهایت مؤلفه‌های برنامه درسی تفکر و سواد رسانه‌ای در قالب هفت مکانیسم پیاده‌سازی و شناسایی شد. بر اساس مبانی نظری، مطالعات و پژوهش‌های صورت‌گرفته، تحلیل مصاحبه‌ها و ارزیابی اسناد، مدل مطلوب درس تفکر و سواد رسانه‌ای از دیدگاه برنامه درسی دوره متوسطه نظام تعلیم و تربیت رسمی جمهوری اسلامی ایران می‌توان به این نتیجه رسید که اگرچه اهداف، محتوا و گاه‌ا‌ روش‌های کاربست در درس تفکر و سواد رسانه‌ای به‌صورت مستقیم قابل دستیابی هستند اما باید تا حدودی مختص دوره تحصیلی خاص باشند ضمناً مؤلفه‌ها و یا شاخص‌های

متعددی برای درس تفکر و سواد رسانه‌ای در برنامه درسی دوره متوسطه استخراج شد و بعد از طریق مصاحبه با متخصصان تعلیم و تربیت موضوع مؤلفه‌های تفکر و سواد رسانه‌ای بر اساس دیدگاه انتقادی به دست آمده مورد بررسی قرار گرفت که مواردی که هم‌ردیف هم بودند حذف گردید و در نهایت با در نظر گرفتن نتایج به دست آمده از حوزه برنامه درسی موارد زیر جهت تدوین برنامه درسی سواد رسانه‌ای در قالب موارد اساسی استخراج گردید.

- ۱- توسعه توانمندی و آزادی‌های دانش‌آموزان.
- ۲- پرهیز از ارائه درس سواد رسانه‌ای به صورت شدیداً ابزاری.
- ۳- حصول اطمینان از اینکه آموزش رسانه موجب اعتلای یادگیری فراگیران می‌شود.
- ۴- توسعه و توانمندی، حق اظهار نظر متعلمان.
- ۵- یادگیری همیارانه.
- ۶- توسعه انعطاف‌پذیری و توانایی حل مسئله در دانش‌آموزان.
- ۷- به پرسش گرفتن نقادانه شرایط آموزشی‌ای که منجر به رویکرد حل مسئله شود.

- ۸- توسعه یادگیری از راه مذاکره.
 - ۹- عنایت به مسائل مربوط به فرصت‌های برابر.
 - ۱۰- توسعه آموزش مشارکتی. (توسعه ارتباط رسانه)
- نتیجه سؤال دوم پژوهش نشان داد در مدل مطلوب برنامه درسی سواد رسانه‌ای در نظام آموزشی ایران به مکانیسم‌های زیر باید توجه نمود.
- ۱- مکانیسم‌های مدیریتی، ۲- مکانیسم‌های آموزش و تدریس، ۳- مکانیسم‌های اصلاح ساختار، ۴- مکانیسم‌های صلاحیت‌های لازم تحول‌آفرینی در سواد رسانه‌ای، ۵- مکانیسم‌های یادگیری، ۶- مکانیسم توجه به کیفیت آموزش تعاملی در آموزش و ۷- مکانیسم تحولات و چالش‌های پیش روی آموزش سواد رسانه‌ای.

باتوجه به پژوهش‌های انجام شده مؤلفه‌ها و مکانیسم‌های مرتبط با آن مورد توجه صاحب‌نظران داخلی و خارجی، محمدی، ۱۳۹۵، خانگی ۱۳۹۵، نوذیگنر، ۲۰۱۲، قرار گرفته است و با این تحقیقات همخوانی دارد. در تبیین و توضیح این پرسش در برنامه درسی سواد رسانه‌ای می‌توان گفت که این برنامه‌ها باید بر اساس مکانیسم‌های هفت‌گانه تنظیم گردد و بیشترین تأکید در برنامه درسی بر اصلاح ساختار و آموزش و تدریس و کیفیت آموزش است که در این خصوص پژوهش حاضر با تحقیقات ذکر شده مطابقت دارد.

نتیجه سؤال سوم پژوهش نشان داد. تعیین اعتبار مدل طراحی شده، داده‌های به‌دست‌آمده از مصاحبه با صاحب‌نظران، محورهای اعتباربخشی مناسب و مطلوب هستند و مؤلفه‌های ذکر شده در مدل پیشنهادی نیازهای حال حاضر در مطالعه جامعه ما است که لزوم توجه به این اهداف را در آموزش و پرورش در دوره دوم متوسطه می‌طلبد در پاسخ به این سؤال، ۹۴/۹۳۵ درصد موارد شناسایی شده برای هدف‌ها را مناسب و مکفی دانسته و تعدادی از آن‌ها اشاره داشتند که: «بهتر است برخی موارد اصلاح شود».

پیشنادهای کاربردی

بر اساس یافته‌های پژوهش حاضر، در این قسمت سعی شده است تا به بیان پیشنهادهایی کاربردی پرداخته شود. امید است دستگاه‌های مسئول و ادارات و سازمان‌های ذی‌ربط به این پیشنهادها به دیده دقت بنگرند.

۱ - تدوین و اجرای برنامه‌های استراتژیک در جهت کاربست یافته‌های مدل ارائه شده در فرایند یاددهی - یادگیری از طریق تشکیل کارگروه‌های تخصصی با مشارکت متخصصانی از حوزه‌های برنامه‌ریزی درسی، تکنولوژی آموزشی، فناوری اطلاعات و ارتباطات، برنامه‌ریزی آموزشی بعلاوه متخصصانی از حوزه رشته‌های موردنظر به‌منظور:

۱-۱ تدوین و تعیین اهداف کاربست سواد رسانه‌ای در فرایند یاددهی - یادگیری.

۱-۲ تدوین و تعیین راهبردهای، خط‌مشی‌ها و اولویت‌ها در جهت کاربست صحیح سواد رسانه‌ای و فناوری اطلاعات و ارتباطات در فرایند یاددهی - یادگیری

۱-۳ بازاندیشی، بازبینی، و بازسازی برنامه‌های تدوین شده در مدل به‌منظور بررسی موانع و مشکلات، ایجاد مکانیسم‌های صحیح برای کاربست فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات و رسانه‌های آموزشی در فرایند یاددهی و یادگیری.

۲- تجهیز مدارس به امکانات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری مناسب و کافی برای بهره‌مندی معلمان و دانش‌آموزان در فرایند یاددهی - یادگیری از طریق اولویت‌بندی بودجه‌ها.

۳- جهت‌آشنایی کامل معلمان با تدریس کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای پیشنهاد می‌شود که یک دوره کلاس آموزشی جهت‌آشنایی با روش‌ها برگزار شود.

۴- مدل مزبور توانسته است به ایجاد نگرش مثبت، حس مسئولیت، و کسب مهارت‌های رسانه‌ای در دانش‌آموزان کمک شایان توجهی نماید.

۵- در مدل پیشنهادی، اهداف به کسب دانش، توانش و نگرش صحیح در حوزه رسانه، تقویت مهارت‌های حل مسئله، تقویت تفکر انتقادی و یادگیری مستقل در دانش‌آموزان تأکید دارد.

۶- در الگوی پیشنهادی اصولی همچون علاقه، سودمندی، قابلیت یادگیری توالی نشان‌دهنده ممتاز کاربردی بودن متناسب با علاقه دانش‌آموز و تلفیق محتوای ورودی با یکدیگر است که به‌عنوان اصول انتخاب محتوا و سازماندهی محتوا باید مورد توجه طراحان کتاب سواد رسانه‌ای باشد.

۷- دانش حرفه‌ای معلم به‌عنوان روش اساسی تدریس زمینه‌ساز درک و فهم بهتر دانش‌آموزان از مباحث علمی را فراهم کرده و آنها را به‌سوی حل مسئله در سطوح گوناگون پیش ببرد.

۸- در ارزیابی مداوم به اصولی همچون بازخورد مستمر و پایش مداوم، مشارکتی و جامع بودن توجه شود. همچنین سعی می‌شود که در ارزیابی به بهبود

روش‌ها، میزان پیشرفت تحصیلی دانش‌آموزان از ارزیابی مبتنی بر پروژه که مرتبط با روش حل مسئله استفاده شود.

۹- تهیه مدل مطلوب آموزشی سواد رسانه‌ای متناسب با نیازهای دانش‌آموزان مناطق مختلف کشور بر اساس تجربیات عملی و موفق برگرفته از سایر کشورها مانند ژاپن و کانادا و...

۱۰- آشنایی و مرور عناوین ارائه‌شده در این مدل آموزشی می‌تواند نقطه شروع خوبی برای متولیان طراحی محتوای آموزشی برای سواد رسانه‌ای در کشور باشد.

• از متخصصان برنامه‌ی درسی محتوایی بدون کار کارشناسی و فقط از طریق مصاحبه نمی‌توان انتظار داشت که بتوانند اهداف ملموس تدارک ببینند.

• معلمان دوره‌ی متوسطه از راهبردهای یاددهی - یادگیری که دانش‌آموزان را به تفکر وادار کند و آن‌ها را به کشف راه‌حل برای موقعیت‌های چالش‌برانگیز و کاوشگرانه تشویق کند، استفاده نمایند.

• امید است که این مقاله بتواند در حد ظرفیت خود دریچه‌ای به سوی مدلی بومی‌سازی آموزش سواد رسانه‌ای در کشور ایران بگشاید. همچنین بر این باوریم که این مقاله می‌تواند راهگشای مطالعات دیگری در راستای بومی‌سازی آموزش رسانه‌ها و تحکیم این نگرش در کشور گردد.

کتابنامه

منابع فارسی

ارجمندی، غلامرضا (۱۳۸۴). سواد رسانه‌ای در گفتگو با دکتر غلامرضا ارجمندی، مجله رشد آموزش علوم اجتماعی، سال هشتم، شماره ۴.
بختیار نصرآبادی، حسنعلی، علی نوروزی، رضا. (۱۳۸۴). بررسی میزان تحقق اهداف شناختی درس رسانه. فصلنامه تعلیم و تربیت، ۲۱ (۴)، مسلسل ۸۴: ۱۰۸.

- براون، جیمز (۱۳۷۸). رویکردهای سواد رسانه‌ای، ترجمه پیروز ایزدی، (۱۳۸۵)، فصلنامه رسانه، ۱۷، (۴)، ۷۰-۵۱.
- حسن‌زاده، اکبر و محمدی استانی، مرتضی (۱۳۷۹). سواد رسانه‌ای ضرورت دنیای امروز، کلیات (کتاب ماه اطلاعات، ارتباطات و دانش‌شناسی).
- حکیم‌زاده، حسین. (۱۳۹۷). تحلیل محتوای کتاب‌های رسانه دوره متوسطه و مقایسه نتایج با نظرات دبیران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد چاپ نشده، دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان.
- رضایی بایندر، (۱۳۸۲). بررسی نقش سواد رسانه‌ای در آموزش مهارت‌های شهروندی و رفتارهای مدنی، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، شماره ۱۸۴.
- رضوی، سید عباس. (۱۳۹۰). مباحث نوین در فناوری آموزشی (چاپ دوم). اهواز: انتشارات دانشگاه شهید چمران.
- سپاسگر، ملیحه (۱۳۸۴). رویکردی نظری به سواد رسانه‌ای، فصلنامه پژوهش و سنجش، سال دوازدهم، شماره ۴۴.
- شاهرخ اسکوئی، زهره (۱۳۸۷). بررسی سطح سواد رسانه‌ای دانشجویان (مقایسه سواد رسانه‌ای دانشجویان دانشکده فنی - مهندسی و علوم اجتماعی دانشگاه تهران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد علوم ارتباطات، دانشگاه علامه طباطبایی، دانشکده علوم اجتماعی).
- شجاعی، مهناز، امیرپور، مهناز (۱۳۹۱). بررسی وضعیت سواد رسانه‌ای دانشجویان خراسان شمالی در جامعه اطلاعاتی، فصلنامه مطالعات جامعه‌شناختی جوانان، سال سوم، شماره هفتم، صص ۴۳-۵۶.
- شمس علی، محمدرضا. (۱۳۸۸). بررسی تأثیر آموزش کاوشگری رسانه‌ای بر پرورش خلاقیت و پیشرفت تحصیلی دانش‌آموزان دختر و پسر سال دوم متوسطه شهرستان تویسرکان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد چاپ نشده. تهران: دانشگاه علامه طباطبایی.

قاسمی، فرشید، جهانی، جعفر. (۱۳۹۷). ارزیابی اهداف و کتاب‌های سواد رسانه‌ای دوره ابتدایی از دیدگاه الگوی آموزش خلاقیت پلسک. فصلنامه مطالعات برنامه درسی، سال سوم، شماره ۱۰، ۶۴-۳۹.

کانسیداین، دیوید (۱۳۷۹). درآمدی بر سواد رسانه‌ای، ترجمه ناصر بلیغ، تهران: اداره کل تحقیق و توسعه صدا.

کشانی، سمیرا (۱۳۹۰). بررسی عوامل مؤثر در ارتقاء سواد رسانه‌ای کارشناسان روابط عمومی (مطالعه موردی روابط عمومی ۲۲ گانه شهرداری تهران)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، تهران: دانشگاه آزاد واحد تهران مرکز.

مک لوهان، مارشال (۱۳۸۵). درک رسانه؛ ابعاد وجودی انسان، تهران: مرکز مطالعات رسانه

نصیری، بهاره، بخشی، بهاره (۱۳۹۱). اهمیت آموزش سواد رسانه‌ای در قرن بیست و یکم، مطالعات رسانه‌ای ۷ (۱۸)، ۱۵۸ - ۱۴۹.

هاشمی، شهناز، رضایی، زهرا (۱۳۸۷). گذری بر سواد رسانه‌ای، پژوهشکده تحقیقات استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام، گروه پژوهش‌های فرهنگی و اجتماعی، پژوهش‌نامه شماره ۲۲، صص ۱۵۵-۱۶۹.

منابع لاتین

Appleton, J. J., Christenson, S. L., & Furlong, M. J. (۲۰۰۸). Student engagement with school: Critical conceptual and methodological issues of the construct. *Psychology in the Schools*, ۴۵(۵), ۳۶۹-۳۸۶.

Salmela-Aro, K., Tolvanen, A., & Nurmi, J. E. (۲۰۰۹). Achievement strategies during university studies predict early career burnout and engagement. *Journal of vocational behavior*, 75(۲), ۱۶۲-۱۷۲.

Chung, M. (۲۰۱۷). "Not just numbers: The role of social media metrics in online news Evaluations", *Computers in Human Behavior* ۷۵ (۲۰۱۷) ۹۴۹-۹۵۷

Wollan, R., Smith, N., & Zhou, C. (۲۰۱۱). *The social media management handbook: Everything you need to know to get social media working in your business*. John Wiley & Sons.

McNeill, T. (۲۰۱۲). “Don’t affect the share price”: social media policy in higher education as reputation management. *Research in Learning Technology*, 20.

Kumlin, M. (۲۰۱۶). Social media as a tool for corporate reputation management.

Byrd, S. (۲۰۱۲). Hi fans! tell us your story!: incorporating a stewardship-based social media strategy to maintain brand reputation during a crisis. *Corporate Communications: An International Journal*, 17(۳), ۲۴۱-۲۵۴.

Becker, K., & Nobre, H. (۲۰۱۴). Social network reputation management: An international study. *Journal of Promotion Management*, 20(۴), ۴۳۶-۴۵۱.