

طراحی الگوی آموزش سواد رسانه‌ای برای معلمان، بر اساس رویکرد داده بنیاد^۱**The Media Literacy Training Model for Teachers
(Based on the Foundation's Data Approach)**

تاریخ دریافت مقاله: ۲۲/۰۵/۱۴۰۰؛ تاریخ پذیرش مقاله: ۱۸/۱۱/۱۴۰۰

M. Motamedi

A. R. Nasr (Ph.D)

B. E. Zamani (Ph.D)

A. Asadi (Ph.D)

مرضیه معتمدی محمدآبادی^۲ احمدرضا نصرآصفهانی^۳زنده یاد بی بی عشرت زمانی^۴ عباس اسدی^۵

Abstract: This study seeks to provide a model for teaching media literacy for teachers. This research was conducted qualitatively with the data method of the foundation. To collect the data, 28 semi-structured interviews were conducted with communication science specialists, educational sciences and media activists. To this aim, the purposeful sampling continued until theoretical saturation was achieved. The data obtained from interviews were analyzed based on data theory coding. The results showed that due to job requirements, social developments and media risks (causal factors), media literacy in the dimensions of knowledge, attitude and skills (pivotal phenomenon) should be provided to teachers in the form of primary and secondary education (strategies). Policymaking, program development, and funding (platforms) along with motivational factors, teacher competence, content, and equipment (intervening factors) affect program success and have individual, occupational, and social consequences. The developed model could facilitate planning for teacher literacy education in Farhangian University and education in the form of a scientific framework.

Keywords: media literacy, education, teacher, data base

چکیده: مقاله حاضر با هدف ارائه الگوی آموزش سواد رسانه‌ای برای معلمان انجام شد. این پژوهش به صورت کیفی با روش داده بنیاد اجرا شد. برای جمع‌آوری داده‌ها ۲۸ مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با متخصصان علوم ارتباطات، علوم تربیتی و فعالان رسانه‌ای انجام شد. نمونه‌گیری به صورت هدفمند، تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت. داده‌های حاصل از مصاحبه براساس کدگذاری نظریه داده‌بنیاد تحلیل شد. نتایج بدست آمده نشان داد به دلیل الزامات شغلی، تحولات اجتماعی و مخاطرات رسانه (عوامل علی) باید سواد رسانه‌ای در ابعاد دانش، نگرش و مهارت (پدیده محوری) به صورت آموزش‌های اولیه و ثانویه (راهبردها) به معلمان ارائه شود. سیاستگذاری‌ها، تدوین برنامه و تامین مالی (بسترها) درکنار عوامل انگیزشی، شایستگی مدرسان، محتوا و تجهیزات (عوامل مداخله‌گر) موفقیت برنامه را تحت تاثیر قرار می‌دهد و پیامدهای فردی، شغلی و اجتماعی ایجاد خواهد کرد. الگوی تدوین شده می‌تواند در قالب چارچوبی علمی، برنامه‌ریزی برای آموزش سواد رسانه‌ای معلمان را در دانشگاه فرهنگیان و آموزش و پرورش تسهیل نماید.

کلیدواژه‌ها: سواد رسانه‌ای، آموزش، معلم، داده‌بنیاد

۱. این پژوهش از رساله دکتری نویسنده اول تحت عنوان «تدوین چارچوب برنامه درسی سواد رسانه‌ای برای دانشگاه فرهنگیان» در دانشگاه اصفهان استخراج شده است.

۲. دانشجوی دکتری برنامه‌ریزی درسی، گروه علوم تربیتی، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه اصفهان، اصفهان.

Motamadi70@Gmail.Com

۳. استاد گروه علوم تربیتی، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه اصفهان، اصفهان (نویسنده مسئول)

Arnasr@Edu.Ui.Ac.Ir

۴. استاد گروه علوم تربیتی، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه اصفهان، اصفهان.

Bzamani@Edu.Ui.Ac.Ir

۵. دانشیار گروه روزنامه‌نگاری، دانشکده علوم ارتباطات، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران.

Assadiabbas1@Gmail.Com

مقدمه

یکی از مهم‌ترین چالش‌های عصر جهانی شدن، نفوذپذیری مرزها و انتشار بی‌حد پیام‌های رسانه‌ای است (مایرز^۱، ۱۳۹۵: ۷). رسانه‌های جمعی، به ویژه وسایل ارتباط الکترونیکی، به عنوان پدیده شگفت‌انگیز عصر اطلاعات (کستلز^۲، ۲۰۱۱) بیش‌ترین تأثیر را بر رفتار انسان به جای می‌گذارند (هیل^۳، ۲۰۰۵) و به همه حوزه‌های خصوصی و عمومی زندگی، اعم از دین، اخلاق، سیاست، اجتماع و فرهنگ رخنه کرده‌اند (یزدیان، ۱۳۹۱: ۹۰). در خصوص اثرات عمیق رسانه‌ها بر پیش مردم، تردیدی وجود ندارد (گیدنس^۴، ۲۰۱۳). هجوم سیل‌آسای اطلاعات، سطحی‌نگری، ابتذال و شناخت نادرست از جهان واقعیت از مهم‌ترین تأثیرات ویرانگر رسانه‌هاست (پاتر^۵، ۲۰۱۰: ۳۸۴).

برای آنکه در جامعه اطلاعاتی کنونی بتوان ضمن بهره‌گیری از رسانه‌ها، پیامدهای مخرب آن را به حداقل رساند؛ باید سواد جدید ایجاد کرد. مفهومی که از آن با نام سواد رسانه‌ای^۶ یاد می‌شود (شکرخواه، ۱۳۸۰: ۷۹). پیدایش مفهوم سواد رسانه‌ای به سال ۱۹۶۵ باز می‌گردد که مارشال مک لوهان^۷ برای اولین بار در کتاب خود این واژه را به کار برد (بصیریان و بصیریان، ۱۳۸۵: ۳۳). سواد رسانه‌ای به معنای توانایی دسترسی و استفاده از رسانه‌ها، تولید پیام و ارتباط با رسانه‌ها، تحلیل و ارزیابی انتقادی رسانه‌ها می‌باشد (اوکسترنند^۸، ۲۰۰۹: ۱۹) و بر مهارت فهمیدن، ارزیابی و به کار بردن رسانه‌ها تأکید دارد (مولر^۹، ۲۰۱۱). سواد رسانه‌ای به دنبال قدرتمند کردن شهروندان و تغییر دادن ارتباط غیرفعالانه آنان با رسانه و تبدیل آنان به ارتباط-گران فعالی است که به راحتی تسلیم پیام‌های رسانه‌ای نشوند (روگو^{۱۰}، ۲۰۰۹: ۷۲).

-
1. Myers
 2. Castells
 3. Hill
 4. Giddens
 5. Potter
 6. Media Literacy
 7. Marshal McLuhan
 8. Oxstrand
 9. Moeller
 10. Rogow

طراحی الگوی آموزش سواد رسانه‌ای برای معلمان، بر اساس رویکرد داده بنیاد ضرورت سواد رسانه‌ای تا آنجاست که سازمان یونسکو به عنوان یکی از شاخص‌های انسان باسواد به آن تأکید دارد. یونسکو، هدف آموزش سواد رسانه‌ای را دسترسی به رسانه‌ها به عنوان ابزاری برای ارتقای مهارت تحلیل انتقادی پیام‌ها، ایجاد متون رسانه‌ای، تعامل در حوزه‌های مختلف ارتباطات رسانه‌ای و ارزیابی انتقادی پیام‌ها می‌داند (یونسکو، ۲۰۱۱: ۱۸). از زمانی که یونسکو شروع به پرداختن به آموزش رسانه در سطح بین‌المللی کرد (بیانیه گرونیوالد در سال ۱۹۹۰، پس از آن در وین، ۱۹۹۹؛ سویل، ۲۰۰۲ و پاریس، ۲۰۰۷)، آموزش رسانه برای معلمان نیز فوریت یافت (تورنرو و تایی^۱، ۲۰۱۲). یونسکو در سمیناری در سال ۲۰۰۷، بیانیه ویژه‌ای در این باره ارائه کرد: «آموزش سواد رسانه‌ای به عنوان یکی از موضوعات اصلی، باید در تربیت معلمان به صورت دانش نظری و مهارت‌های عملی گنجانده شود» (یونسکو، ۲۰۰۸). بر اساس این توصیه ویژه، آموزش سواد رسانه‌ای برای معلمان در دستور کار بسیاری از کشورها قرار گرفت. چراکه معلمان می‌توانند دانش‌آموزان را از تمام فرصت‌های یادگیری فناوری‌های نوین بهره‌مند سازند و به‌گونه‌ای مؤثر برنامه درسی را با فناوری تلفیق کنند تا خلاقیت، تفکر انتقادی، اعتمادبه‌نفس و یادگیری مادام‌العمر در فراگیران پرورش یابد (کوشکی، خسروی، قادری و صادقی، ۱۳۹۹) و با رشد سواد انتقادی این امکان برای دانش‌آموزان فراهم شود که پیوند قوی‌تری بین آموزش‌ها و تجاربی که در مدرسه کسب می‌کنند با تجارب و کلیت جهان زندگی برقرار سازند (باغبانیان، قادری و علی عسگری، ۱۳۹۸). مسئولیت معلمان در عصر اطلاعات، پرورش شایستگی رسانه‌ای^۲ خود و دانش‌آموزان است (برونینکو^۳ و کیسینا^۴، ۲۰۱۸؛ ایلف^۵، ۲۰۱۸). معلمی که دارای شایستگی‌های رسانه‌ای است قادر است ضمن فهم، تحلیل و ارزیابی رسانه‌ها، متون رسانه‌ای طراحی کند و در فرآیند آموزش از آن‌ها استفاده نماید. این صلاحیت‌ها بخشی جدایی ناپذیر از صلاحیت ارتباطی معلم است و موجب مواجهه

1. Tornero & Tayie
2. Media Competence
3. Boronenko
4. Kaysina
5. Elf

فعال وی با منابع رسانه‌ای خواهد شد (گرمیگنی^۱، ۲۰۱۸؛ وانگ و گربونوا^۲، ۲۰۱۸؛ گالستین، ویونوا و کماروا^۳، ۲۰۱۹).

پرورش شایستگی‌های رسانه‌ای نیازمند آموزش است. متأسفانه در ایران هنوز آموزش سواد رسانه‌ای به مدارس و دانشگاه‌ها چندان راه نیافته است و نتایج برخی پژوهش‌ها نشان می‌دهد که حجم سیاست‌های سه نهاد صداوسیما، آموزش و پرورش و آموزش عالی در حوزه سواد رسانه‌ای بسیار محدود است (بشیر و چابکی، ۱۳۹۳). هرچند در اسناد بالادستی همچون سند تحول بنیادین به بهره‌گیری هوشمندانه از رسانه جهت مصون ماندن در برابر پیامدهای نامطلوب تأکید شده اما تا کنون اقدامات کافی برای توسعه سواد رسانه‌ای در دستور کار متولیان نهادهای رسمی تعلیم و تربیت قرار نگرفته است (هاشمی، ۱۳۹۳). تنها اقدام عملی در این خصوص اضافه شدن درس «تفکر و سواد رسانه» به پایه دهم متوسطه در سال‌های اخیر است. گرچه این امر نوعی نوآوری آموزشی به حساب می‌آید لکن اغلب نوآوری‌های آموزشی با وجود دقت در طراحی، در مرحله اجرا با موانع متعددی روبه‌رو می‌شوند (سراجی و سلیمانی، ۱۳۹۵). یکی از مهم‌ترین موانع اجرا، فقدان معلم متخصص و آموزش دیده برای تدریس این درس است. معلمان درس تفکر و سواد رسانه، عموماً با تخصص نامرتبط صرفاً جهت پر شدن ساعت موظف خویش، به تدریس این درس می‌پردازند. در حالی که از قبل، در این خصوص آموزشی ندیده‌اند. بررسی برنامه درسی دانشگاه فرهنگیان (به عنوان مهم‌ترین مرکز آموزش و آماده‌سازی معلمان) نیز نشان می‌دهد آموزش مدونی درباره رسانه برای معلمان وجود ندارد. نه تنها معلمان درس تفکر و سواد رسانه‌ای، بلکه تمامی معلمان در همه مقاطع تحصیلی نیازمند آموزش سواد رسانه‌ای هستند. چرا که ارتقای مهارت‌ها و توانمندی‌های معلمان موجب انجام دادن بهتر کارها و وظایف توسط ایشان و متعاقباً افزایش کارایی و اثربخشی محیط آموزشی می‌گردد (فاروق، ۲۰۱۸) و از آنجایی که کلاس درس فرصت‌های متنوعی برای آموزش مستقیم یا تلفیقی سواد رسانه‌ای و رفع مشکلات دانش‌آموزان در مواجهه

-
1. Gremigni
 2. Wang & Gorbunova
 3. Galustyan, Vyunova & Komarova

طراحی الگوی آموزش سواد رسانه‌ای برای معلمان، بر اساس رویکرد داده بنیاد با رسانه‌ها فراهم می‌کند لازم است همه معلمان از سطح سواد رسانه‌ای مطلوب برخوردار بوده و آموزش‌های لازم را دریافت کنند.

چنانچه اشاره شد برای مفهوم سواد رسانه‌ای تعاریف متعددی ارائه شده است که هر یک به ابعادی از آن اشاره دارد. آنچه به عنوان سواد رسانه‌ای در پژوهش حاضر مد نظر است مبتنی بر تعریف جامعی است که کمیسیون اتحادیه اروپا از سواد رسانه‌ای ارائه کرده است. طبق این تعریف «سواد رسانه‌ای یعنی توانایی دسترسی، استفاده، تجزیه و تحلیل و ارزیابی پیام‌هایی که در جهان کنونی به صورت روزانه با آنها مواجه می‌شویم؛ همچنین توانایی تولید و نسبت ارتباط موثر با رسانه‌هایی که افراد به آن‌ها دسترسی دارند.» (کمیسیون اروپا، ۲۰۱۱: ۲۱). این تعریف بر پایه چهار عنصر اساسی بنا شده است ۱- دسترسی به رسانه‌ها: که به فرصت‌های استفاده فیزیکی از رسانه‌ها مربوط می‌شود (لیوینگستون^۱، ۲۰۰۴). ۲- استفاده: این مولفه به بعد فنی سواد رسانه‌ای اشاره دارد. با این مهارت، مخاطب می‌تواند به طور موثر از رسانه‌ها استفاده کند (کمیسیون اروپا، ۲۰۰۹). ۳- فهم انتقادی: این بعد شامل رمزگشایی، تحلیل و ارزیابی است. در این مرحله فرد می‌آموزد چگونه معانی پنهان متون رسانه‌ای را آشکار کند (کلوت^۲، ۲۰۰۹). ۴- تولید پیام رسانه‌ای: مهارتی که به فرد اجازه می‌دهد پیام‌هایی با رمزگان مختلف تولید، خلق و منتشر کند (تیلور^۳، ۲۰۰۲).

اگرچه به واسطه تأکیدات جهانی بر سواد رسانه‌ای، مطالعات بسیاری در خصوص شناسایی مهارت‌ها و مولفه‌های سواد رسانه‌ای انجام شده اما همچنان جای پژوهشی که الگویی بومی برای آموزش سواد رسانه‌ای به معلمان ارائه دهد خالی است. بخش زیادی از پژوهش‌هایی که در کشور در حوزه سواد رسانه‌ای انجام شده به بررسی ضرورت سواد رسانه‌ای و نقش آن در ابعاد مختلف زندگی پرداخته است. از این جمله می‌توان به پژوهش‌های تقی‌زاده (۱۳۹۳)، موسوی انزهایی (۱۳۹۱)، حاجی‌حیدری و یزدیان (۱۳۹۰)، تقی‌زاده (۱۳۹۱) و بصیریان (۱۳۸۵) اشاره کرد. دسته دیگر به سنجش سطح سواد رسانه‌ای پرداخته‌اند. به عنوان مثال خدامرادی (۱۳۹۱) سطح سواد رسانه‌ای فرهنگیان استان چهارمحال و بختیاری را بررسی کرده

1. Livingstone
2. Celot
3. Taylor
۱۴۳

و شیخ‌سفلی (۱۳۹۳) نیز در پژوهشی با سنجش سطح سواد دبیران متوسطه شهر تهران، سواد آنان را در حد متوسط ارزیابی کرده است.

تعداد پژوهش‌هایی که موضوع اصلی آن‌ها «آموزش سواد رسانه‌ای» است در کشور ما اندک است از این جمله می‌توان به پژوهش‌های شریفی‌رهنمو، سراجی و شریفی‌نمو (۱۳۹۷) اشاره کرد که با نیازسنجی سواد رسانه‌ای دانشجویان دوره کارشناسی نشان دادند وضعیت موجود دانشجویان در مولفه‌هایی همچون نقد رسانه و تولید پیام‌های رسانه‌ای مطلوب نیست. همچنین صلواتیان، حسینی و معتضدی (۱۳۹۶) در پژوهش خود الگویی با تأکید بر نقش نهادهای آموزش رسمی نظیر آموزش و پرورش و نهادهای غیررسمی مانند صدا و سیما تدوین کردند. نصیری (۱۳۹۱) نیز در یک پژوهشی تطبیقی ساختار و برنامه آموزش سواد رسانه‌ای در کشورهای ژاپن و کانادا و ایران را مورد بررسی قرار داد. در خارج از کشور نیز پژوهش‌هایی در رابطه با «آموزش سواد رسانه‌ای» انجام شده است. سیمونس، مو و تساس^۱ (۲۰۱۷) پرسشنامه‌ای برای سنجش ابعاد مختلف سواد رسانه‌ای معلمان طراحی و اعتبارسنجی کردند. رامادهان، سوکما و اندریانی^۲ (۲۰۱۹) و گارسیا و گزالوز^۳ (۲۰۱۴) نیز با ابزار پرسشنامه صلاحیت‌های رسانه‌ای معلمان را ارزیابی و موارد قوت و ضعف آن‌ها را شناسایی کردند. هال^۴ (۲۰۱۴) در پژوهش خود یک برنامه درسی مقدماتی سواد رسانه‌ای برای معلمان انگلیسی طراحی کرد که محور اصلی آن آموزش مفاهیم، مهارت‌های انتقادی و تولید رسانه در قالب دروس مجزا برای ۸ هفته آموزشی بود. فرای و سیلی^۵ (۲۰۱۱) نیز در پژوهشی با اجرای دوره آموزش سواد رسانه‌ای برای معلمان ابتدایی نتیجه گرفتند که این دوره‌ها در رشد مهارت انتقادی، توانمندی‌های فردی و اجتماعی شرکت‌کنندگان اثربخش بوده است. کالور و جاکوبسون^۶ (۲۰۱۲)، وود^۷ (۲۰۰۹) و پانگ^۸ (۲۰۰۷) نیز با اجرای فرآیند نیازسنجی

-
1. Simons, Meeus & Tsas
 2. Ramadhan, Sukma & Indriyani
 3. Garcia & Gozalvez
 4. Halle
 5. Fry & Seely
 6. Culver & Jacobson
 7. Wood
 8. Phang

طراحی الگوی آموزش سواد رسانه‌ای برای معلمان، بر اساس رویکرد داده بنیاد نشان دادند که مخاطبان در زمینه شناخت اهداف رسانه‌ها، تفکر انتقادی، تولید رسانه‌ای و تحلیل پیام، به آموزش نیاز دارند.

بررسی مطالعات قبلی نشان می‌دهد گرچه پژوهش‌هایی در خصوص سواد رسانه‌ای صورت گرفته اما جای خالی پژوهشی که الگوی جامعی برای آموزش سواد رسانه‌ای بر اساس شرایط بومی ارائه دهد خالی است. بنابراین پژوهش حاضر درصدد پاسخگویی به این سوال اصلی است: الگوی آموزش سواد رسانه‌ای به معلمان چگونه است؟

روش پژوهش

این پژوهش دارای رویکرد کیفی است که با استفاده از روش نظریه داده‌بنیاد، انجام شده است. روش نظریه داده‌بنیاد یک نوع روش پژوهش کیفی است که به گونه استقرایی یک سلسله رویه‌های سیستماتیک را به کار می‌گیرد تا نظریه‌ای درباره پدیده مورد مطالعه ایجاد کند (استراوس و کوربین^۱، ۲۰۰۸).

جامعه آماری پژوهش شامل سه دسته اعضای هیئت علمی گروه علوم ارتباطات و رسانه، اعضای هیئت علمی گروه علوم تربیتی و افراد دارای تجربه عملی در حوزه رسانه بود. برای انتخاب مشارکت‌کنندگان، از نمونه‌گیری هدفمند از نوع موارد مطلوب استفاده شد. هدف پژوهشگر انتخاب افرادی بود که دارای تخصص علمی، تجربه پژوهشی و فعالیت عملی در خصوص موضوع پژوهش باشند و پژوهشگر را در شکل دادن مدل نظری خود یاری دهند. این کار تا جایی ادامه یافت که داده‌ها به اشباع رسید و نظریه مورد نظر با تمام جزئیات با دقت تشریح شد. به این ترتیب پس از انجام ۲۸ مصاحبه اشباع نظری حاصل شد. مصاحبه شونده‌گان شامل ۱۲ نفر از اساتید حوزه علوم ارتباطات، ۸ نفر از اساتید حوزه علوم تربیتی و ۸ نفر از افراد فعال در حوزه رسانه (دارای تجربه عملی در تدریس سواد رسانه‌ای در مؤسسات آموزشی) بودند که ویژگی‌های آن‌ها در جدول شماره ۱ ذکر شده است.

جدول شماره ۱. ویژگی‌های جمعیت‌شناسی نمونه پژوهش

مجموع	زن	مرد	رشته تحصیلی	تحصیلات	سمت	
					متخصصان علوم ارتباطات و رسانه	متخصصان علوم تربیتی
۱۲	۲	۴	علوم ارتباطات اجتماعی	دکتری	عضو هیئت علمی دانشگاه علامه طباطبائی	متخصصان علوم ارتباطات و رسانه
	-	۱	روزنامه نگاری			
	-	۱	علوم خبری و ارتباطات			
	-	۱	علوم ارتباطات اجتماعی	دکتری	عضو هیئت علمی دانشگاه تهران	
	-	۱	جامعه‌شناسی			
	-	۲	علوم ارتباطات اجتماعی	دکتری	عضو هیئت علمی پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی	
۸	-	۲	تکنولوژی آموزشی	دکتری	عضو هیئت علمی دانشگاه علامه طباطبائی	متخصصان علوم تربیتی
	-	۱	آموزش و پرورش			
	-	۲	برنامه‌ریزی درسی و آموزشی			
	۲	۱	تکنولوژی آموزشی	دکتری	عضو هیئت علمی دانشگاه اصفهان	
۸	-	۲	علوم ارتباطات	دکتری	مدرس سواد رسانه‌ای در موسسات آموزشی	فعالان رسانه‌ای
	۱	۱	علوم ارتباطات	دانشجوی دکتری		
	-	۲	مدیریت رسانه	دکتری		
	-	۲	مدیریت رسانه	دانشجوی دکتری		
۲۸	۵	۲۳	مجموع			

جهت گردآوری داده‌ها از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته استفاده شد. این نوع مصاحبه به صورت گفتگوی هدفمند و دوسویه بین مصاحبه‌کننده و مصاحبه‌شونده انجام می‌شود و هدف آن استنباط جزئیات و مواد مهمی است که بتوان از آن در تجزیه و تحلیل استفاده کرد (هومن، ۱۳۹۴). به این منظور قبل از مصاحبه با شرکت‌کنندگان درباره موضوع مصاحبه، سوالات، زمان و مکان مصاحبه هماهنگی به عمل آمد. مصاحبه‌ها به صورت حضوری در جلساتی با بازه

طراحی الگوی آموزش سواد رسانه‌ای برای معلمان، بر اساس رویکرد داده بنیاد زمانی ۴۰ تا ۷۰ دقیقه انجام شد. تمام جلسات مصاحبه، با موافقت شرکت‌کنندگان، ضبط شدند. سؤالات مصاحبه از نوع بازپاسخ بود و مواردی مانند ضرورت آموزش سواد رسانه‌ای به معلمان، عوامل تاثیرگذار بر آموزش سواد رسانه‌ای، چگونگی فرایند آموزش و پیامدهای آن مورد کاوش قرار گرفت.

تحلیل داده‌ها با روش کدگذاری مبتنی بر رویکرد سیستماتیک استراوس و کوربین انجام شد که شامل سه گام کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی است. اولین گام در روش سیستماتیک، کدگذاری باز است که به نام‌گذاری و دسته‌بندی پدیده از طریق بررسی دقیق داده‌ها مربوط می‌شود (کرسول، ۲۰۱۲). در این مرحله پس از چندین بار مرور متن مصاحبه‌ها مفاهیم اصلی آن استخراج و ثبت شدند. سپس ضمن ادغام موارد مشابه و حذف موارد تکراری، کدهایی که به یکدیگر مربوط بودند، حول محور مشترکی قرار گرفتند و مقوله‌ها به دست آمدند.

در مرحله دوم مقوله‌ها بر اساس اشتراکات معنایی طبقه بندی شدند و یکی از طبقات به منزله طبقه محوری گزینش شد و سایر طبقات (عوامل علی، عوامل زمینه‌ای، عوامل مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها) در ارتباط با آن مشخص شدند. در مرحله کدگذاری انتخابی نظریه پردازی و ارائه مدل انجام پذیرفت. بر این اساس پدیده محوری به شکلی نظام‌مند به دیگر طبقات ربط داده شد و روابط در چارچوب یک مدل و روایت جامع ارائه شد.

جهت اطمینان از اعتبار پژوهش، پس از تحلیل داده‌ها، از روش بازبینی اعضا استفاده شد و متن مصاحبه و گزارش کدگذاری در اختیار مصاحبه شونده‌گان قرار داد شد تا از منطقی بودن یافته‌ها و صحت برداشت پژوهشگر اطمینان حاصل شود. همچنین الگوی نهایی از طریق ایمیل در اختیار شش نفر از مصاحبه شونده‌گان قرار گرفت و از پیشنهادات آنان درباره ابعاد مدل و چگونگی ارتباط مقوله‌ها در تدوین الگوی نهایی استفاده شد. از طرفی امکان حسابرسی از کلیه مراحل به کار رفته در پژوهش فراهم شد و فرآیند اجرای تصمیمات، فرآیند مصاحبه، چگونگی کدگذاری و نتایج هر قسمت توسط اساتید راهنما بررسی و ارزیابی شد. همچنین بر اساس راهبرد مرور هم‌تا از دو تحلیل‌گر کیفی و آشنا با موضوع پژوهش خواسته شد به

کدگذاری ۵ مصاحبه که به صورت تصادفی گزینش شدند پردازند که توافق ۷۵ درصدی نتایج به دست آمده حاکی از وجود هماهنگی بین کدگذاری‌ها بود.

یافته‌های پژوهش

در پژوهش حاضر برای پاسخگویی به این سؤال که الگوی مناسب برای آموزش سواد رسانه-ای به معلمان چیست؟ مراحل زیر انجام شد.

کدگذاری باز: در این پژوهش متن مصاحبه‌ها سطر به سطر بررسی شد و در مجموع ۴۷۸ کدباز بدون در نظر گرفتن همپوشانی‌ها استخراج شدند با حذف موارد مشابه ۱۶۸ کدمفهومی به دست آمد انتخاب کدها نیز به دو طریق: استفاده عینی از واژه‌ها و عباراتی که مشارکت-کنندگان به کار برده بودند و استنباط محقق از مفاهیم و کلمات مشارکت‌کنندگان صورت گرفت. پس از آنکه کدهای اولیه مشخص شدند، مقایسه کدها آغاز گردید تا تفاوت‌ها و شباهت‌ها تعیین شوند. در طی فرایند مقایسه کدها، ضمن ادغام آنها، کدهای مشابه تحت عنوان یک طبقه کلی و انتزاعی‌تر درآمدند و حول یک محور مشترک قرار گرفتند و مقوله‌ها شکل گرفتند و سپس با کنار هم قرار دادن مقوله‌های مشابه بر اساس اشتراکات مفهومی در نهایت ۱۷ مقوله اصلی به دست آمد. نتایج مرحله کدگذاری باز در جدول شماره ۲ آمده است.

جدول شماره ۲: نتایج به دست آمده از کدگذاری باز

مقوله‌های اصلی	مقوله‌های فرعی	کدهای مفهومی
تأکید اسناد بالا دستی	سند تحول بنیادین	استفاده از رسانه به عنوان ابزار مکمل آموزش، لزوم بهره‌گیری از فرصت‌های رسانه، مواجهه هوشمندانه و فعال، کاهش مخاطرات رسانه
تحولات اجتماعی	توسعه فناوری	ظهور رسانه‌های نوین، ایجاد شبکه‌های اجتماعی، افزایش دسترسی به اینترنت
	انفجار اطلاعات	شکل‌گیری جامعه اطلاعاتی، توسعه پایگاه‌های داده، تسهیل دسترسی به اطلاعات
مخاطرات رسانه	جهانی شدن	تحول ارتباطی، کاهش مرزهای فیزیکی، تسهیل ارتباطات
	روانی	افسردگی، خشونت، انزوا، جامعه گریزی، اعتیاد اینترنتی، وابستگی به فضای مجازی، احساس بیگانگی با خود و دیگران، بحران هویت

طراحی الگوی آموزش سواد رسانه‌ای برای معلمان، بر اساس رویکرد داده بنیاد

مقوله‌های اصلی	مقوله‌های فرعی	کدهای مفهومی
	اجتماعی	جنگ رسانه‌ای، شایعه پراکنی و تحریک افکار عمومی، گسست نسلی، کاهش روابط اجتماعی، کاهش تعلق اجتماعی
	فرهنگی	مصرف‌زدگی، مدگرایی، هنجارشکنی، ناهنجاری اخلاقی، دگرگونی ارزش‌ها، عادی‌سازی رفتارهای غیراخلاقی، ترویج فرهنگ بیگانه، ترویج محتوای هرزه‌نگارانه
الزام شغلی معلمان	نقش آموزشی معلم	توانایی در تدریس درس سواد رسانه‌ای، توانایی انتقال مفاهیم رسانه-ای به فراگیر به صورت غیرمستقیم، توانایی به کارگیری رسانه‌های نوین در تدریس، توانایی در آموزش از راه دور، استفاده از امکانات مدارس هوشمند
	نقش تربیتی معلم	احساس نزدیکی دانش‌آموز به معلم به واسطه به روز بودن معلم در استفاده از رسانه‌های نوین، ایجاد صمیمیت با فراگیر، رفع مشکلات فراگیران در رابطه با رسانه، ارائه الگوی مصرف صحیح رسانه‌ای به فراگیران
دانش رسانه‌ای	مفهوم پردازی	مفهوم رسانه، سواد رسانه، ارتباط
	نوع شناسی	آشنایی با رسانه‌های نوشتاری، رسانه‌های دیداری، رسانه‌های شنیداری، چندرسانه‌ای‌ها، اینترنت، بازی‌های رایانه‌ای، شبکه‌های اجتماعی
	مبانی نظری	نظریه‌های ارتباطی، نظریه‌های شناختی، مدل‌های تولید معنا، چارچوب نظری رسانه‌ها
	ویژگی‌های رسانه	قابلیت‌های رسانه، نحوه کارکرد رسانه‌ها، ضرورت و نقش رسانه‌ها در زندگی، اثرات مثبت و مخرب رسانه
	رسانه و آموزش	نقش رسانه در آموزش، فرصت‌ها و محدودیت‌های رسانه در جریان تدریس، شناخت علایق رسانه‌ای دانش‌آموزان، شناخت بسترهای رسانه‌ای مناسب برای آموزش به فراگیران، شناخت مشکلات دانش-آموزان در مواجهه با رسانه
	مهارت فنی	مهارت کار با سخت‌افزارها مانند رایانه، تلفن همراه، اسکنر، پرینتر، برد هوشمند، مهارت کار با نرم‌افزارهای عمومی، کار با نرم‌افزارهای تخصصی رشته تسلط بر مهارت‌های اساسی کامپیوتر ICDL، کار با اینترنت

مقوله‌های اصلی	مقوله‌های فرعی	کدهای مفهومی
	مهارت تحلیل و نقد	هدف شناسی، تحلیل لایه‌های پیام رسانه‌ای، تحلیل فنون اقناعی رسانه‌ها، نقد کلیشه و بازنمایی در رسانه‌ها، نشانه شناسی، شناخت گفتمان رسانه، زبان سمعی بصری، زبان نوشتاری، زبان‌های چندرسانه‌ای
	مهارت تولید	تولید محتوای آموزشی، بازی، فیلم، پوستر، کتاب الکترونیک، به اشتراک گذاشتن تولیدات رسانه‌ای
نگرش در برخورد با رسانه		حساسیت به آثار مخرب رسانه، نگرش متعادل نسبت به فرصت‌ها و محدودیت‌های رسانه، پرهیز از رسانه‌هراسی، پرهیز از مثبت‌نگری افراطی نسبت به رسانه‌ها، نگرش مثبت نسبت به مشارکت، نگرش مثبت به آزادی بیان، نگرش مثبت به دسترسی به اطلاعات، احترام به دیدگاه‌ها و نگرش‌های متفاوت، اخلاق‌مداری
فرهنگ‌سازی		تغییر نگرش برنامه‌ریزان نسبت به اهمیت تدوین برنامه سواد رسانه، تغییر نگرش معلمان نسبت به ضرورت یادگیری سواد رسانه‌ای، ترویج و تبلیغ فرهنگ صحیح استفاده از ابزارهای رسانه‌ای
سیاست‌گذاری		تدوین سیاست‌هایی برای افزایش دسترسی به رسانه‌های مختلف برای همه افراد جامعه، تدوین سیاست‌های جلب مشارکت سایر نهادها برای آموزش سواد رسانه‌ای مانند مطبوعات، صدا و سیما و غیره، تدوین سیاست‌هایی جهت ایجاد هماهنگی بین ارگان‌های مختلف مانند آموزش عالی و آموزش و پرورش، برنامه‌ریزی و طراحی کلان در خصوص آموزش سواد رسانه‌ای به معلمان، تدوین سیاست‌های تولید محتوای آموزشی و کمک آموزشی برای معلمان، تدوین سیاست‌های تشویقی و حمایتی برای پژوهش در حوزه سواد رسانه‌ای برای معلمان، تدوین سیاست‌های تشویقی و حمایتی برای تهیه و تولید محتوای آموزشی
تدوین برنامه آموزشی		تشکیل کارگروه تخصصی تدوین برنامه سواد رسانه‌ای، نیازسنجی رسانه‌ای در بین معلمان، شناسایی نیازهای جامعه در حوزه رسانه، تحلیل وضعیت و امکانات برای اجرای برنامه سواد رسانه‌ای، تصویب قوانین برای هماهنگی بخش‌های اجرایی، تصویب قوانین اجرایی برای سازمان‌های مجری برنامه، ارزشیابی از برنامه سواد رسانه‌ای
تأمین اقتصادی		تخصیص اعتبار برای تدوین برنامه و تأمین اعتبار برای اجرای برنامه سواد رسانه‌ای
عوامل انگیزشی		تشویق مالی معلمان برای شرکت در دوره‌های آموزشی سواد رسانه‌ای، ارتقای شغلی معلمان، اختصاص امتیاز در ارزشیابی به معلمانی که آموزش سواد رسانه‌ای دیده‌اند، تخصیص امتیاز در انتخاب معلم نمونه برای کسانی که در حوزه سواد رسانه‌ای آموزش دیده‌اند، برگزاری جشنواره‌های تولید محتوای رسانه‌ای برای معلمان
شایستگی	شایستگی علمی	داشتن تخصص در زمینه علوم ارتباطات و رسانه، داشتن تخصص در

طراحی الگوی آموزش سواد رسانه‌ای برای معلمان، بر اساس رویکرد داده بنیاد

مقوله‌های اصلی	مقوله‌های فرعی	کدهای مفهومی
مدرسان		زمینه فناوری اطلاعات و ارتباطات، داشتن سابقه پژوهشی در حوزه سواد رسانه‌ای
	شایستگی تدریس	تسلط بر روش‌ها تدریس مناسب آموزش سواد رسانه‌ای، استفاده از رسانه‌های نوین در حین تدریس، استفاده از موقعیت‌های یادگیری واقعی در کلاس درس، استفاده از روش‌های تدریس مشارکتی، استفاده از روش‌های تدریس گفتگومحور، برگزاری کلاس درس به شیوه کارگاهی، ایجاد موقعیت نقد و تحلیل در کلاس سواد رسانه‌ای
محتوای آموزشی		مطابقت محتوای برنامه با ساختار دانش سواد رسانه‌ای، ارتباط و انعطاف محتوای آموزش سواد رسانه‌ای با نیازهای معلمان، توجه به نیازهای جامعه در انتخاب محتوای آموزش سواد رسانه‌ای، تولید محتوای الکترونیکی به روز و مرتبط با درس سواد رسانه‌ای، بومی بودن محتوای سواد رسانه‌ای، ایجاد فرصت‌های متنوع یادگیری در محتوا
امکانات اجرایی		تجهیز کلاس درس سواد رسانه‌ای به اینترنت، هوشمندسازی کلاس درس سواد رسانه‌ای، دسترسی به کامپیوتر، پروژکتور، برد هوشمند، شبکه سازی سیستم‌های کلاس
	آموزش اولیه	آموزش از طریق تدوین درس سواد رسانه‌ای در دانشگاه فرهنگیان، آموزش تلفیقی سواد رسانه‌ای با درس علوم اجتماعی در دانشگاه فرهنگیان، آموزش تلفیقی سواد رسانه‌ای با درس فناوری اطلاعات و ارتباطات در دانشگاه فرهنگیان
روش‌های آموزش	آموزش ثانویه	ارتقای توان علمی معلمان با آموزش‌های مستمر و حین خدمت در حوزه سواد رسانه‌ای، ایجاد فرصت‌های علمی و پژوهشی در حوزه رسانه برای آنها، تألیف مقاله‌ها و کتاب‌های مرتبط با حوزه رسانه، تشکیل گروه‌های گوناگون رسمی و غیررسمی، برگزاری کنفرانس‌ها و کارگاه‌های بین‌المللی، ملی و ناحیه‌ای، تشکیل نهادها و انجمن‌های سواد رسانه‌ای، استفاده از ظرفیت برنامه‌های صدا و سیما برای آموزش سواد رسانه‌ای
	فردی	شهروند فعال، رشد مهارت انتقادی، خودمدیریتی، خودرهبری
	حرفه‌ای	اثربخشی تدریس معلم، کاهش شکاف نسلی، تربیت دانش‌آموز فکور
پیامدهای آموزش	اجتماعی	کاهش آسیب‌های اجتماعی، حفظ هویت فرهنگی، انسجام اجتماعی، امنیت اخلاقی، امنیت اجتماعی، توسعه سیاسی، شکل‌گیری جامعه دانایی

کدگذاری محوری: هدف از کدگذاری محوری ایجاد رابطه بین مقوله‌های تولید شده در مرحله کدگذاری باز است. این عمل معمولاً بر اساس الگوی پارادایم انجام می‌شود و فرآیند نظریه پردازی را تسهیل می‌کند. در این مرحله یکی از طبقاتی که از طریق کدگذاری باز ایجاد شده در مرکز فرآیند مورد بررسی (به عنوان پدیده اصلی) قرار می‌گیرد و سپس طبقات دیگر به آن مربوط می‌شوند. طبقه‌های دیگر عبارتند از شرایط علی (عواملی که بر پدیده اصلی تأثیر می‌گذارند)، راهبردها (اقدامات انجام شده در پاسخ به پدیده اصلی)، شرایط زمینه‌ای و مداخله‌گر (عوامل خاص و موقعیتی کلی که بر استراتژی‌ها تأثیر می‌گذارد) و پیامدها (نتایج استفاده از استراتژی‌ها) (کرسول، ۲۰۱۲). بر همین اساس مضامین به دست آمده در مرحله کدگذاری باز در قالب شش طبقه الگوی پارادایمی استراوس و کوربین دسته بندی شدند که در ادامه به تفکیک بررسی می‌شوند:

۱- عوامل علی: عواملی که مقوله اصلی را تحت تأثیر قرار می‌دهند (بازرگان، ۱۳۸۹) و علت اصلی به وجود آورنده پدیده مورد مطالعه‌اند (استراوس و کوربین، ۲۰۰۸). براساس نظرات مصاحبه‌شوندگان، چهار عامل تأکید اسناد بالادستی، تحولات اجتماعی، مخاطرات رسانه و الزام شغلی ضرورت آموزش سواد رسانه‌ای را تبیین می‌کند. از مهم‌ترین اسناد بالادستی در حوزه آموزش سند تحول بنیادین است که مصاحبه‌شونده شماره ۷ درباره آن توضیح می‌دهد:

در بندهایی از سند به استفاده درست از رسانه و مواجهه هوشمندانه و فعال با رسانه تأکید شده. وقتی مسئله‌ای در اسناد بالادستی مورد تأکید باشد باید برای حلش برنامه عملی تدوین کرد. اگر قرار باشد طبق اسناد ملی، سواد رسانه‌ای را آموزش بدهیم، معلمان در درجه اول باید آموزش ببینند چون تحولی در نظام آموزشی رخ نمی‌دهد مگر اینکه ابتدا معلمان متحول شده باشند

تحولات اجتماعی در سه بعد (توسعه فناوری، انفجار اطلاعات و جهانی شدن) آموزش سواد رسانه‌ای را ضرورت می‌بخشد چراکه با وجود چنین تحولاتی نیاز به شهروند فکور و دارای سواد رسانه‌ای دوچندان شده‌است. در این باره مصاحبه‌شونده شماره ۲۱ بیان می‌کند: «ما در دنیایی زندگی می‌کنیم که توسط اطلاعات مختلف بمباران می‌شویم. حال به شهروند فعال و

طراحی الگوی آموزش سواد رسانه‌ای برای معلمان، بر اساس رویکرد داده بنیاد تحلیل‌گری نیاز داریم که بتواند در این حجم وسیع اطلاعات، داده‌ها را پالایش کند و درست را از نادرست تشخیص بدهد.

همچنین برای مصونیت در برابر مخاطرات رسانه‌ای در سه بعد جسمی- روانی، اجتماعی و فرهنگی نیازمند سواد رسانه‌ای هستیم. مصاحبه‌شونده شماره ۱۲ که متخصص علوم تربیتی است درباره آسیب‌های روانی می‌گوید:

«از مخاطرات استفاده بی‌رویه از رسانه‌ها آسیب‌هایی مثل پرخاشگری، اعتیاد اینترنتی، انزوا، افسردگی و اختلال‌های روانی است. اگر در استفاده از رسانه‌ها افراط شود و برای آن نظارتی نباشد این آسیب‌ها جدی‌تر هم خواهد شد.»

در خصوص آسیب‌های فرهنگی رسانه نیز مصاحبه‌شونده شماره ۹ معتقد است:

«ما نمی‌توانیم منکر تاثیر رسانه‌ها در سبک زندگی‌مان بشویم. به تاثیر تبلیغات توجه کنید. چندساعت از برنامه‌های تلویزیونی به تبلیغ کالای مختلف اختصاص دارد؟ چرا اینهمه مصرف‌گرایی و مدگرایی می‌بینیم؟ هر روز دارند احساس نیاز در ما ایجاد می‌کنند. آدم رغبت می‌کند کالایی بخرد که اگر خوب فکر کند هیچ نیازی به آن ندارد. حالا تکلیف چیست؟ راه- حل کجاست؟ آموزش و فرهنگ‌سازی»

چهارمین عاملی که مصاحبه‌شوندگان به آن اشاره کردند الزام شغلی معلمان است. معلم به دلیل دارا بودن نقش آموزشی و تربیتی می‌تواند به طور مستقیم و غیرمستقیم بر فراگیران اثر بگذارد. مصاحبه‌شونده شماره ۱۵ درباره نقش آموزشی معلم توضیح می‌دهد:

«معلمی که دارای سواد رسانه‌ای است در آموزش این مفاهیم به دانش‌آموزان موفق‌تر است، خودش مفاهیم را دریافته و با روش مناسب به فراگیران منتقل می‌کند، نسبت به مخاطرات رسانه حساس است و در شرایط مختلف این حساسیت را به دانش‌آموزان هم می‌دهد و می‌تواند دانش‌آموزان نقاد و فعال در برابر رسانه تربیت کند.»

مصاحبه‌شونده شماره ۱۴ نیز که متخصص علوم تربیتی است از نقش تربیتی معلم صحبت

می‌کند:

«دنیای امروز دنیای رسانه است. دانش‌آموزان هر روز در شبکه‌های اجتماعی تحت تاثیر سلبریتی‌ها و اخبار مختلف قرار می‌گیرند. کلاس درس باید جای بررسی این مسائل باشد. معلمی که دارای سواد رسانه‌ای باشد می‌تواند به فراگیران هم آموزش بدهد.»

۲- **مقوله محوری:** حادثه یا اتفاق اصلی است که یک سلسله کنش‌های متقابل برای کنترل یا اداره کردن آن وجود دارد و به آن مربوط می‌شود (استراوس و کوربین، ۲۰۰۸) پدیده محوری در پژوهش حاضر، آموزش سواد رسانه‌ای است که در سه بعد دانش، مهارت و نگرش دنبال می‌شود. آموزش معلمان در حوزه سواد رسانه‌ای باید این سه بعد را پوشش دهد. بعد دانش شامل مفهوم‌شناسی، تاریخچه، نظریات مربوط به حوزه رسانه، شناخت انواع رسانه (نوشتاری، دیداری، شنیداری، چندرسانه‌ای‌ها، اینترنت، شبکه‌های اجتماعی و بازی رایانه‌ای) و کارکرد هر کدام از آنهاست. همچنین معلمان باید با ویژگی‌های رسانه، قابلیت‌ها، کارکرد، ضرورت و نقش رسانه‌ها در زندگی و اثرات مثبت و مخرب آن آشنا شوند. به علاوه به دلیل نقش حرفه‌ای معلمان شناخت نقش رسانه در آموزش اهمیت ویژه‌ای دارد، به این منظور آگاهی از علایق رسانه‌ای دانش‌آموزان و فرصت‌ها و محدودیت‌های رسانه برای تدریس، و آسیب‌های رسانه بر دانش‌آموزان ضروری است. مصاحبه شونده شماره ۱۸ معتقد است:

«دانش مربوط به حوزه رسانه بسیار گسترده است. از معلمان انتظار می‌رود مبانی و اصول رسانه را بدانند. درباره تاریخچه و نحوه شکل‌گیری سواد رسانه‌ای اطلاعات داشته باشند. انواع رسانه‌ها و چگونگی کارکرد آن‌ها را بشناسند و بدانند چگونه رسانه‌ها مخاطبان خود را تحت تاثیر قرار می‌دهند.»

در بعد مهارت، لازم است سه مهارت فنی، مهارت نقد و تحلیل پیام و مهارت تولید رسانه‌ای در معلمان پرورش یابد. منظور از مهارت فنی، کار با رسانه‌ها و ابزار نوین الکترونیکی است. کار با سخت‌افزارها مانند رایانه، تلفن همراه، اسکنر، پرینتر، برد هوشمند، کار با نرم‌افزارهای عمومی، کار با نرم‌افزارهای تخصصی رشته، تسلط بر مهارت‌های اساسی کامپیوتر ICDL و کار با اینترنت در این دسته قرار می‌گیرد. مصاحبه شونده شماره ۱۸ معتقد است:

طراحی الگوی آموزش سواد رسانه‌ای برای معلمان، بر اساس رویکرد داده بنیاد «کار با رسانه‌ها از مهارت‌های اولیه سواد رسانه‌ای است. ما معلمان می‌خواهیم که بتوانند از کامپیوتر، موبایل، اینترنت و پیام‌رسان‌های اجتماعی استفاده کنند و با فضای مجازی آشنا باشند. معلم به عنوان هدایت‌کننده دانش‌آموزان نباید در کار با تکنولوژی از فراگیرانش عقب باشد».

دومین مهارت اساسی، مهارت نقد و تحلیل پیام‌هاست که از طریق آموزش هدف‌شناسی، درک لایه‌های پیام، درک فنون اقناعی، کلیشه‌ها، نشانه‌شناسی، شناخت گفتمان رسانه، زبان سمعی بصری، زبان نوشتاری، زبان‌های چندرسانه امکان‌پذیر است. مصاحبه‌شونده شماره ۱۹ می‌گوید:

در آموزش سواد رسانه‌ای بخش اصلی، پرورش مهارت نقد و تحلیل‌گری است. اگر معلمی منتقد و تحلیل‌گر داشته باشیم به هدفمان رسیده‌ایم فردی که به دنبال کشف معنای واقعی هر پیام است و هر مطلبی را به راحتی قبول نمی‌کند از حالت انفعالی و پذیرش مطلق در برابر رسانه خارج شده، زبان رسانه‌ها را می‌شناسد از فنون اقناعی آگاهی دارد می‌تواند نمادها را بشناسد و معنای اصلی پیام را تشخیص بدهد.

سومین مهارتی که باید به معلمان آموزش داده شود مهارت تولید رسانه‌ای است. این مهارت برای معلمان از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و امکان اثرگذاری بر دانش‌آموزان را بیشتر می‌کند. معلمان باید بتوانند با ترکیب دانش و مهارت‌های کسب شده تولیدکننده محتوای رسانه‌ای باشند و از این تولیدات در جریان تدریس استفاده کنند. به گفته مصاحبه‌شونده ۲۱:

«معلم باید بتواند از رسانه‌ها جهت انتقال مفاهیم آموزشی به دانش‌آموزان استفاده کند. در این مرحله معلم با تلفیق دانش که درباره رسانه‌ها دارد با فونونی که می‌تواند اثرگذاری پیام را افزایش دهد دست به تولید محتوا می‌زند این محتوا می‌تواند پوستر، فیلم آموزشی، بازی، آزمون، کتاب‌گویا و... باشد. از این طریق امکان برقراری ارتباط با فراگیران بیشتر می‌شود».

در بعد نگرشی، آموزش باید معلمان را نسبت به فرصت‌ها و تهدیدهای رسانه حساس کند و به دور از رسانه‌هراسی یا مثبت‌گرایی افراطی، دید واقع‌نگرانه برای معلمان ایجاد کند. به علاوه باید نگرش مثبت نسبت به مشارکت، آزادی بیان، دسترسی به اطلاعات، احترام به دیدگاه‌ها متفاوت و اخلاق‌مداری در معلمان پرورش یابد. مصاحبه‌شونده ۴ در این باره می‌گوید:

«آموزش باید نگرش اخلاق‌مدارانه در معلمان ایجاد کند. اینکه فرد به هر سایتی مراجعه نکند، هر مطلبی را تولید نکند، در انتشار انصاف و تقوا و اخلاق را رعایت کند و نسبت به صحت و سقم آن کسب اطلاع نماید.»

۳- شرایط زمینه‌ای: این شرایط نشان‌دهنده یک‌سری خصوصیات ویژه است که به پدیده‌ای دلالت می‌کند؛ یعنی محل حوادث یا وقایع مرتبط با پدیده‌ای در طول یک بعد است که در آن کنش متقابل برای کنترل، اداره و پاسخ به پدیده صورت می‌گیرد (استراوس و کوربین، ۲۰۰۸). شرایط زمینه‌ای از دیدگاه مصاحبه‌شوندگان شامل چهار عامل فرهنگ‌سازی، سیاست‌گذاری، تدوین برنامه و تامین اقتصادی است. در بعد فرهنگ‌سازی، تبلیغ و ترویج استفاده صحیح از رسانه‌ها مطرح می‌شود. در همین راستا باید نگرش معلمان، مدرسان و برنامه‌ریزان درباره ضرورت آموزش سواد رسانه‌ای تغییر کند. چراکه درک لزوم آموزش سواد رسانه، دستیابی به آن را تسهیل می‌کند.

بستر دیگری که برای آموزش سواد رسانه‌ای باید فراهم شود سیاست‌گذاری در این حیطه است. که شامل موارد زیر است: تدوین سیاست‌هایی برای افزایش دسترسی به رسانه‌های مختلف برای همه افراد جامعه به ویژه معلمان چرا که دسترسی بیشتر امکان توسعه سواد رسانه‌ای را فراهم می‌کند. مصاحبه‌شونده ۱۷ می‌گوید:

«سیاستگذاران باید جهت رفع شکاف دیجیتالی بین افراد مختلف اقداماتی پیش‌بینی کنند و امکان دسترسی به رسانه‌های مختلف برای اقشار جامعه فراهم شود.»

همچنین تدوین سیاست‌هایی برای جلب مشارکت سایر نهادها برای آموزش سواد رسانه‌ای مانند مطبوعات، صدا و سیما و غیره و استفاده از ظرفیت آن‌ها برای آموزش، تدوین سیاست‌هایی جهت ایجاد هماهنگی بین ارگان‌های مختلف مانند آموزش عالی و آموزش و پرورش که در مرحله اجرا موفقیت برنامه را تسهیل می‌کند، تدوین سیاست‌های تولید محتوای آموزشی و کمک آموزشی برای معلمان و تدوین سیاست‌های تشویقی و حمایتی برای پژوهش در حوزه سواد رسانه‌ای باید در دستور کار قرار بگیرد. علاوه بر موارد مذکور، تدوین محتوای مناسب برای آموزش سواد رسانه‌ای از دیگر شرایط زمینه‌ای در پژوهش حاضر است. به این منظور لازم است کارگروه تخصصی تدوین برنامه سواد رسانه‌ای تشکیل شود و نیازسنجی

طراحی الگوی آموزش سواد رسانه‌ای برای معلمان، بر اساس رویکرد داده بنیاد برنامه بر اساس نیازهای معلمان و جامعه در حوزه رسانه انجام شود، با تحلیل وضعیت و امکانات برای اجرای برنامه سواد رسانه‌ای و تصویب قوانین برای هماهنگی بخش‌های اجرایی برنامه تدوین شود و در بازه‌های زمانی مشخص از طریق ارزشیابی برنامه اصلاحات لازم در آن اعمال شود. زمینه مهم دیگر در آموزش سواد رسانه‌ای تامین اقتصادی است که در دو سطح تدوین و اجرای برنامه باید مورد توجه قرار گیرد. مصاحبه‌شونده شماره ۹ در این زمینه توضیح می‌دهد:

«فراهم کردن زمینه اقتصادی از مهم‌ترین شرایط موفقیت یک برنامه است. اگر برای اجرای یک برنامه بودجه کافی اختصاص نیابد اجرای آن دچار اختلال خواهد شد. آموزش در سطح کلان نیازمند اعتبارات زیادی است که باید از جانب بخش دولتی و یا بخش خصوصی تامین شود.»

۴- عوامل مداخله‌گر: عواملی هستند که بر چگونگی کنش متقابل اثر می‌گذارند و پدیده در آن رخ می‌دهد و در فاصله‌ای دورتر از شرایط زمینه‌ای گسترش دارد (استراوس و کوربین، ۲۰۰۸). مصاحبه‌شوندگان به چهار عامل مداخله‌گر که آموزش سواد رسانه‌ای را تحت تاثیر قرار می‌دهند، اشاره کردند. یکی از آنها عوامل انگیزشی است که از طریق تشویق مالی معلمان برای شرکت در دوره‌های آموزشی سواد رسانه‌ای، ارتقای شغلی و اختصاص امتیاز در ارزشیابی به معلمانی که آموزش سواد رسانه‌ای دیده‌اند، تخصیص امتیاز در انتخاب معلم نمونه و برگزاری جشنواره‌های تولید محتوای رسانه‌ای برای معلمان امکان‌پذیر است. مصاحبه‌شونده شماره ۲۲ درباره سازکارهای تشویقی توضیح می‌دهد:

برای تشویق معلمان به آموزش سواد رسانه‌ای می‌توان از تشویق‌های مالی استفاده کرد، قبلاً معلمان در ازای گذراندن ساعت معین آموزش ضمن خدمت، به اندازه حقوق یک ماه، پاداش دریافت می‌کردند. این انگیزه زیادی برای حضور در آموزش برای آنان فراهم می‌کرد. تشویق معلمان می‌تواند ارتقای شغلی هم باشد مثلاً به ازای آموزشی که معلمان دریافت می‌کنند امتیازی در ارزشیابی یا رتبه‌بندی برای آنان در نظر گرفت.

دومین عامل مداخله‌گر، شایستگی مدرسان سواد رسانه‌ای است. شامل شایستگی علمی که ناظر به داشتن رشته مرتبط با حوزه علوم ارتباطات و تکنولوژی آموزشی برای تدریس است و شایستگی حرفه‌ای که به توانمندی مدرس در تدریس و به کارگیری روش‌های مناسب اشاره

دارد. می‌باشد. اهمیت شایستگی‌های ذکر شده به جهت جایگاه ویژه مدرسان در دستیابی به اهداف است. هرچند ممکن است در مقام برنامه‌ریزی اهداف والایی برای یک برنامه تدوین شود، لکن موفقیت این برنامه در عرصه عمل به نحوه اجرای آن و توانایی مدرس در اجرای صحیح برنامه وابسته است. لذا انتظار می‌رود مدرسان ضمن تسلط بر روش‌های تدریس مناسب آموزش سواد رسانه‌ای، از موقعیت‌های یادگیری واقعی در کلاس درس استفاده کنند و از روش‌های تدریس مشارکتی، گفتگو محور، کارگاهی و موقعیت‌های نقد و تحلیل در کلاس بهره ببرند. مصاحبه‌شونده شماره ۹ که متخصص برنامه‌ریزی درسی است درباره شایستگی حرفه‌ای مدرسان توضیح می‌دهد:

«علاوه بر تخصص علمی، مدرس باید روش تدریس مناسب درس رسانه را به کار بگیرد.

روش‌های عملی، کارگاهی، انتقادی می‌تواند اثربخشی برنامه را بیشتر کند.»

سومین عامل مداخله‌گر، تدوین محتوای مناسب است محتوای آموزش سواد رسانه‌ای باید با ساختار دانش سواد رسانه‌ای مطابقت داشته باشد، با نیازهای معلمان و جامعه هماهنگ باشد، در قالب محتوای الکترونیکی باشد و ضمن روزآمدی و هماهنگی با ویژگی‌های بومی فرصت-های متنوع یادگیری ایجاد کند. مصاحبه‌شونده شماره ۱۸ در بیان خصوصیات محتوای مطلوب اظهار می‌دارد:

«محتوای آموزش سواد رسانه‌ای باید جامع باشد. کلیه مطالب ضروری را دربرگیرد. قابلیت یادگیری داشته باشد. فعالیت‌های یاددهی یادگیری طوری تدوین شود که آموزش به صورت عملی اتفاق بیفتد. علاوه بر متن از رسانه‌هایی مثل فیلم یا پوستر یا عکس استفاده شود، به روز باشد خصوصاً در این در (سواد رسانه) چراکه هر روز شاهد ظهور ابزار و رسانه‌های جدیدی هستیم که نیاز به آموزش دارند بنابراین لازم است محتوا متناسب با نیاز روز تدوین شود.»

چهارمین عامل مداخله‌گر تأمین امکانات و ابزار لازم برای پیش‌برد آموزش سواد رسانه‌ای است. ماهیت درس سواد رسانه‌ای به‌گونه‌ای است که برای آموزش آن باید زیرساخت‌های فناورانه مهیا باشد. مصاحبه‌شونده ۱۱ بیان می‌کند:

«اجرای یک برنامه، زمانی با موفقیت همراه است که امکانات و ابزار مورد نیاز آن فراهم باشد.

در آموزش سواد رسانه‌ای ابزار الکترونیک نقش مهمی دارند» در این راستا تجهیز کلاس درس

طراحی الگوی آموزش سواد رسانه‌ای برای معلمان، بر اساس رویکرد داده بنیاد
سواد رسانه‌ای به اینترنت، هوشمندسازی کلاس درس سواد رسانه‌ای، دسترسی به کامپیوتر،
پروژکتور، برد هوشمند و شبکه سازی سیستم‌های کلاس ضروری است.»

۵- راهبردها: به ارائه راه‌حلی برای مواجهه با پدیده مورد مطالعه اشاره دارد که هدف آن
اداره کردن پدیده مورد مطالعه، برخورد با آن و حساسیت نشان دادن در برابر آن است. از
دیدگاه مصاحبه شونده‌گان آموزش سواد رسانه‌ای می‌تواند به صورت آموزش اولیه یا آموزش
ثانویه اجرا شود. آموزش اولیه برای افرادی است که هنوز وارد حرفه معلمی نشده‌اند و در
دوران دانشجویی و در مرحله آمادگی برای تدریس هستند. برای آموزش سواد رسانه‌ای به
دانشجومعلمان دو رویکرد قابل استفاده است. می‌توان درس مجزایی تدوین کرد که تنها
اهداف آموزش سواد رسانه‌ای را دنبال کند و مشابه سایر دروس عمومی به کلیه
دانشجومعلمان ارائه گردد. در این راستا مصاحبه‌شونده شماره ۹ می‌گوید: «می‌توانیم سواد رسانه
را به عنوان یک درس عمومی در دانشگاه تدوین کنیم تا همه دانشجویان معلمان صرف نظر از
رشته تحصیلی این دانش را کسب کنند». رویکرد دوم تلفیق در برنامه درسی است. یعنی می-
توان آموزش رسانه‌ای را با دروسی که قابلیت گنجاندن مفاهیم و مهارت‌های مربوط به سواد
رسانه‌ای دارند ترکیب کرد. مصاحبه شونده شماره ۱۴ اذعان می‌دارد:

«سواد رسانه‌ای می‌تواند به صورت تلفیق با بقیه دروس مرتبط با حوزه علوم اجتماعی تدریس
شود. بسیاری از دروسی که دانشجویان می‌گذرانند کشش پرداختن به سواد رسانه‌ای را دارد.
مثلاً درس تکنولوژی آموزشی برای آموزش مهارت استفاده و تولید رسانه‌ای قابل استفاده
است.» مصاحبه شونده ۱۱ نیز به امکان تلفیق سواد رسانه‌ای با دروس علوم اجتماعی و
روانشناسی اشاره کرد: «آسیب‌های روانی کار با رسانه‌هایی مثل بازی‌های رایانه‌ای و اعتیاد
اینترنتی موضوعاتی است که می‌تواند در مباحث روانشناسی بگنجد.»

علاوه بر آموزش اولیه تعدادی از مصاحبه شونده‌گان به آموزش ثانویه برای معلمان اشاره
کردند. این آموزش به عنوان بازآموزی یا آموزش جایگزین برای معلمانی پیشنهاد می‌شود که
دوران دانشجویی خود را پشت سر گذاشتند یا از راهی جز دانشگاه فرهنگیان وارد مدارس
شدند. این آموزش‌ها می‌تواند در قالب دوره‌های ضمن خدمت انجام شود یا شرایطی برای
شرکت معلمان در گروه‌های گوناگون رسمی و غیر رسمی سواد رسانه‌ای، کنفرانس‌ها و

کارگاه‌های بین‌المللی، ملی و ناحیه‌ای سواد رسانه‌ای، عضویت در نهادها و انجمن‌های سواد رسانه‌ای فراهم شود همچنین می‌توان از ظرفیت برنامه‌های صدا و سیما برای آموزش سواد رسانه‌ای به معلمان استفاده کرد.

۶- پیامدها: پیامدها نتیجه کنش (اعمال) و واکنش (عکس‌العمل‌ها) شرایطی است که در خصوص پدیده وجود دارد (استراوس و کوربین، ۱۳۹۵). مصاحبه‌شوندگان پیامدهای آموزش سواد رسانه‌ای برای معلمان را در سه بعد عنوان کردند. دسته اول پیامدهای حرفه‌ای است که به معلم کمک می‌کند در کلاس درس در تدریس و رفع مشکلات تحصیلی و تربیتی دانش-آموز عملکرد بهتری داشته باشد. مصاحبه‌شونده شماره ۱۸ که متخصص حوزه برنامه‌ریزی درسی است می‌گوید:

«مهم‌ترین تأثیر آموزش سواد رسانه‌ای تجهیز معلم به دانش و مهارتی است که به او در تدریس دروسی همچون سواد رسانه‌ای یا تفکر و سبک زندگی کمک می‌کند. تدریس هر درسی نیازمند آموزش معلم آن است. بدون آموزش نمی‌توانیم انتظار تدریس اثربخش از معلم داشته باشیم.»

از دیگر پیامدهای آموزش سواد رسانه‌ای پیامدهای فردی است که ضمن اثرگذاری بر معلمان می‌تواند به طور غیرمستقیم دانش‌آموزان را نیز تحت تأثیر قرار دهد. مخاطب فعال بودن، رشد مهارت انتقادی، مدیریت و خودرهبری از پیامدهای فردی آموزش است. مصاحبه‌شونده شماره ۱۲ درباره پیامدهای فردی آموزش سواد رسانه اینگونه توضیح می‌دهد:

«معلمان برخوردار از سواد رسانه‌ای، در برابر هجوم اطلاعات، آسیب کمتری می‌پذیرند زیرا پیام‌ها را در سطوح مختلف مورد شناسایی قرار می‌دهند، خودمختاری بیشتری در مواجهه با پیام‌ها دارند و رسانه‌ها را گزیده‌تر انتخاب می‌کنند، مزایا و معایب یک پیام را داور می‌کنند و در مواجهه با رسانه‌ها نگاه انتقادی دارند.»

جنبه دیگر پیامدهای آموزش سواد رسانه‌ای، پیامدهای اجتماعی همچون کاهش آسیب‌های اجتماعی، حفظ هویت فرهنگی، انسجام اجتماعی، امنیت اخلاقی، امنیت اجتماعی و شکل‌گیری جامعه دانایی است. مصاحبه‌شونده شماره ۵ درباره آثار سواد رسانه در ایجاد انسجام و امنیت اجتماعی توضیح می‌دهد:

طراحی الگوی آموزش سواد رسانه‌ای برای معلمان، بر اساس رویکرد داده بنیاد «وقتی شهروندان با سواد داشته باشیم بسیاری از آسیب‌های اجتماعی که هم‌اکنون با آن‌ها روبه‌رویم برطرف می‌شود. معلم فعال تحت تاثیر تبلیغات سوئی که برای ایجاد گسست و تشویش‌های سیاسی-اجتماعی است قرار نمی‌گیرد و متوجه است هر پیامی ممکن است با انگیزه دشمنی برای از بین بردن وفاق اجتماعی تهیه شده باشد. لذا کم‌تر واکنش‌های هیجانی بروز می‌دهد».

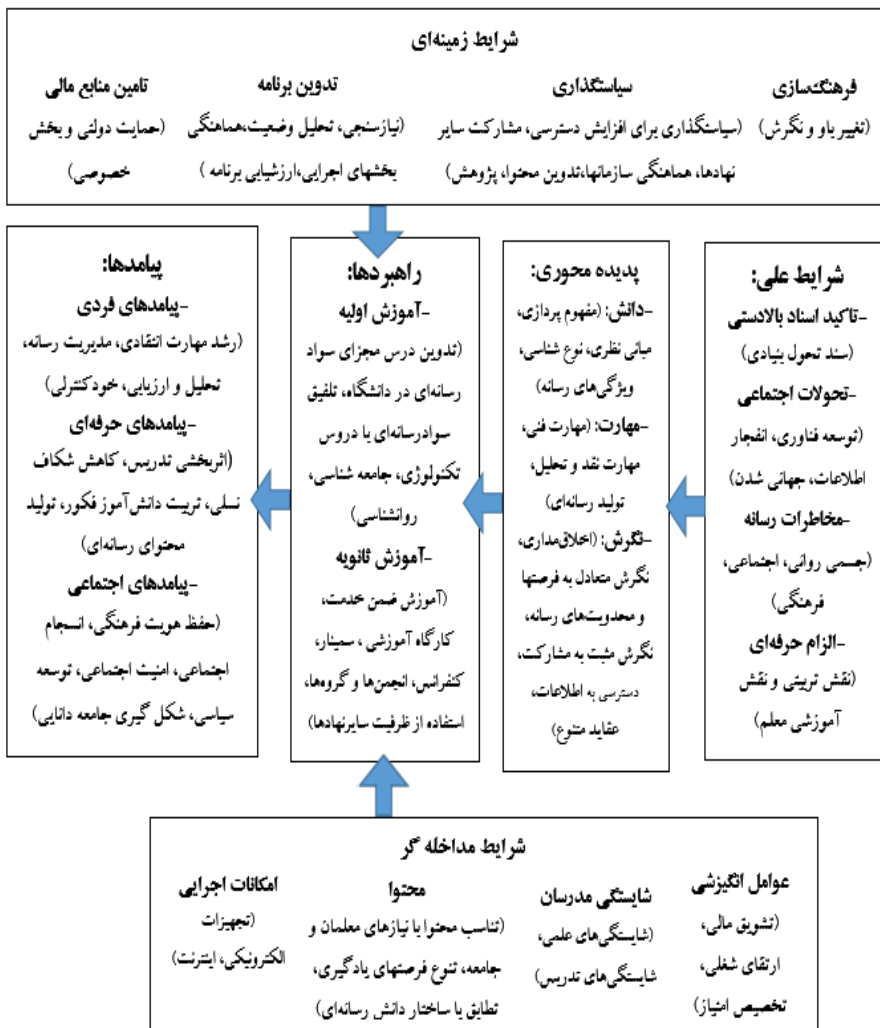
مصاحبه‌شونده شماره ۱۸ نیز اذعان می‌دارد:

«شاید بتوان شکل‌گیری جامعه دانایی محور را از متعالی‌ترین پیامدهای آموزش سواد رسانه‌ای دانست. جامعه‌ای که در آن دانایی به عنوان سرمایه محسوب می‌شود و مبادله پیشرفته داده‌ها و اطلاعات الکترونیکی است که تولید ثروت می‌کند و محور اصلی، خلاقیت مبتنی بر اطلاعات جدید است نه کارگر و کارفرما».

کدگذاری انتخابی: در سومین مرحله، کدگذاری انتخابی انجام شد که به معنای یکپارچه کردن و پالایش نظریه است. در کدگذاری انتخابی، نظریه پرداز روابط متقابل مقوله‌ها در کدگذاری محوری را مشخص می‌کند و توضیحی انتزاعی برای فرآیند مورد مطالعه در تحقیق ارائه می‌دهد (استراوس و کوربین، ۲۰۰۸). مرحله کدگذاری انتخابی سطحی از تحلیل داده‌هاست که پژوهشگر نقطه پایان نظریه داده‌بنیاد را بر مطالعه پژوهشی می‌گذارد و به طور مشخص جایی است که نظریه پرداز به دنبال خط داستانی (یعنی ایده اصلی) از طریق فکر کردن درباره داده‌ها و نتایجی است که در جریان رمزگذاری‌های باز و محوری تولید می‌شود (جانسون و کریستنسن^۱، ۱۳۹۵). در این مرحله مقوله محوری به شکل نظام‌مند به دیگر مقوله‌ها ربط داده می‌شود و روابط آن‌ها را در چارچوب یک روایت ارائه می‌گردد. بنابراین در پژوهش حاضر ارتباط بین مقوله‌های شناسایی شده در دو مرحله کدگذاری باز و محوری انجام شد و الگوی آموزش سواد رسانه‌ای به معلمان در قالب مدل پارادایمی (شکل شماره ۱) تدوین شد.

بر این اساس آموزش سواد رسانه‌ای (دانش، مهارت، نگرش) به عنوان پدیده محوری بر مبنای شرایط علی (تأکید اسناد بالادستی، تغییرات اجتماعی، آسیب‌های رسانه و الزام شغلی)، از طریق راهبردهای (آموزش اولیه و آموزش ثانویه) تحت تاثیر (سیاتگذاری‌ها، تدوین برنامه

و تامین مالی) به عنوان زمینه‌ها و (عوامل انگیزشی، شایستگی مدرسان، محتوا و تجهیزات) به عنوان شرایط مداخله‌گر، منجر به تحقق پیامدهای (فردی، حرفه‌ای و اجتماعی) خواهد شد.



شکل ۱. مدل پارادایمی آموزش سواد رسانه‌ای برای معلمان

نتیجه‌گیری

رشد تکنولوژی و تکرر رسانه‌های نوین در جامعه اطلاعاتی کنونی نیاز به وجود مخاطبان فعال را پررنگ‌تر کرده است. مخاطبانی که در کنار بهره‌گیری آگاهانه و فعالانه از رسانه‌ها خود را در

طراحی الگوی آموزش سواد رسانه‌ای برای معلمان، بر اساس رویکرد داده بنیاد برابر چالش‌ها و پیامدهای مخرب آن‌ها در زندگی محافظت کنند. با توجه به نقش معلمان در پرورش دانش‌آموزان فکور، آموزش سواد رسانه‌ای به معلمان از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. لذا پژوهش حاضر با هدف ارائه الگویی برای آموزش سواد رسانه‌ای به معلمان انجام شد. نتایج به دست آمده حاکی وجود پنج مولفه کلی شامل شرایط علی، زمینه‌ای، مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها در خصوص پدیده محوری یعنی آموزش سواد رسانه‌ای می‌باشد.

بر اساس نتایج به دست آمده به دلیل وقوع تغییراتی همچون جهانی شدن، انفجار اطلاعات و توسعه فناوری برای مصونیت در برابر آسیب‌های جسمی، روانی، اجتماعی و فرهنگی رسانه به آموزش سواد رسانه‌ای نیازمندیم. از طرفی با توجه به نقش آموزشی و تربیتی معلمان در پرورش و هدایت نسل جدید لزوم تجهیز معلمان به سواد رسانه‌ای دوچندان است و در اسناد بالادستی همچون سند تحول بنیادین نیز این مهم مورد تأکید قرار گرفته است. نتایج این بخش با پژوهش‌های فرای و سیلی (۲۰۱۱)، وود (۲۰۰۹)، زهرا شیخ‌سفلی (۱۳۹۳) و خدامرادی (۱۳۹۱) مبنی بر تاثیر ارتقای سواد رسانه‌ای معلمان بر توانمندی فراگیران هماهنگ است.

برای تجهیز معلمان به سواد رسانه‌ای لازم است آموزش‌ها در سه بعد دانش، مهارت و نگرش به معلمان ارائه شود. در بعد دانش که با حوزه شناخت سر و کار دارد باید آموزش مفاهیم، مبانی نظری، سیر تاریخی، نوع شناسی، کارکرد رسانه در آموزش، ویژگی‌ها، فرصت‌ها و محدودیت‌های رسانه، نقش رسانه در تدریس و یادگیری در دستورکار قرارگیرد. بعد مهارتی شامل آموزش برای تقویت مهارت فنی معلمان هنگام کار با رسانه‌ها، مهارت نقد و تحلیل پیام‌های رسانه‌ای به منظور درک صحیح از آن‌ها و مهارت تولید رسانه‌ای برای اثرگذاری بر دانش‌آموزان است. به علاوه آموزش سواد رسانه‌ای باید در بعد نگرشی منجر به ایجاد نگرش واقع‌بینانه‌ای نسبت به فرصت‌ها و محدودیت‌های رسانه و نگرش مثبت نسبت به موازین اخلاقی در مواجهه با رسانه‌ها شود. نتایج این بخش با نتایج پژوهش‌های سیمونس و همکاران (۲۰۱۷)، گارسیا و همکاران (۲۰۱۴)، شریفی رهنمو و همکاران (۱۳۹۷)، شیخ‌سفلی (۱۳۹۳)، خدامرادی (۱۳۹۱) و حاجی حیدری و یزدیان (۱۳۹۰) مبنی بر نیازهای معلمان در حوزه سواد رسانه‌ای همخوانی دارد. آموزش سواد رسانه‌ای معلمان می‌تواند در قالب آموزش اولیه از طریق گنجانیدن یک درس مجزا یا تلفیق با دروس مرتبط همچون فناوری و جامعه شناسی در

برنامه درسی دانشگاه فرهنگیان انجام شود یا در قالب آموزش ثانویه به صورت دوره‌های ضمن خدمت، کنفرانس‌ها و جلسات آموزشی، کارگاه‌ها و سمینارها به معلمان در حال خدمت ارائه شود. چنان‌که پانگ (۲۰۰۷)، اورنگی و همکاران (۱۳۹۰) و سالاری‌زاده (۱۳۹۱) نیز به نقش کارگاه‌های آموزشی و آموزش ضمن خدمت در فرآیند توسعه حرفه‌ای معلمان اشاره کرده‌اند.

برای موفقیت در آموزش سواد رسانه‌ای لازم است بستر و شرایط مناسب آن فراهم شود. از مهم‌ترین عوامل بسترساز در سطح کلان، سیاستگذاری در زمینه سواد رسانه‌ای است. سیاست‌هایی که امکان دسترسی فیزیکی به رسانه‌ها و محتوای آن برای همه افراد علی‌الخصوص معلمان را فراهم کند، مشارکت سایر نهادها و ایجاد هماهنگی بین آنها را منجر شود و ضمن تشویق به پژوهش و تولید محتوای آموزشی مناسب، با تدوین برنامه‌ای جامع و تامین مالی آن، اجرای برنامه آموزش سواد رسانه‌ای را تسهیل نماید. در سطح خرد نیز لازم است تمهیداتی همچون ساز و کار تشویقی برای معلمان، تامین مدرس شایسته برای تدریس برنامه سواد رسانه‌ای، محتوای مناسب آموزشی و امکانات و تجهیزات فیزیکی تامین شود تا اثربخشی برنامه در مرحله اجرا افزایش یابد. پژوهش‌های نصیری (۱۳۹۱)، وود (۲۰۱۱) و فرای و سیلی (۲۰۰۹) مبنی بر لزوم فراهم کردن ابزار، تجهیزات، منابع مالی و شرایط فیزیکی با نتایج به دست آمده هماهنگی دارد. در صورتی‌که آموزش سواد رسانه‌ای با تامین و فراهم سازی زمینه و بستر لازم در قالب راهبردهای معرفی شده اجرا شود می‌توان شاهد پیامدهای مثبت آن در سه بعد فردی، حرفه‌ای و اجتماعی باشیم. از نظر فردی معلمانی متقد، خودراهر و هوشمند خواهیم داشت که به واسطه توانمندی در تدریس می‌توانند با تربیت دانش‌آموزان فکور، هدایت و رفع مشکلات آنان در برخورد با رسانه نقش حرفه‌ای خود را به نحو احسن ایفا کنند. به این ترتیب با تربیت شهروندان فعال در بعد اجتماعی شاهد کاهش آسیب‌های اجتماعی، حفظ هویت فرهنگی، انسجام اجتماعی، امنیت اخلاقی و اجتماعی، توسعه سیاسی و شکل‌گیری جامعه دانایی خواهیم بود. یافته‌های این بخش با نتایج پژوهش‌های پانک (۲۰۰۷)، مادیر (۲۰۱۲) و ویلسون (۲۰۱۲) کالور و جاکوبسون (۲۰۱۲)، حاجی‌حیدری و یزدیان (۱۳۹۰)، زارع‌کهن (۱۳۹۳)، نقیب‌السادات و فرهادی (۱۳۹۳) مبتنی بر نقش سواد رسانه‌ای بر تقویت مهارت تفکر انتقادی، تحلیل پرسشگری و قضاوت و توسعه سیاسی و مدنی همخوانی دارد.

- طراحی الگوی آموزش سواد رسانه‌ای برای معلمان، بر اساس رویکرد داده بنیاد الگوی تدوین شده می‌تواند در قالب چارچوبی علمی، برنامه‌ریزی برای آموزش سواد رسانه‌ای معلمان را در دانشگاه فرهنگیان تسهیل کند. همچنین برای کیفیت بخشی به تدریس معلمان در آموزش و پرورش به کار رود. بر همین اساس پیشنهادات زیر ارائه می‌شود:
- افزایش امکان دسترسی همه افراد از جمله معلمان به رسانه‌ها و محتوای آن به صورت فیزیکی، جهت کاهش شکاف دیجیتالی
 - ایجاد ارتباط و هماهنگی بین سازمان‌های مختلف از جمله آموزش و پرورش، آموزش عالی و صداوسیما جهت هم راستایی و هماهنگی در آموزش مفاهیم رسانه‌ای به معلمان
 - تدوین برنامه راهبردی آموزش سواد رسانه‌ای با توجه به نیازهای شغلی معلمان و مقتضیات اجتماعی
 - تدوین درس سواد رسانه‌ای به عنوان درس عمومی در دوره کارشناسی و ارائه آن در دانشگاه فرهنگیان برای کلیه دانشجویانی که از این طریق وارد آموزش و پرورش می‌شوند
 - کاربست رویکرد تلفیقی در ارائه محتوا و استفاده از ظرفیت دروس جامعه‌شناسی، روانشناسی و فناوری آموزشی برای گنجاندن مفاهیم و آموزه‌های رسانه‌ای در دانشگاه فرهنگیان
 - ارتقای توان علمی معلمان در حوزه سواد رسانه‌ای از طریق برگزاری دوره‌های آموزش ضمن خدمت، کارگاه‌های آموزشی و کنفرانس‌های علمی
 - تشکیل انجمن‌ها و گروه‌های علمی تخصصی سواد رسانه‌ای و تشویق معلمان برای عضویت فعال در آنها
 - تدوین سازوکارهای حمایتی و تشویقی برای حرکت از مصرف رسانه‌ای به سمت تولید رسانه‌ای در معلمان

منابع

- استراوس، آنسلم، جولیت کوربین. (۱۳۹۵). اصول روش تحقیق کیفی، نظریه‌های مبنايي رویه‌ها و شیوه‌ها. ترجمه بیوک محمدی. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- اورنگی، عبدالمجید؛ قلاتاش، عباس؛ شهامت، نادر و یوسلیانی، غلامعلی. (۱۳۹۰). بررسی تاثیر آموزش‌های ضمن خدمت بر عملکرد حرفه‌ای معلمان شهر شیراز. رهیافتی نو در مدیریت آموزشی، (۱): ۹۵-۱۱۴.

باغبانیان، زهرا؛ قادری، مصطفی و علی‌عسگری، مجید. (۱۳۹۸). طراحی و اعتباربخشی الگوی بومی برنامه درسی سواد انتقادی در دوره دوم متوسطه. **مطالعات برنامه درسی ایران**، ۱۴(۳): ۶۵-۹۰.

بشیر، حسن؛ چابکی، رامین. (۱۳۹۳). نقش سواد رسانه‌ای در توسعه انسانی: مطالعه موردی (کتاب سیاست‌های اجرایی سازمان صداوسیما و سند تحول وزارت آموزش و پرورش)، رسانه، ۲۵ (۴): ۶۳-۸۰

بصیریان، حسین و بصیریان، رضا. (۱۳۸۵). درآمدی به سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی. **رسانه**، ۶۸: ۳۳-۵۰.

تقی زاده، عباس و طاهری، شیوا. (۱۳۹۵). مطالعه ضرورت‌ها و نیازمندی‌های آموزش بومی سواد رسانه‌ای. **پنجمین همایش الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت**.

تقی‌زاده، عباس (۱۳۹۰). **بررسی مقایسه‌ای سواد رسانه‌ای دختران و پسران دانش‌آموز مقطع متوسطه مطالعه موردی دبیرستان‌های شهر کرمان**. پایان‌نامه چاپ نشده کارشناسی ارشد. دانشگاه صداوسیما: تهران

تقی‌زاده، عباس و کیا، علی‌اصغر. (۱۳۹۳) **نیازسنجی برنامه آموزش سواد رسانه‌ای در مدارس. مطالعات فرهنگ- ارتباطات**، دوره ۱۵، شماره ۲۶: ۱۰۳-۷۵.

تقی‌زاده، عباس. (۱۳۹۳). **نقش دوره آموزش سواد رسانه‌ای بر توانایی پردازش پیام‌های رسانه‌ای دانش‌آموزان مقطع متوسطه؛ مطالعه موردی دانش‌آموزان سال اول متوسطه شهر کرمان در سال تحصیل ۱۳۹۳-۱۳۹۲**. پایان‌نامه چاپ نشده کارشناسی ارشد. دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.

جانسون، بورک؛ کریستنسن، لری. (۱۳۹۵). **پژوهش‌های آموزشی: رویکردهای کمی، کیفی و ترکیبی**. ترجمه کیامنش، علیرضا؛ محسن‌پور، مریم؛ حسنوندی، صبا؛ دانای‌طوسی، مریم؛ اسماعیلی، نیلوفر. چاپ پنجم. تهران: نشر علم.

حاجی‌حیدری، 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**، ۲(۲): ۳۰-۵۷.

خدامرادی، یاسین. (۱۳۹۱). **بررسی سطح سواد رسانه‌ای فرهنگیان مطالعه موردی استان چهارمحال و بختیاری**. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران.

طراحی الگوی آموزش سواد رسانه‌ای برای معلمان، بر اساس رویکرد داده بنیاد دارابی، علی. (۱۳۹۵) ارتقای سواد رسانه‌ای و تاثیر آن بر تقویت توسعه سیاسی در جامعه ایرانی. پژوهش‌های ارتباطی، شماره ۸۶: ۶۳-۸۴.

دانشگاه فرهنگیان. (۱۳۹۱). اساسنامه دانشگاه فرهنگیان.

دانشگاه فرهنگیان. (۱۳۹۵). برنامه راهبردی دانشگاه فرهنگیان در افق ۱۴۰۴.

دهقان‌شاد، حوریه؛ محمودی کرکنده، محمد. (۱۳۹۱). بررسی ضرورت آموزش سواد رسانه‌ای کودکان و نوجوانان از نگاه متخصصان آموزش و پرورش شهر تهران. *مطالعات رسانه‌ای*، ۷(۲): ۶۹-۸۲.

زارع‌کهن، نفیسه. (۱۳۹۳). سواد رسانه‌ای لازمه تحقق جامعه مدنی. *فصلنامه رسانه*، شماره ۲۵: ۱۰۹-۱۲۱.

سالاری زاده، بهناز. (۱۳۹۱). بررسی تاثیر آموزش ضمن خدمت بر ارتقای صلاحیت حرفه‌ای معلمان متوسطه شهر رودبار. پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه تهران. تهران.

سراجی، فرهاد؛ سلیمانی، فاطمه. (۱۳۹۵). تحلیل موانع هوشمندسازی مدارس در مرحله اجرا بر اساس نظریه‌های نوآوری آموزشی. *مطالعات برنامه درسی ایران*، ۱۱(۲): ۱۷۶-۱۵۳.

سند تحول بنیادین آموزش و پرورش. (۱۳۹۰). تهران: وزارت آموزش و پرورش

سند تحول راهبردی نظام تربیت رسمی و عمومی جمهوری اسلامی ایران. (۱۳۸۹). مصوب هشتصد و بیست و ششمین جلسه شورای عالی آموزش و پرورش.

شجاعی، ثارالله؛ دهداری، طاهره؛ دوران، بهناز؛ اله نوری، کرامت؛ شجاعی، محمد. (۱۳۹۵). تاثیر آموزش سواد رسانه‌ای بر پرخاشگری و نگرش به خشونت در کاربران نوجوان بازی‌های رایانه‌ای خشن. *مطالعات رسانه‌های نوین*، شماره ۸: ۱۷۳-۲۰۲.

شریفی رهنمو، مجید؛ سراجی، فرهاد؛ شریفی رهنمو، سعید (۱۳۹۷). نیازهای سواد رسانه‌ای دانشجویان دوره کارشناسی. *مطالعات برنامه درسی آموزش عالی*، ۹(۲): ۷۱-۹۳.

شکرخواه، یونس. (۱۳۸۸). نیاز مخاطبان به سواد رسانه ای. *پژوهش و سنجش*، ۸(۲): ۸۲.

شیخ‌سفلی، زهرا. (۱۳۹۳). *مطالعه سواد رسانه‌ای معلمان دوره متوسطه شهر تهران*. پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه علامه طباطبائی. تهران.

صلواتیان، سیاوش؛ حسینی، سیدبشیر؛ معتضدی، سینا. (۱۳۹۶). طراحی الگوی آموزش سواد رسانه‌ای به نوجوانان. *دو فصلنامه مطالعات برنامه‌ریزی آموزشی*، دوره ششم، شماره دهم: ۴۹-۷۴.

قاسم‌تبار، نبی‌الله. (۱۳۹۵). *طراحی و اعتبارسنجی الگوی برنامه درسی موسیقی دوره پیش دبستانی ایران*. پایان‌نامه دکترای برنامه‌ریزی درسی. دانشگاه خوارزمی. تهران.

کریمی، بهنام؛ کیان، مریم و علی عسگری، مجید (۱۳۹۶). طراحی برنامه درسی آموزش محیط زیست برای دوره تحصیلی ابتدایی ایران. *آموزش محیط زیست و توسعه پایدار*، ۵(۴): ۲۳-۹.

کوشکی، فتح‌الله، خسروی، محبوبه؛ قادری، مصطفی و صادقی، علیرضا. (۱۳۹۹). شناسایی مولفه‌های شایستگی‌های مرتبط با فناوری برای برنامه درسی قصدشده رشته آموزش ابتدایی دانشگاه فرهنگیان بر اساس TPACK. *مطالعات برنامه درسی ایران*. ۱۵(۲): ۷۱-۱۱۰.

موسوی انزهایی، سیده مهدیه. (۱۳۹۱). بررسی تأثیر میزان سواد رسانه‌ای معلمان بر گسترش مدل تفکر انعکاسی دانش‌آموزان. پایان‌نامه چاپ نشده کارشناسی ارشد. دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق، تهران، ایران.

نصیری، بهاره. (۱۳۹۱). آموزش سواد رسانه‌ای در کشورهای کانادا و ژاپن. *نوآوری‌های آموزشی*، ۱۱(۱): ۱۳۷-۱۶۰.

نصیری، بهاره؛ بخشی، بهاره و هاشمی، سیدمحمود. (۱۳۹۱). اهمیت آموزش سواد رسانه‌ای در قرن بیست و یکم. *مطالعات رسانه‌ای*، ۱۸: ۱۴۹-۱۵۸.

نقیب‌السادات، سیدرضا؛ فرهادی، پریسا. (۱۳۹۳). بررسی جایگاه رسانه‌ها در ارتقای سواد رسانه‌ای به منظور تحقق جامعه دانایی محور. *رسانه*، شماره ۹۷: ۴۵-۶۲.

هاشمی، شهناز. (۱۳۹۳). بررسی نقش رسانه در نظام تربیتی سند تحول بنیادین آموزش و پرورش: تأکید بر ضرورت آموزش سواد رسانه‌ای. *رسانه*، ۲۵(۴): ۵-۱۸.

هومن، حیدرعلی. (۱۳۹۴). *راهنمای عملی پژوهش کیفی*. تهران: سمت.

یزدیان، امیر. (۱۳۹۱). بررسی وساطت والدین: روابط، چالش‌ها و پرسش‌هایی برای سواد رسانه‌ای. *رسانه و خانواده*، ۲(۱): ۱۰۰-۱۲۳.

Boronenko, T. A., Kaysina, A. V., & Fedotova, V. S. (2018). Assessment of the teacher's media-culture as the component of qualification portrait. *Obrazovanie i Nauka*, 20(4), 34- 63.

Castells, M. (2011). *The rise of the network society: The information age: Economy, society, and culture* (Vol.1): John Wiley & Sons.

Celot, P. (2009). *Study Assessment Criteria for Media Literacy Levels*. Brussels: European Commission

Creswell, J.W. (2012). *Educational research: planing conducting and evaluating quantitative and qualitative*. 4th ed. Boston :Pearson.

Culver Sherri, H., & Jacobson, T. (2012). Media literacy and its method to encourage civic engagement. *Journal of Media Education*, 39: 73-80.

طراحی الگوی آموزش سواد رسانه‌ای برای معلمان، بر اساس رویکرد داده بنیاد

- Culver, h., & jacobson, T. (2012). *Media Literacy and Its Use as a Method to Encourage Civic Engagement*, **University of Philadelphia, Pennsylvania**. Cresskill, NJ: The Hampton Press.
- Elf, N. (2018). Teaching and learning modes and media of H.C. Andersen fairy tales. **Forum for World Literature Studies**, 10(1), 65-95.
- European Commission, **Media Literacy Study The Framework**. Annex B for Study Assessment Criteria for Media Literacy Levels, Brussels, October 2009.
- European Commission, **Testing and Refining Criteria to Assess Media Literacy Levels in Europe**. Final Report, April 2011.
- Fry, S. & seely, S. (2011). Enhancing preservice elementary teachers' 21st-century information and media literacy skills. **Action in Teacher Education**, 33(2): 206-211.
- Galustyan, O. V., Vyunova, N. I., Komarova, E. P., Shusharina, E. S., Gamisonija, S., Sklyarova. O. N. (2019). Formation of media competence of future teachers by means of ICT and mobile technologies. **International Journal of Interactive Mobile Technologies**, 13(1): 184-193.
- Garcia, R., Gozalvez. V., Aguaded. J. (2014). Media competence as a challenge for edu communication: evaluation tools. **Cuadernos**, 35: 15-27.
- Giddens, A. (2013). **The consequences of modernity**: John Wiley & Sons.
- Gremigni, E. (2018). Overcoming new forms of digital divide: Some remarks on the need for media education. **Italian Sociological Review**, 8(1), 81-102.
- Hale, J. J. (2014). **Critical Media Literacy: A Curriculum for Middle School English Teachers**. M.A. Thesis in University of San Francisco
- Hill, M. W. (2005). **The impact of information on society: an examination of its nature, value and usage** (M. Nokarizi, Trans.): Walter de Gruyter.
- Joanou, J. P. (2017). Examining the world around us: critical media literacy in teacher education. **Multicultural Perspectives**, 19(1): 40-46.
- Livingston, S. (2004). **Adult Media Literacy: A Review of the Research Literature**. London: Department of Media and Communication.
- Mader, S. (2012). Transforming students into scholars: **creating MIL competencies through communicating research**. **Proceeding of the International Conference on Media and Information Literacy for Knowledge Societies**, Moscow, Russian Federation.
- Moeller, S., Joseph, A., Lau, J., & Carbo, T. (2011). Towards media and information literacy indicators. Paris: UNESCO.

- Ornstein, A. C., & Hunkins, F. P. (2013). **Curriculum: Foundations, principles, and issues** (6th Edition). Boston: Pearson.
- Phang, Anna (2006). **Add a dose of Media Literacy in the Media Diplomas Curriculum and Syllabus**.
www.esd.sp.edu.sg/eetc/eetc07/docs/JTP/Medialiteracy_annaphang.pdf.
- Piscina, T., Ramirez, D., Basterretxa J. I., & Jimenz, E. (2011). Report about the media literacy situation in the Basque. **School Community**, 36: 157-164.
- Potter, W. J. (2010). The state of media literacy. **Journal of Broadcasting & Electronic Media**, 54(4): 675-696.
- Ramadhan, S., Sukma, E., Indriyani, V. (2019). Teacher competence in utilizing digital media literacy in education. **International Conference Computer Science and Engineering**
- Rogow, F. (2009). Teaching media literacy in less than an hour. **Journal of Media Literacy Education**, 1(1):72-74.
- Simons, M., Meeus, W., Tsas, J. (2017). Measuring media literacy for media education: development of a questionnaire for teachers' competencies. **Journal of Media Literacy Education**, 9 (1): 99 – 115.
- Strauss, A., & Corbin, J. (2008). **Basic of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory**. (3rd ed). Thousand Oaks. London, New Delhi: Sage publication.
- Taylor, R. (2002). **The Implementation of Media Literacy: An Analysis of the Media Literacy Curricula of Ontario, Canada, New South wales, Australia, England**. The University of Southern Mississippi
- Tornero, J. M., Tayie, S. (2012). Teacher training in media education: curriculum and international experiences. **Comunicare**, 39(2): 10-14.
- Unesco. (2008). Teacher training curricula for media and information literacy. **International Expert Group Meeting** (Paris, June 2008).
- UNESCO. (2011). **Media and information literacy curriculum for teacher**. Edited: Alton Grizzle and Carolyn Wilson
- Wang, S., Gorbunova, N. V., Masalimova, A. R., Birova, J., & Sergeeva, M. G. (2018). Formation of academic mobility of future foreign language teachers by means of media education technologies. **Eurasia Journal of Mathematics, Science and Technology Education**, 14(3), 959-976.
- Wedell, Martin (2003). Giving TESOL change a chance: Supporting key players in the curriculum change process. **System**, 31, 439-451
- Wood, E. (2009). **Media literacy education: Evaluating media literacy education in Colorado schools**, M.A. Thesis in University of Denver.