

*Media and Culture*, Institute for Humanities and Cultural Studies (IHCS)  
Biannual Journal, Vol. 12, No. 2, Autumn and Winter 2022-2023, 99-129  
Doi: 10.30465/ismc.2022.38954.2487

## **The Concept of Media Literacy in Secondary Media Thinking and Literacy Textbooks from the Perspective of Qualitative Content Analysis**

**Rafigh Hasani<sup>\*</sup>, Abdi Delnia<sup>\*\*</sup>**

### **Abstract**

The aim of this study was to qualitatively analyze the content of the book *Secondary Media Thinking and Literacy* from the perspective of considering the dimensions of media literacy. The present study was a content analysis and in order to investigate the issue of media literacy in the textbook of thinking and media literacy in the second year of high school, analysis units were used in terms of their level of media literacy components. The results of the analysis of the book *Media Thinking and Literacy* in terms of media literacy components showed that the most attention was paid to the component of personal competencies and the least attention was paid to social competence. Among the indicators of personal competence, respectively, are the components of user behavior; Knowledge of the media and media regulations and the component of understanding media content and its function were given the most attention. Also among the indicators of technical skill component, active and balanced use of media; Advanced use of the Internet and computer and Internet skills received the most attention. Among the social competency component index, better attention was

\* Department of Educational Sciences, Sanandaj Branch, Islamic Azad University, Sanandaj, Iran  
(corresponding author), hasani.rafigh@gmail.com

\*\* Master of Curriculum Planning, Sanandaj Branch, Islamic Azad University, Sanandaj, Iran,  
delniaabdi0@gmail.com

Date received: 2022/09/03 , Date of acceptance: 2023/12/06



Copyright © 2010, IHCS (Institute for Humanities and Cultural Studies). This is an Open Access article. This work is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International License. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/> or send a letter to Creative Commons, PO Box 1866, Mountain View, CA 94042, USA.

۱۰۰ رسانه و فرهنگ، سال ۱۲، شماره ۲، پاییز و زمستان ۱۴۰۱

paid to the content production component and very little attention was paid to the components of social relations and citizen participation.

**Keywords:** Media Thinking and Literacy, Personal Competence, Social Competence, Critical Understanding.

## مفهوم سواد رسانه‌ای در کتاب‌های تفکر و سواد رسانه‌ای متوسطه دوم از منظر تحلیل محتوای کیفی

رفیق حسنی\*

دلنیا عبدی\*\*

### چکیده

مطالعه حاضر با هدف تحلیل کیفی محتوای کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای متوسطه دوم از منظر توجه به ابعاد سواد رسانه‌ای انجام شده است. پژوهش حاضر از نوع تحلیل محتوا بوده و به منظور بررسی مسئله‌ی سواد رسانه‌ای در متن کتاب درسی تفکر و سواد رسانه‌ای دوره دوم متوسطه، از واحدهای تحلیل از لحاظ میزان برخورداری آن‌ها از مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای بهره گرفته شد. نتایج حاصل از تحلیل کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای مورد پژوهش از نظر مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای نشان داد که به مؤلفه شایستگی‌های شخصی بیشترین توجه و به مؤلفه شایستگی اجتماعی کمترین توجه شده است. در میان شاخص‌های شایستگی‌های شخصی به ترتیب به مؤلفه‌های رفتار کاربر؛ دانش در مورد رسانه‌ها و مقررات رسانه‌ای و مؤلفه درک محتوای رسانه‌ها و عملکرد آن بیشترین توجه شده بود. همچنین در میان شاخص‌های مؤلفه مهارت فنی، استفاده فعال و متعادل از رسانه؛ استفاده پیشرفته از اینترنت و مهارت‌های رایانه‌ای و اینترنتی بیشترین توجه شده بود. در میان شاخص مؤلفه شایستگی‌های اجتماعی به مؤلفه تولید محتوا توجه بهتری شده بود و به مؤلفه‌های روابط اجتماعی و مشارکت شهروندی خیلی کم توجهی شده بود.

\* استادیار گروه علوم تربیتی، واحد سنندج، دانشگاه آزاد اسلامی، سنندج، ایران (نویسنده مسئول)،

hasani.rafigh@gmail.com

\*\* کارشناسی ارشد برنامه ریزی درسی، واحد سنندج، دانشگاه آزاد اسلامی، سنندج، ایران،

delniaabdi0@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۶/۱۲، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۹/۱۵



Copyright © 2018, IHCS (Institute for Humanities and Cultural Studies). This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International, which permits others to download this work, share it with others and Adapt the material for any purpose.

**کلیدواژه‌ها:** تفکر و سواد رسانه‌ای، شایستگی شخصی، شایستگی اجتماعی، درک انتقادی.

## ۱. مقدمه

باتوجه به پدید آمدن دو مقوله بسیار مهم فرهنگ جهانی و جهانی شدن در عصر حاضر روش‌های یادگیری گذشته به چالش کشیده شد و آموزش معنا و مفهوم دیگری به خود گرفته است. در دنیای معاصر، تنها توانایی خواندن و نوشتن برای داشتن سواد کافی نمی‌باشد، بلکه افراد باید توانایی تحلیل انتقادی فرهنگ چندرسانه‌ای را داشته باشند و با اشکال و شیوه‌های رسانه‌ای مختلف عقاید خود را بیان کنند. در این عصر، تنوع و تعدد پیام‌های رسانه‌ای و هجوم آن‌ها به سمت مخاطبان ایجاب می‌کند که مخاطبان، برای انتخاب پیام‌ها و برنامه‌های مناسب رسانه‌ای، به دانشی مجهز باشند که از حالت انفعال و مصرف‌کنندگی صرف خارج شوند و بر اساس نیازهای اطلاعاتی خودشان دست به انتخاب بزنند. بر این اساس، یکی از ضرورت‌های عصر اطلاعات وجود نوعی آموزش است که فراگیران را برای رویارویی با چالش‌های زندگی متأثر از رسانه‌های نوین آماده کند و آن آموزش سواد رسانه‌ای است. در این راستا، یونسکو نظاره‌گر منفعل این روند پیشرفت‌ها نبود، بلکه این تغییر عمده را به رسمیت شناخت و نسبت به آن واکنش نشان داد. در اوایل سال ۱۹۸۲، اعلامیه گرین والد (Grünwald Declaration) نیاز به سیستم‌های سیاسی و آموزشی را برای ارتقا درک انتقادی شهروندان از "پدیده‌های ارتباطات" (The phenomena of communication) را مورد تأکید قرارداد. این نخستین گام اولیه به سوی توسعه مفهوم مرکب امروز "سواد اطلاعاتی و رسانه‌ای" (Media and Information Literacy) بود. این اعلامیه نیاز به سیستم‌های سیاسی و آموزشی را برای ارتقا درک انتقادی شهروندان از "پدیده ارتباطات" و مشارکت آن‌ها در رسانه‌ها (جدید و قدیمی) را به رسمیت شناخت. یونسکو همچنین در سال‌های بعد بر پیشرفت و تغییر مکان تدریجی سواد اطلاعاتی و رسانه‌ای در اعلامیه پراگ تحت عنوان "به سوی یک جامعه باسواد اطلاعاتی" (Towards an Information Literate Society) (۲۰۰۳)، اعلامیه اسکندریه در زمینه سواد اطلاعات و یادگیری مادام‌العمر - چراغ‌های جامعه اطلاعاتی ( Alexandria Proclamation on Information Literacy and Lifelong Learning - Beacons of the Information Society) (۲۰۰۵) هم سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی در هسته یادگیری مادام‌العمر قرار گرفته و هم اینکه چگونه سواد اطلاعاتی و رسانه‌ای مردم را در همه زمینه‌های زندگی در جستجو، ارزیابی، استفاده و خلق اطلاعات به‌طور مؤثر برای دستیابی به اهداف شخصی، اجتماعی، شغلی و آموزشی خود توانمند می‌سازد، به رسمیت شناخته شده

مفهوم سواد رسانه‌ای در کتاب‌های تفکر ... (رفیق حسنی و دنیا عبدی) ۱۰۳

است. این یک حق انسانی اساسی در دنیای دیجیتال است و شمول اجتماعی همه ملل را ارتقا می‌بخشد (Wilson et al., 2014).

همچنین دستور کار پاریس یا ۱۲ توصیه برای آموزش رسانه‌ای ( 12 recommendations for media education) (۲۰۰۷)، اعلامیه فز در مورد سواد اطلاعاتی و رسانه‌ای ( Fez Declaration on Media and Information Literacy) (۲۰۱۱)، اعلامیه مسکو درباره سواد رسانه‌ای و اطلاع‌رسانی (Moscow Declaration on Media and Information Literacy) (۲۰۱۲)، چارچوب و برنامه اقدام برای مشارکت‌های اتحاد جهانی در زمینه سواد اطلاعاتی و رسانه‌ای ( Framework and Plan of Action for the Global Alliance Partnerships on Media and Information Literacy (GAPMIL) Paris Declaration) (۲۰۱۳)، اعلامیه پاریس در مورد سواد اطلاعاتی و رسانه در عصر دیجیتال ( Paris Declaration on Media and Information Literacy in the Digital Era) (۲۰۱۴)، توصیه‌های ریگا در مورد سواد اطلاعاتی و رسانه‌ای در چشم‌انداز اطلاعات و رسانه‌های در حال تغییر ( Riga Recommendations on Media and Information Literacy in a Shifting Media and Information Landscape) (۲۰۱۶) و جدیدترین اعلامیه جوانان درباره سواد اطلاعاتی و رسانه‌ای (۲۰۱۶) و اعلامیه خانتی مانسیسک "سواد اطلاعاتی و رسانه‌ای برای ایجاد فرهنگ دولت باز" ( Media and Information Literacy for Building a Culture of Open Government) (۲۰۱۶) تأکید کرد.

پیشرفت‌های چشمگیری در چند دهه گذشته در نحوه برقراری ارتباط مردم و به‌ویژه در توسعه فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات (Information and Communication Technologies) صورت گرفته است. برای اولین بار مک لوهان در سال ۱۹۶۵، در کتاب "درک رسانه: گسترش ابعاد وجود انسان" اصطلاح سواد رسانه‌ای را به کار برد. مک لوهان تعریف دقیقی برای سواد رسانه‌ای ارائه نکرد ولی معتقد بود، زمانی که دهکده‌ی جهانی تحقق یابد، لازم است انسان‌ها به سواد جدیدی به نام سواد رسانه‌ای دست یابند (بصیریان و بصیریان، ۱۳۸۵). همچنین یونسکو در سی و چهارمین جلسه کنفرانس عمومی خود در سال ۲۰۰۷ مدیران کل را به حمایت بیشتر از سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی به‌منظور ارائه فرصت به کاربران هنگام قضاوت آگاهانه درباره رسانه و منابع اطلاعاتی و گسترش مشارکت مدنی در رسانه‌ها دعوت کرد (Wilson, 2012). یونسکو بر این باور است که سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی نقش مهمی در ایجاد یا توسعه فرهنگ دموکراتیک و جوامع مدنی فعال دارد (Andorno, 2007) به نقل از فقیه آرام و ابراهیمی، (۱۳۹۶). بارن نیز معتقد است در حال حاضر که رسانه بخش عمده‌ای از زندگی را در برمی‌گیرد و نقش مهم‌تری نسبت به گذشته ایفا می‌کند. شهروندان نیاز دارند تا در خصوص نحوه‌ی برقراری ارتباط صحیح با پیام‌ها، قدرت انتقاد، استدلال، خلاقیت، توجه به مشارکت فعال با پیام‌ها، تحت

آموزش قرار گیرند (نصیری و همکاران، ۱۳۹۱، ۱۵۱-۱۵۰). پاتر (۱۹۹۸) می‌گوید در صورتی که مردم جامعه از سطح سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی نسبتاً پایینی برخوردار باشند، محافظت از خود در برابر رسانه‌ها برای آنان مشکل‌آفرین است. در حالی که سطح سواد رسانه‌ای بیشتر افراد بالا باشد به محض تماس با رسانه‌ها رفتارها نگرش‌ها و احساسات آن‌ها تغییر نمی‌کند و قادر خواهند بود به تدریج تعاریفی را که رسانه برای آن‌ها از دنیای اطراف ایجاد کرده از بین ببرند و عقاید خود را جایگزین برنامه رسانه سازند (به نقل از سلیمان و همکاران، ۱۳۹۲). افراد دارای سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی قادر هستند انواع رسانه‌ها، منابع و مجراهای اطلاعاتی را در زندگی خصوصی، شغلی و عمومی خود استفاده نمایند، آن‌ها می‌دانند چه موقع به چه اطلاعاتی نیاز دارند و برای چه، کجا و چگونه می‌توانند به آن‌ها دست پیدا کنند و همچنین چه کسی و چه اطلاعات را تولید کرده و یا نقش، مسئولیت و عملکرد رسانه و فراهم‌کنندگان اطلاعات چیست را درک می‌کنند. آن‌ها می‌توانند اطلاعات، پیام‌ها، اعتقادات و ارزش‌هایی را که در رسانه یا هر تولیدکننده‌ی دیگر محتوا نقل شده تحلیل و ارزش‌گذاری کنند (اشرفی ریزی و همکاران، ۱۳۹۲، ۱۸).

سواد رسانه‌ای شامل توانایی‌های ویژه و دانش رسانه‌ای است و همچنین سواد رسانه‌ای مجموعه‌ای از مهارت‌ها و دانشی است که ما به‌طور فعالانه برای قرار گرفتن در معرض رسانه‌ها از آن‌ها استفاده می‌کنیم تا معنی پیام‌هایی را که رسانه‌ها ارائه می‌دهند بهتر تحلیل و تفسیر کنیم (Potter, 2012). به‌طور کلی سواد رسانه‌ای توانایی دسترسی و استفاده از رسانه‌ها، تحلیل و ارزیابی و برقراری ارتباط با پیام‌های رسانه‌ای در اشکال مختلف تولید پیام رسانه‌ای و (داشتن) تفکر انتقادی (نسبت به عملکرد رسانه‌ها) است (Oxsterand, 2009). سواد رسانه‌ای مجموعه‌ای از چشم‌اندازهاست (جنبه فکری) که ما به‌طور فعالانه هنگام قرار گرفتن در معرض رسانه‌ها از آن‌ها استفاده می‌کنیم تا معنای پیام‌هایی را که با آن‌ها مواجه می‌شویم تفسیر کنیم (بصیریان و بصیریان، ۱۳۸۵، ص ۳۴). سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی ترکیبی از نگرش‌ها، دانش‌ها، مهارت‌ها و تجربیات موردنیاز جهت دستیابی، تحلیل، ارزیابی، استفاده تولید و برقراری ارتباط با اطلاعات و دانش به‌صورت خلاقانه، قانونی و اخلاقی با تأکید بر حقوق انسان‌ها می‌باشد (Ivanovic, 2014). در تعریفی دیگر سواد رسانه‌ای، توانایی و قدرت دسترسی، تحلیل، ارزیابی و انتقال اطلاعات و پیام‌های رسانه‌ای را که می‌توان در چارچوب‌های مختلف چاپی و غیر چاپی عرضه کرد (Ashrafi Rizi et al., 2013). همچنین سواد رسانه‌ای بر توانایی فهمیدن، ارزیابی و به کار بردن رسانه‌ها تأکید دارد؛ بنابراین در فرایند گسترش شاخص‌های این

مفهوم سواد رسانه‌ای در کتاب‌های تفکر ... (رفیق حسنی و دنیا عبدی) ۱۰۵

دو نوع سواد، یونسکو سواد اطلاعاتی و سواد رسانه‌ای را باهم به‌عنوان سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی در نظر گرفته است (Moeller et al., 2011). کمیسیون اروپایی و پارلمان اروپایی یونسکو درباره مهارت‌های موردنیاز سواد رسانه‌ای توافق دارند؛ که در چهار توانایی دسترسی، تحلیل، ارزیابی و تولید خلاق خلاصه می‌شود. همه‌ی این مهارت‌ها، پیشرفت جنبه‌های شخصی، توانایی‌های خودآگاهی، تفکر انتقادی، توانایی حل مسئله خلاقیت و فراشناخت را تقویت می‌کند (Oxsterand, 2009).

در حوزه سواد رسانه‌ای مدل‌های گوناگونی ارائه شده است که می‌توان گفت از بین این مدل‌ها مدل ای. سی (کمیسیون اروپایی) یکی از کامل‌ترین جامع‌ترین این مدل‌هاست (Livingstone, 2011). چهارچوبی مشخصه‌های سواد رسانه‌ای را در دو مؤلفه مستقل با درجات گوناگونی از پیچیدگی و درهم‌آمیختگی تبیین خواهد کرد. یکی از این دو مؤلفه، توانایی‌های فردی است که به استفاده و بهره‌مندی از رسانه‌ها اشاره می‌کند و دیگری عوامل زمینه‌ای و محیطی است در چهارچوب ای. سی این دو مؤلفه به‌عنوان قابلیت‌های فردی و عوامل محیطی شناختی و مطرح می‌گردند. قابلیت‌های فردی ظرفیت‌های فردی در اجرای مهارت‌های معین است. این قابلیت‌ها شامل سه فرآیند شناختی، تکنیکی، مشارکتی و خلاقانه است. می‌توان گفت این قابلیت‌ها طیف وسیعی از توانایی‌ها مانند دسترسی، استفاده، تحلیل، فهم و تولید را شامل می‌شوند. قابلیت‌های فردی به ۲ بعد ۱- شایستگی‌های شخصی و ۲- شایستگی‌های اجتماعی که این ۲ بعد خود به ۳ جزء الف) مهارت‌های استفاده (مهارت تکنیکی فردی در بهره‌گیری)؛ ب) شایستگی‌های درک انتقادی، سیالیت فردی در فهم و تفسیر و ج) توانایی‌های ارتباطی (ظرفیت فردی برای بنا نهادن روابط اجتماعی مستحکم از طریق رسانه‌های) تقسیم می‌شوند. از طرفی دیگر، عوامل محیطی موجبات تسهیل یا توقف سواد رسانه‌ای را در هر کشوری فراهم می‌آورند. می‌توان گفت عوامل محیطی نقش مؤثرتری در توسعه سواد رسانه‌ای نسبت به مهارت‌های فردی که در بالا اشاره شد دارند. عوامل محیطی به ۵ حوزه اصلی تقسیم می‌گردد: دسترسی به رسانه‌ها/ آموزش/ رسانه‌ای/ سیاست سواد رسانه‌ای / صنعت رسانه‌ای/ جامعه‌ی مدنی (livingstone. 2011; EAVIEC, 2009).

در چند سال اخیر، نظام آموزشی ایران ضرورت تدوین برنامه‌ی درسی آموزش سواد رسانه‌ای را احساس کرده است. از این رو در سال ۱۳۹۵ کتاب درسی تفکر و سواد رسانه‌ای را برای پایه‌ی دهم متوسطه‌ی دوم تدوین کرد و از این طریق آموزش سواد رسانه‌ای به‌طور اختصاصی و رسمی وارد نظام آموزشی ایران شد. جهت‌گیری اصلی این کتاب عبارت است از توانایی نقد و

بررسی هوشمندانه، تولید مؤثر پیام، و مدیریت بهره‌مندی از رسانه و اهداف عملکردی آن عبارت‌اند از تفسیر پیام‌های آشکار و پنهان تولیدات رسانه‌ای، تشخیص بازنمایی در تولید رسانه‌ای، شیوه‌های اقناع در تولید رسانه‌ای، اهداف و انگیزه‌های ارسال کنندگان پیام، و نقش ارزش‌ها و سبک زندگی در تولید رسانه‌ای. کتاب درسی تفکر و سواد رسانه‌ای در پی آن است که در مواجهه با رسانه عقلانیتی بر فکر دانش‌آموزان حاکم شود که بتوانند، از بالا و با نگاهی مسلط، به خود و به موضوعات مرتبط با رسانه نگاه کنند، در نحوه مواجهه و استفاده خود از رسانه فکورانه، عاقلانه و با مدیریت همه جانبه عمل کنند و در ضمن بتوانند در مورد مدیریت زمان و مدیریت اثرپذیری و مدیریت مصرف فعالانه عمل کنند. این کتاب درسی می‌کوشد که به نیاز اصلی انسان در قرن کنونی توجه کند. از این منظر، یکی از نیازهای مهم جامعه ما مسئله رسانه و مجهز بودن افراد، به ویژه دانش‌آموزان، به سواد رسانه‌ای و تأثیری است که داشتن چنین سواد در زندگی فردی، خانوادگی، و اجتماعی آنان دارد.

اگرچه در این زمینه تحقیقات اندکی صورت گرفته است برای مثال حبیب زاده و نوروزی (۱۳۹۶)، بنی‌هاشم، نو شادی، سلطانی زاده و علی‌آبادی (۱۳۹۶)، فقیه آرام و ابراهیمی (۱۳۹۶)، اشرفی ریزی، حسن‌زاده و کاظم پور (۱۳۹۳)، اشرفی ریزی، رضانی، آقاجانی و کاظم پور (۱۳۹۲) و بیگدلی و نصیری (۱۳۹۲) در زمینه سواد رسانه‌ای و همچنین سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی دانشجویان و همچنین صالح‌راد و همکاران (۱۳۹۸) به بررسی اثربخشی برنامه آموزشی مبتنی بر سواد رسانه‌ای بر میزان خلاقیت دانش‌آموزان؛ رقانی و خدامرادی (۱۳۹۸) نقش سواد رسانه‌ای در تعدیل اعتیاد اینترنتی؛ ایل شاهی (۱۳۹۷) تأثیر سواد رسانه‌ای والدین بر شکاف نسلی والدین و فرزندان؛ علیزاده و همکاران (۱۳۹۷) تأثیر آموزش سواد رسانه‌ای بر مهارت‌های تفکر انتقادی دانش‌آموزان؛ مودی (۱۳۹۷) مقایسه سواد رسانه‌ای و سواد خبری دانش‌آموزان؛ حسینی پاکدهی و شبیری (۱۳۹۶) آموزش سواد رسانه‌ای در فضای مجازی؛ مقدس زاده و صفاهیه (۱۳۹۶) سواد رسانه‌ای و آگاهی از آسیب‌های شبکه‌های اجتماعی؛ پژوهش صلواتیان، میناوند و خدابنده بایگی (۱۳۹۶) چالش‌های سازمان صدا و سیما در مواجهه با مخاطبان باسواد رسانه‌ای بالا در دهکده جهانی؛ تقی زاده (۱۳۹۶) اثربخشی آموزش سواد رسانه‌ای بر دانش‌آموزان و صابری (۱۳۹۴) در زمینه تأثیر بر رشد تفکر انتقادی تحقیقاتی انجام داده‌اند، اما تحقیقی در زمینه تحلیل محتوی ابعاد سواد رسانه‌ای در کتاب‌های درسی دوره دوم متوسطه صورت نگرفته است. با توجه به مطالب بیان شده هدف این تحقیق تحلیل کیفی محتوای کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای متوسطه دوم از منظر توجه به ابعاد سواد از جمله مؤلفه



مفهوم سواد رسانه‌ای در کتاب‌های تفکر ... (رفیق حسنی و دنیا عبدی) ۱۰۷

شایستگی‌های شخصی؛ شایستگی‌های اجتماعی؛ مهارت‌های فنی؛ درک انتقادی و توانایی‌های ارتباطی می‌باشد.

## ۲. چارچوب نظری مورد استفاده در تحلیل

انجمن منافع مخاطبان (European association for viewers interests) اتحادیه اروپا (EAVIEC) (2009) بیان می‌کند که به دلیل ماهیت پیچیده سواد رسانه‌ای و برای تعیین معیارهایی که می‌توان با آن سنجید، باید یک نقشه مفهومی ایجاد شود. این می‌تواند ابعاد سواد رسانه‌ای، مؤلفه‌های آن‌ها، عوامل مؤثر بر آن‌ها و شاخص‌ها را تعیین کند. این نقشه مفهومی به چارچوبی تبدیل شده و فرایندی را سازمان‌دهی می‌کند که برای ایجاد مفهوم سواد رسانه‌ای ترکیب شده است. معیارهای تدوین شده هم‌زمان با تعریف کمیسیون اروپا از سواد رسانه‌ای، ساده و به‌راحتی قابل استفاده است و امکان تشخیص موقعیت‌های مختلف را فراهم می‌آورد که هم امکان مقایسه و هم نظارت بر پیشرفت در طول زمان را می‌دهد. همه داده‌ها از این ظرفیت برخوردار هستند که فراتر از اختلافات بین کشورها و مناطق و زمینه‌های اجتماعی آن‌ها استاندارد و یکدست باشند. دو بعد سواد رسانه‌ای به‌عنوان صلاحیت‌های فردی (Individual Competences) و عوامل محیطی (Environmental Factors) شناخته می‌شوند، بر این اساس نشانه‌های سواد رسانه‌ای در توانایی‌های فرد و عوامل محیطی وجود دارد که ممکن است ترغیب یا مانع باشند.

- شایستگی فردی: یک ظرفیت فردی و شخصی مربوط به انجام مهارت‌های خاص (دسترسی، تجزیه و تحلیل، ارتباطات) است. این صلاحیت در مجموعه گسترده‌تری از ظرفیت‌ها یافت می‌شود که باعث افزایش سطح آگاهی، تحلیل انتقادی و ظرفیت خلاقانه برای حل مشکلات می‌شود؛

- عوامل محیطی: مجموعه‌ای از عوامل زمینه‌ای که افراد را تحت تأثیر قرار می‌دهد و در ارتباط با آموزش رسانه‌ای و حقوق شهروندان است.

این ابعاد سپس به ملاک‌ها تقسیم شدند. صلاحیت‌های فردی با ملاک‌هایی از جمله استفاده، درک انتقادی و توانایی‌های ارتباطی (Critical Understanding and Communicative Abilities) مشخص شده است. عوامل محیطی در سیاست‌گذاری رسانه‌ای، آموزش رسانه‌ای، صنعت رسانه و اقدامات جامعه مدنی آشکار می‌شود و این‌ها همه بر اساس قابلیت دسترسی (Availability) است. نمودار زیر مدل مفهومی را بیان می‌کند.

به منظور نشان دادن معیارهای مختلف سواد رسانه‌ای و شیوه‌هایی که به یکدیگر وابسته هستند، به شکل هرمی شکل نشان داده شده است و بدیهی است که مراحل بالاتر را نمی‌توان بدون مراحل پایین به دست آورد. پایه هرم نشانگر پیش‌شرط‌های صلاحیت فردی است: در دسترس بودن رسانه که در دسترس بودن فناوری یا خدمات رسانه‌ای است و بافت سواد رسانه‌ای که فعالیت‌ها و ابتکارات نهادها و سازمان‌ها به منظور تقویت ظرفیت‌های سواد رسانه‌ای است. بدون این دو معیار، توسعه سواد رسانه‌ای یا مانع یا پشتیبانی نمی‌شود. آن‌ها یک سطح مشترک دارند زیرا گرچه آن‌ها مؤلفه‌های مستقلی هستند، اما آن‌ها تا حدودی باهم مرتبط هستند. سیاست سواد رسانه‌ای در چارچوب دسترس‌پذیری انجام می‌شود و برخی از جنبه‌های دسترسی مشروط یا تحت تأثیر زمینه قرار می‌گیرند.

صلاحیت‌های فردی توسط سطح دوم هرم نشان داده شده است که با مهارت استفاده شروع می‌شود که پیش‌نیاز ثانویه توسعه سواد رسانه‌ای است. استفاده نقطه تقاطع بین دسترس بودن و مهارت‌های عملیاتی است. آن‌ها مهارت‌های عملی با درجه پایین آگاهی خودآگاهی (Self-conscious awareness) هستند در زیر درک انتقادی وجود دارد که عبارت از دانش، رفتار و درک متن و محتوای رسانه و چگونگی تجلی در رفتار است. این شامل تمام فرایندهای شناختی است که بر روی عملکرد کاربر تأثیر می‌گذارد (اثربخشی اقدامات، درجه آزادی یا محدودیت، مقررات و هنجارها و غیره) استفاده نیاز به دانش دارد، این عامل نیاز به فراشناخت (Meta-knowledge) (دانش در مورد دانش) دارد که این کار به کاربر امکان می‌دهد تا با مقایسه انواع و منابع مختلف اطلاعات، از طریق ارزیابی سایر جنبه‌های رسانه، به نتیجه‌گیری در مورد صحت و مناسب بودن آن و انتخاب آگاهانه برسد.

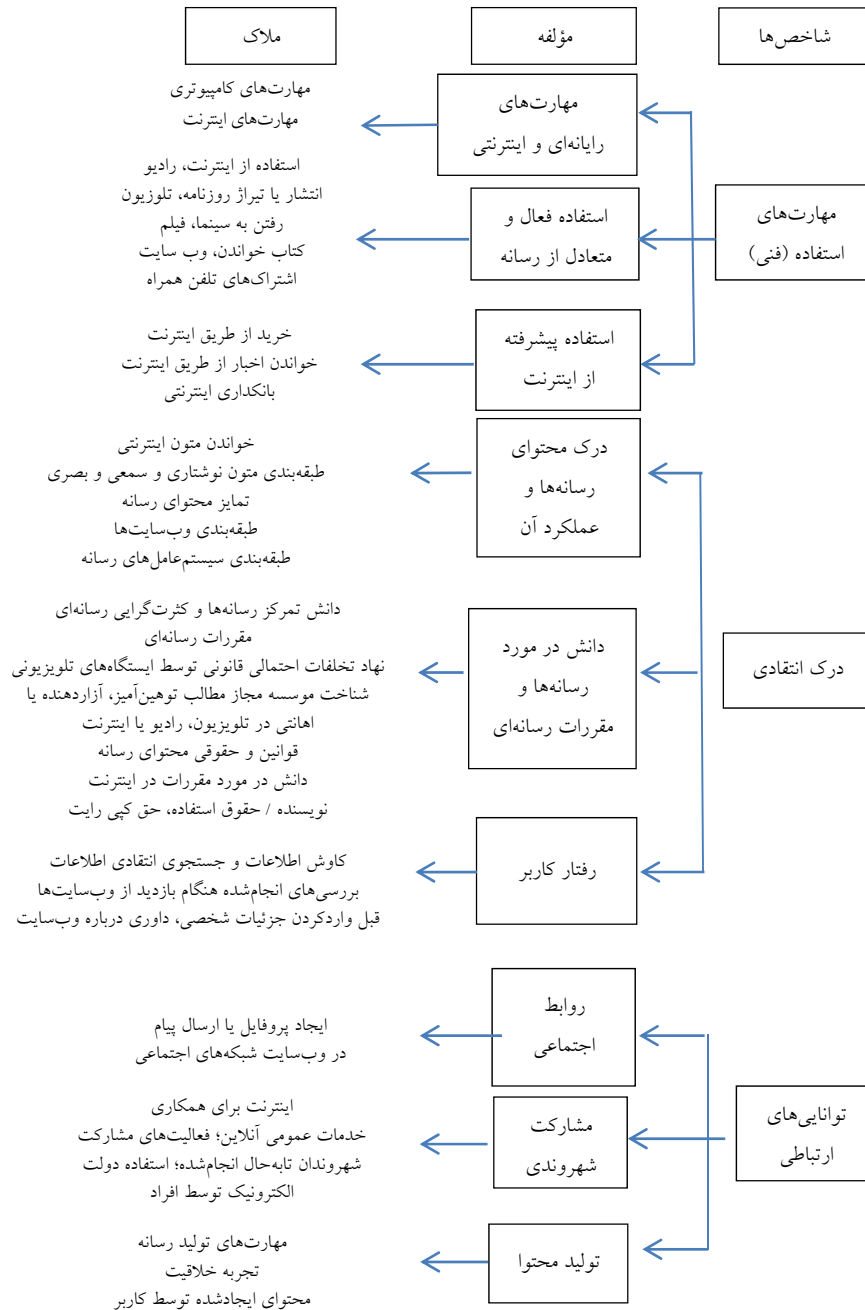
نقطه اوج هرم بیانگر توانایی‌های ارتباطی (Communicative Abilities) است که تجلی سطوح سواد رسانه‌ای است و کیفیت آن به موفقیت یا عدم موفقیت سطوح پایین‌تر است. این‌ها مهارت‌هایی هستند که در ارتباطات و مشارکت با گروه‌های اجتماعی از طریق رسانه و ایجاد محتوا آشکار می‌شوند که این بالاترین درجه سواد رسانه‌ای است. سواد رسانه‌ای نتیجه فرآیندهای پویا بین پایه هرم (در دسترس بودن و متن) و اوج هرم (توانایی‌های ارتباطی) است. مسیر از پایه هرم به اوج هرم، صلاحیت رسانه‌ای فردی استفاده از رسانه و درک انتقادی است. صلاحیت‌های فردی: هر مهارت یا عملی فردی بر اساس سه معیار انجام می‌شود: انجام (توانایی عملی و استفاده عملی (Operative ability and practical use)). آگاهی انتقادی (درک انتقادی)؛ و ارتباط آن‌ها باهدفی که باید مهارت یا عملی برآورده شود. در این حالت آن‌ها باید

مفهوم سواد رسانه‌ای در کتاب‌های تفکر ... (رفیق حسنی و دنیا عبیدی) ۱۰۹

ایجاد، ارتباطات، روابط اجتماعی و مشارکت در حوزه عمومی را فعال و قادر کنند. در صلاحیت‌های فردی، معیارهای زیر وجود دارد: استفاده (مهارت‌های فنی (Technical Skills)) ظرفیت‌های مربوط به دسترسی و استفاده از رسانه‌ها؛ درک انتقادی (صلاحیت‌های شناختی) جنبه‌های مربوط به درک و ارزیابی محتوی و رسانه‌ها؛ توانایی‌های ارتباطی (اجتماعی)، مشارکت، توانایی‌های خلاقانه؛ و جنبه‌های مربوط به ایجاد محتوا، روابط اجتماعی و مشارکت شهروندان.

جدول ۱- صلاحیت‌های شخصی و اجتماعی

اهداف (عملیات مرتبط)	مهارت‌های فردی	ابعاد	شایستگی‌ها
استفاده از رسانه کاربرد ابزاری	مهارت‌های فنی مهارت‌های عملیاتی رسانه‌ای برای استفاده مؤثر از ابزارهای رسانه‌ای موردنیاز	استفاده	توانایی‌های فنی
ارزیابی و در نظر گرفتن ارزش رسانه‌ها و محتوای رسانه‌ها درک و آگاهی	مهارت‌های شناختی ظرفیت‌های مربوط به دانش و عملیات نشانه‌شناسی: رمزگذاری / رمزگشایی، تفسیر ارزیابی متن رسانه	درک انتقادی	
ایجاد روابط اجتماعی شبکه‌های رسانه‌ای مشارکت در حوزه عمومی مهارت‌های مشارکت شهروندان شهروند فعال تولید و تولید محتوا ایجاد رسانه	مهارت‌های ارتباطی و مشارکی (Communicative and participative skills) توانایی تعامل با دیگران و حفظ شبکه‌ها	برقراری ارتباط	توانایی‌های اجتماعی



نمودار ۱. ابعاد و شایستگی‌های فردی

مفهوم سواد رسانه‌ای در کتاب‌های تفکر ... (رفیق حسنی و دنیا عبدی) ۱۱۱

مؤلفه‌های صلاحیت‌های فردی: برای روشن شدن و تدوین مؤلفه‌های مختلف توانایی‌های فوق نمودار ۱ شامل ابعاد کامل مدل است.

### ۳. سؤالات پژوهش

میزان توجه به مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای در کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای دوره متوسطه دوم چگونه است؟

محتوای کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای متوسطه دوم تا چه میزان به مؤلفه شایستگی‌های شخصی توجه کرده است؟

محتوای کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای متوسطه دوم تا چه میزان به مؤلفه شایستگی‌های اجتماعی توجه کرده است؟

محتوای کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای متوسطه دوم تا چه میزان به مؤلفه مهارت‌های فنی توجه کرده است؟

محتوای کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای متوسطه دوم تا چه میزان به مؤلفه درک انتقادی توجه کرده است؟

محتوای کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای متوسطه دوم تا چه میزان به مؤلفه توانایی‌های ارتباطی توجه کرده است؟

### ۴. روش‌شناسی

پژوهش حاضر از نوع تحلیل محتوا کیفی است. در مطالعه حاضر به بررسی میزان توجه محتوای کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای متوسطه دوم به مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای از جمله شایستگی‌های شخصی، شایستگی‌های اجتماعی، مهارت‌های فنی، درک انتقادی و توانایی‌های ارتباطی پرداخته شده است. در این تحقیق، مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای، بر اساس چارچوب پیشنهادی انجمن منافع مخاطبان اتحادیه اروپا (EAVIEC, 2009) بررسی شده و با معیار قرار دادن آن‌ها، به تعیین مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای در هر کدام از واحدهای تحلیل در متن، سؤال‌ها و تصاویر کتاب درسی تفکر و سواد رسانه‌ای دوره دوم متوسطه اقدام شد. در این روش، واژگان، تصاویر و متون بر اساس مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای شامل دو دسته کلی شایستگی‌های شخصی و شایستگی‌های اجتماعی و سپس در شایستگی‌های شخصی دو دسته مهارت‌های استفاده و درک انتقادی مورد توجه بود. در

دسته اول مهارت‌های استفاده شامل مهارت‌های رایانه‌ای و اینترنتی؛ استفاده فعال و متعادل از رسانه و استفاده پیشرفته از اینترنت و درک محتوای رسانه‌ها و عملکرد آن همچنین ابعاد درک انتقادی شامل دانش در مورد رسانه‌ها و مقررات رسانه‌ای؛ رفتار کاربر و روابط اجتماعی دسته‌بندی شده‌اند و سپس موارد و مؤلفه‌های لیست شده به صورت جزئی‌تر طبقه‌بندی شدند. به منظور اطمینان از روایی تحقیق، کلیه مؤلفه‌های چارچوب پیشنهادی انجمن منافع مخاطبان اتحادیه اروپا (EAVIEC, 2009) با فرمی به صورت کلی و جزئی در اختیار دو تن از اساتید دانشگاهی قرار گرفت تا نظرات خود را مبنی بر اینکه آیا این مؤلفه‌های می‌توانند به عنوان معیاری جهت تشخیص مؤلفه‌های واحدهای تحلیل در کتاب‌های مورد مطالعه در نظر گرفته شوند، ارائه نمایند.

جامعه تحقیق شامل کتاب درسی تفکر و سواد رسانه‌ای دوره دوم متوسطه کلیه رشته‌ها سازمان پژوهش و برنامه ریزی آموزشی (۱۳۹۸) بود که به طور کامل مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار گرفت. واحد تحلیل، متن هر کتاب در نظر گرفته شد.

در این پژوهش، جهت تجزیه و تحلیل اطلاعات حاصل از تحلیل محتوا، از رویکرد توصیفی - تحلیلی استفاده شد که در این روش که قدم اول و مهم مشاهده‌ی اطلاعات موجود به طور دقیق می‌باشد، از یک سو محتوای کتاب درسی تفکر و سواد رسانه‌ای دوره دوم متوسطه کلیه رشته‌ها، بر اساس واحد تحلیل از قبل تعیین شد و واحد زمینه در این پژوهش صفحه بود. منظور از واحد زمینه، جمله یا مجموعه‌ای است که آن واحد در درون آنجا یافته و معنی می‌دهد. در این پژوهش (بند، فعالیت و سؤال)، تحلیل شد و از سوی دیگر، اجزا و مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای در هر کدام از آن‌ها مورد شناسایی و تحلیل قرار گرفتند. در این مرحله از تحلیل محتوا، واحدهای تحلیل در متن، سؤال‌ها و فعالیت‌ها هر کدام از دروس بر اساس میزان برخورداری یا عدم برخورداری آن‌ها از مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای مشخص شد و در جدول‌های جداگانه به ثبت شد که در بخش یافته‌ها نمونه‌هایی از متن کتاب درسی به عنوان سند در اثبات میزان توجه به هر کدام از مولفه‌ها آمده است.

## ۵. یافته‌ها

در این بخش به تحلیل داده‌ها از زاویه‌ی توصیفی و استنباطی پرداخته می‌شود که ابتدا مشخصه‌های آماری آزمودنی‌ها مورد بررسی و سپس با استفاده از آزمون‌های آماری مناسب به بررسی سوالات پژوهش خواهیم پرداخت.

مفهوم سواد رسانه‌ای در کتاب‌های تفکر ... (رفیق حسنی و دلنیا عبدی) ۱۱۳

جدول ۲. فهرست مطالب کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای

عنوان	فصل
ما و رسانه‌ها	فصل ۱
فنون خلق پیام رسانه‌ای!	فصل ۲
نادیده‌های رسانه‌ها	فصل ۳
مخاطب شناسی	فصل ۴
رسانه و سبک زندگی	فصل ۵
رژیم مصرف رسانه‌ای	فصل ۶

سوال اصلی: میزان توجه به مولفه‌های سواد رسانه‌ای در کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای دوره متوسطه دوم چگونه است؟

در پاسخ به سؤالات پژوهش که میزان توجه به مولفه‌های سواد رسانه‌ای در کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای چگونه است با بررسی محتوی کتاب نتایج حاصل از تحلیل کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای (جملات و مفاهیم) در دو قسمت واحد تحلیل متن و واحد تحلیل در جدول زیر آورده شده است. در جدول شماره (۳) مولفه‌های سواد رسانه‌ای از نظر نوع واحد محتوا یعنی واحد متن مشخص شده است. بعد از مشخص شدن نوع مولفه بکار گرفته شده فراوانی آن‌ها شمارش گردید و به صورت خلاصه در جدول شماره (۳) نمایش داده شده است.

جدول ۳. فراوانی مولفه‌های سواد رسانه‌ای کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای

فراوانی	مولفه			فراوانی	مولفه		
	دانش در مورد رسانه‌ها و مقررات رسانه‌ای				مهارت‌های رایانه‌ای و اینترنتی		
۲۱	۲	E1	دانش تمرکز رسانه‌ها و کثرت‌گرایی رسانه‌ای	۵	۲	A1	مهارت‌های اینترنت
	۰	E2	دانش و نظر در مورد موضوع مقررات رسانه‌ای		۳	A2	مهارت‌های کامپیوتری
	۱	E3	نهاد مجازات تخلفات احتمالی قانونی توسط ایستگاه‌های تلویزیونی	استفاده فعال و متعادل از رسانه			
	۳	E4	موسسه مجاز برای مراجعه توهین‌آمیز، آزاردهنده یا اهانتی در تلویزیون، رادیو یا اینترنت	۳۷	۱۵	B1	استفاده از اینترنت

	۹	E5	قوانین و حقوقی که برای محتوای رسانه اعمال می‌شود			۱۳	B2	انتشار یا تیراژ روزنامه
	۳	E6	دانش در مورد مقررات در اینترنت			۰	B3	رفتن به سینما
	۳	E7	نویسنده/حقوق استفاده			۲	B4	کتاب خواندن
رفتار کاربر						۷	B5	اشتراک‌های تلفن همراه
۲۹	۱۷	F1	کاوش اطلاعات و جستجوی انتقادی اطلاعات		استفاده پیشرفته از اینترنت			
	۸	F2	بررسی‌های انجام شده هنگام بازدید از وبسایت‌های جدید قبل از وارد کردن جزئیات شخصی		۶	۳	C1	خرید از طریق اینترنت
	۴	F3	داروی درباره یک وبسایت			۳	C2	خواندن اخبار از طریق اینترنت
روابط اجتماعی				۰		C3	بانکداری اینترنتی	
۲	۱	G1	محتوای ایجاد شده توسط کاربر		درک محتوای رسانه‌ها و عملکرد آن			
	۱	G2	ایجاد پروفایل یا ارسال پیام در وبسایت شبکه‌های اجتماعی		۱	D1	خواندن متون	
مشارکت شهروندی					۲	D2	طبقه‌بندی متون نوشتاری و سمعی بصری	
۱	۱	H1	اینترنت برای همکاری		۰	D3	تمایز محتوای رسانه	
	۰	H2	فعالیت مشارکت شهروندان تا به حال انجام شده		۳	D4	عناصری که کاربر برای اتکا به اطلاعات به آن اهمیت می‌دهد	
	۰	H3	استفاده دولت الکترونیک توسط افراد	۰	D5	طبقه‌بندی وبسایت‌ها		
تولید محتوا						۱	D6	طبقه‌بندی سیستم عامل‌های رسانه‌ای و سیستم تعامل
۲۱	۲۱	II	مهارت‌های تولید رسانه					



مفهوم سواد رسانه‌ای در کتاب‌های تفکر ... (رفیق حسنی و دلنیا عبدی) ۱۱۵

جدول شماره (۳) نتایج حاصل از تحلیل کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای مورد پژوهش را از نظر مولفه‌های سواد رسانه‌ای نشان می‌دهد. همان‌طور که در جدول مشاهده می‌شود از مجموع ۱۲۹ واحد برای کتاب درسی تفکر و سواد رسانه‌ای بیشترین واحد یعنی ۱۰۵ واحد مربوط به مولفه شایستگی‌های شخصی می‌باشد که در این میان به مولفه درک انتقادی با ۵۷ واحد بیشترین توجه شده است و همچنین مهارت فنی با ۴۸ واحد در رتبه دوم میزان توجه قرار گرفته و کمترین توجه به شایستگی اجتماعی با ۲۴ واحد می‌باشد.

در میان شاخص‌های مولفه مهارت فنی، استفاده فعال و متعادل از رسانه با ۳۷ واحد در رتبه اول (بیشترین میزان توجه به استفاده از اینترنت با ۱۵ واحد و کمترین توجه به کتاب خواندن با ۲ واحد و البته به شاخص رفتن به سینما اصلاً توجهی نشده است). برای مثال در زمینه استفاده از اینترنت در کتاب درسی تفکر و سواد رسانه‌ای آمده است که:

بر روی وبگاه دفتر تألیف کتاب‌های درسی، صفحه گروه تفکر و پایگاه اینترنتی رشد، چند فیلم کوتاه در مورد تحولات رسانه‌ها و آینده فناوری آمده است. با مراجعه و ملاحظه آن‌ها، تحلیل کنید که کدام یک از آن‌ها به پیش‌بینی شما از واقعیت، نزدیک‌تر و در تغییر سبک زندگی مردم اثرگذارتر خواهد بود. فیلم‌های کوتاه مرتبط با فصل‌های بعد را نیز در همین وبگاه‌ها می‌توانید مشاهده کنید.

www.roshd.ir

www.talif.sch.ir

http://thinking-dept.talif.sch.ir ص ۱(۱۰).

و یا

بنا به مدارک افشا شده توسط «اسنودن»، این برنامه‌ها، که شامل جاسوسی از مردم عادی و شخصیت‌ها در گفت‌وگوهای تلفنی، پست الکترونیکی، استفاده از موتورهای جست‌وجوی اینترنت و... در تمام کشورها و بدون رعایت مرزهای سیاسی است در درجه اول توسط آژانس امنیت ملی ایالات متحده آمریکا (ناسا) به اجرا در می‌آید (ص ۷۸).

در زمینه انتشار یا تیراژ روزنامه در کتاب درسی آمده است که:

یک روزنامه در شرایط عادی و غیر بحرانی می‌تواند به انواع مختلف صفحه‌آرایی شود. به طور کلی، صفحه اول یک روزنامه مانند ویترونی است که علاوه بر اشاره به محتوای روزنامه، در جلب و جذب مخاطبان برای خرید و مطالعه آن مؤثر است (ص ۸۹).

در زمینه اشتراک‌های تلفن همراه در کتاب درسی آمده است که:

رسانه فردی ابزاری است که فرستنده به کمک آن، امکان فرستادن پیام به تعداد محدود، مشخص، طبقه‌بندی‌شده و قابل‌کنترلی از مخاطبان را دارد؛ مانند تلفن همراه. (ص ۸).

و یا

همه ما اطلاعاتی شخصی داریم که می‌خواهیم خصوصی بماند و آن‌ها را با افرادی خاص به اشتراک نگذاریم؛ برای مثال می‌خواهیم دوستانمان شماره تلفن ما را داشته باشند، ولی مایل نیستیم اطلاعات تماس خود را در اختیار بازاریاب تلفنی و دیگر آگهی‌دهندگان قرار دهیم. همچنین وقتی اطلاعات خود را در اختیار دوستان نزدیکمان قرار می‌دهیم، انتظار داریم از اصول اساسی انصاف، مبنی بر به اشتراک نگذاشتن این اطلاعات با شخص سوم، بدون کسب اجازه از ما پیروی کنند یا دست کم چنین اقدامی را به اطلاع ما برسانند. (ص ۱۱۷).

در زمینه کتاب خواندن در کتاب درسی آمده است که:

اگر شما بخواهید به‌عنوان یک فرستنده پیام، گروهی از افراد را به کتاب‌خوانی ترغیب کنید، چه گروهی از مخاطبان با چه ویژگی‌هایی (سنی، تحصیلات، جنسیت و...) را انتخاب می‌کنید؟ (ص ۱۱۳).

استفاده پیشرفته از اینترنت با ۶ واحد در رتبه دوم (بیشترین توجه به خرید از طریق اینترنت و خواندن اخبار از طریق اینترنت با ۳ واحد شده است و البته به بانکداری اینترنتی اصلاً توجهی نشده است)، در زمینه خرید از طریق اینترنت در کتاب درسی آمده است که:

بسیاری از پیام‌های رسانه‌ای از این شیوه استفاده می‌کنند تا توجه ما را بیشتر به خود جلب کنند و از این راه موجب شوند پیام آن‌ها با احساسی خوب و مفرح در ذهن ما همراه شود. هنگامی که می‌خندیم، احساس خوبی داریم؛ بنابراین، اگر آگهی تبلیغاتی بتواند ما را بخنداند، می‌تواند این احساس خوب را به محصول مورد نظرش در ذهن ما پیوند بزند. در نتیجه، هنگامی که ما در فروشگاه‌های به محصول مورد نظر آن پیام برخورد می‌کنیم، همان احساس نشاط، به خرید محصول آن‌ها منجر می‌شود. (ص ۴۳).

و یا وقتی فروشگاه‌های، محصول خود را ارزان‌ترین، بهترین، پرفروش‌ترین، اولین و... بیان می‌کند، شما برای خرید از آن بیشتر ترغیب می‌شوید. (ص ۴۴)

در زمینه خواندن اخبار از طریق اینترنت در کتاب درسی آمده است که:

مفهوم سواد رسانه‌ای در کتاب‌های تفکر ... (رفیق حسنی و دنیا عبدی) ۱۱۷

استفاده از سر تیترا «تازه‌ترین اخبار»، «خبر فوری» و پخش زنده در بسیاری از بخش‌های خبری مطبوعات، تلویزیون و وبگاه‌ها قادر است نگاه ما را به خود جلب کند. استفاده از عباراتی چون جدیدترین محصول، جدیدترین روش‌های آموزش و... نیز مثال‌هایی از به‌کارگیری این فن است. (ص ۵۵).

مهارت‌های رایانه‌ای و اینترنتی با ۵ واحد در رتبه سوم (بیشترین توجه به مهارت‌های کامپیوتری با ۳ واحد و کمترین توجه به مهارت‌های اینترنت با ۲ واحد است) قرار گرفتند. در زمینه مهارت‌های کامپیوتری در کتاب درسی آمده است که:

انتقال هر نوع از اطلاعات بدون محدودیت حجم داده‌ها و عدم نگرانی از قطع ارتباط، چاپ سه‌بعدی وسایل مورد نیاز (دورنگار اینترنتی وسایل بدون نیاز به حمل و نقل کالا) و... (ص ۶).

در زمینه مهارت‌های اینترنتی در کتاب درسی آمده است که:

سامانه شناسایی با امواج رادیویی تنها یک نمونه کوچک از فناوری‌های حوزه علوم نوین رسانه و فقط در یکی از شاخه‌های این علوم، موسوم به «اینترنت اشیا» است. در اینترنت اشیا از آن بحث می‌شود که علاوه بر انسان‌ها، ماشین‌ها و خانه‌ها هم هوشمند می‌شوند و خودشان مستقیماً بدون دخالت انسان به‌صورت ماشین به ماشین با یکدیگر دادوستد داده‌های اطلاعاتی می‌کنند. (ص ۵).

در میان شاخص‌های مولفه درک انتقادی، رفتار کاربر با ۲۹ واحد در رتبه اول (بیشترین میزان توجه به کاوش اطلاعات و جستجوی انتقادی اطلاعات با ۱۷ واحد و کمترین میزان توجه به داوری درباره یک وبسایت با ۱۴ واحد) قرار داشت. در زمینه کاوش اطلاعات و جستجوی انتقادی اطلاعات در کتاب درسی آمده است که:

این برنامه کدام ساختار، قالب یا گونه ارائه پیام را از طریق تلویزیون دارد؟  
چه مفاهیم و موضوعاتی به شیوه مستقیم و غیرمستقیم در این برنامه منتقل شده است؟  
چه کسانی تولیدکننده برنامه و فرستنده پیام هستند؟  
چه کسانی جامعه هدف یا استفاده‌کنندگان از این برنامه هستند؟ چرا این پیام فرستاده شده است؟

چه سبک زندگی، ارزش‌ها و نظریاتی در این پیام ارائه شده یا از آن حذف شده است؟ آیا این پیام در هر فرهنگ، جامعه، زمان یا مکان دیگری، همین معانی آشکار و پنهان را دارد؟

آیا در پاسخ به این پرسش‌ها از درس سوم تا کنون در شما تغییری ایجاد شده است؟ چرا آری، چرا خیر؟ (ص ۱۴۹).

در زمینه بررسی‌های انجام‌شده هنگام بازدید از وبسایت‌های جدید قبل از واردکردن جزئیات شخصی در کتاب درسی آمده است که:

البته مخاطبان نیز با استفاده از سواد رسانه‌ای در تمامی رده‌های سنی می‌توانند محتواهای اینترنتی را مانند دیگر رسانه‌ها تعبیر و منابع مورد استفاده خود را انتخاب کنند و سایت‌های قانونی و معتبر را از سایت‌های ساختگی و فریب‌کارانه و حتی منزجرکننده تمیز دهند. (ص ۷۵).

در زمینه داوری درباره یک وبسایت در کتاب درسی آمده است که:

برای افزایش توان قضاوت درباره اعتبار (اعتبارسنجی) مطالب یک تارنما / وبسایت ابتدا تصویر یک صفحه از آن را بررسی کنید. تارنماهای مورد استفاده خود را با این معیارها بررسی کنید و سه مورد مناسب برای استفاده در انجام پروژه‌های مدرسه‌ای را به هم‌کلاسی‌های خود معرفی کنید. به وبگاه زیر هم سری بزنید و آن را ارزشیابی کنید .  
<http://www.roshd.ir> (ص ۱۴۵).

دانش در مورد رسانه‌ها و مقررات رسانه‌ای با ۲۱ واحد در رتبه دوم (بیشترین میزان توجه به قوانین و حقوقی که برای محتوای رسانه اعمال می‌شود با ۹ واحد و کمترین توجه به دانش تمرکز رسانه‌ها و کثرت‌گرایی رسانه‌ای با ۲ واحد، نهاد مجازات تخلفات احتمالی قانونی توسط ایستگاه‌های تلویزیونی با ۱ واحد و در مورد دانش و نظر در مورد موضوع مقررات رسانه‌ای اصلاً توجهی نشده است) قرار داشت.

در زمینه قوانین و حقوقی که برای محتوای رسانه اعمال می‌شود در کتاب درسی آمده است که:

الف) محتوا علیه عفت و اخلاق عمومی انتشار، توزیع و معامله محتوای خلاف عفت عمومی.

ب) محتوا علیه مقدسات اسلامی اهانت به دین مبین اسلام و مقدسات آن

مفهوم سواد رسانه‌ای در کتاب‌های تفکر ... (رفیق حسنی و دنیا عبدی) ۱۱۹

ج) محتوا علیه امنیت و آسایش عمومی تحریص و تشویق افراد و گروه‌ها به ارتکاب اعمالی علیه امنیت، حیثیت و منافع جمهوری اسلامی ایران در داخل یا خارج از کشور.  
د) محتوا علیه مقامات و نهادهای دولتی و عمومی اهانت و هجو نسبت به مقامات، نهادها و سازمان‌های حکومتی و عمومی.

ه) محتوایی که برای ارتکاب جرائم رایانه‌ای به کار می‌رود (محتوا مرتبط با جرائم رایانه‌ای) انتشار یا در دسترس قرار دادن محتوای حاوی آموزش دسترسی غیرمجاز، شنود غیرمجاز، جاسوسی رایانه‌ای، تحریف و اختلال در داده‌ها یا سامانه‌های رایانه‌ای و مخابراتی.  
و) محتوایی که تحریک، ترغیب، یا دعوت به ارتکاب جرم می‌کند (محتوای مرتبط با سایر جرائم) تشویق تحریک و تسهیل ارتکاب جرائمی که دارای جنبه عمومی هستند از قبیل اختلال در نظم، تخریب اموال عمومی، ارتشا، اختلاس، کلاه‌برداری، قاچاق مواد مخدر، قاچاق مشروبات الکلی و غیره.

ز) محتوای مجرمانه مربوط به امور سمعی و بصری و مالکیت معنوی انتشار و سرویس‌دهی بازی‌های رایانه‌ای دارای محتوای مجرمانه یا فاقد مجوز از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

ح) محتوای مجرمانه مرتبط با انتخابات مجلس شورای اسلامی و مجلس خبرگان رهبری انتشار هرگونه محتوا با هدف ترغیب و تشویق مردم به تحریم و یا کاهش مشارکت در انتخابات

ط) محتوای مجرمانه مرتبط با انتخابات ریاست جمهوری انتشار هرگونه مطلب علیه نامزدهای انتخاباتی و یا انتشار مطالبی خلاف واقع دال بر انصراف نامزدهای انتخابات ریاست جمهوری (ص ۱۷۰).

درک محتوای رسانه‌ها و عملکرد آن با ۷ واحد در رتبه سوم (بیشترین توجه گرچه به صورت خیلی کمی هم می‌باشد به عناصری که کاربر برای اتکا به اطلاعات به آن اهمیت می‌دهد با ۳ واحد و در سطح پایین‌تری به طبقه‌بندی متون نوشتاری و سمعی بصری با ۲ واحد، طبقه‌بندی سیستم عامل‌های رسانه‌ای و سیستم تعامل با ۱ واحد، خواندن متون با ۱ واحد و البته به تمایز محتوای رسانه و طبقه‌بندی وبسایت‌ها اصلاً توجهی نشده است) قرار گرفتند.

در زمینه عناصری که کاربر برای اتکا به اطلاعات به آن اهمیت می‌دهد در کتاب درسی آمده است که:

برخلاف گذشته که برای رسانه‌ها «صحت» اطلاعات از «سرعت» آن مهم‌تر تلقی می‌شد، اکنون هر رسانه‌ای که در مسابقه زمان، به بهانه درستی اطلاعات معتبر بودن محتوای رسانه‌ای درنگ کند، رنگ می‌بازد و مشتری (مخاطب) کم‌حوصله‌اش را از دست می‌دهد. بد نیست بدانید که رقابت بسیاری از رسانه‌ها دیگر بر سر ساعت و حتی دقیقه نیست، بلکه مسابقه آن‌ها در حد ثانیه و کمتر از آن است، لذا با هزاران ترفند رسانه‌ای سعی می‌کنند گوی سبقت را از یکدیگر برابند و مخاطب بیشتری جذب کنند و اعتبار و اثرگذاری خود را افزایش دهند. (ص ۶)

توجه به شایستگی اجتماعی با ۲۴ واحد که کمترین توجه به این مولفه در کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای شده است که در میان شاخص این مولفه تولید محتوا با ۲۱ واحد در رتبه اول (مهارت‌های تولید رسانه ۲۱ واحد) قرار داشت.

در زمینه مهارت‌های تولید رسانه در کتاب درسی آمده است که:

تولیدات رسانه‌ای مانند یک کادوی بسته‌بندی‌شده و زیبا به شکل‌های مختلف به ما عرضه می‌شوند. هر رسانه تلاش می‌کند تا محتوای تولیدی خود را با توجه به سلیقه مخاطب به زیباترین شکل بسته‌بندی کند تا بیشترین تأثیر را روی مخاطب خود ایجاد نماید. برخی دیگر تولیدات رسانه‌ای را به ساندویچ همبرگر تشبیه می‌کنند که از سه لایه تشکیل شده است؛ یک لایه گوشت وسط آن است، یک لایه نان روی آن و یک لایه زیرش. (ص ۱۳).

و یا

هر تولیدکننده رسانه‌ای باید برای تولیدات خود به انتخاب دست بزند. این انتخاب‌ها بازتابی از ارزش‌ها و دیدگاه‌های تولیدکنندگان رسانه‌ای است و فقط به اخبار منحصر نیست و در مورد همه تولیدات رسانه‌ای مصداق دارد. (ص ۸۷).

همچنین

برای تولید رسانه‌ای باید مهندسی معکوس کرد؛ یعنی اول باید مخاطب‌شناسی دقیق، عمیق، جامع و مانعی داشت تا بتوان علائق، سلیق و نیازهای او را به‌درستی شناخت و با استفاده از شیوه‌های خلاقانه و هوشمندانه رسانه‌ای، با چشمانی باز، درست به هدف زد. دشواری مخاطب‌شناسی در این است که ما با پیچیده‌ترین و ناشناخته‌ترین موجود خلقت روبه‌رو هستیم: انسان! (ص ۹۷).

مفهوم سواد رسانه‌ای در کتاب‌های تفکر ... (رفیق حسنی و دنیا عبدی) ۱۲۱

روابط اجتماعی با ۲ واحد در رتبه دوم (محتوای ایجاد شده توسط کاربر با ۱ واحد و ایجاد پروفایل یا ارسال پیام در وب سایت شبکه‌های اجتماعی با ۱ واحد به صورت خیلی کمی توجه شده است) قرار داشت.

در زمینه ایجاد پروفایل یا ارسال پیام در وب سایت شبکه‌های اجتماعی در کتاب درسی آمده است که:

در یکی از شبکه‌های اجتماعی ایرانی عضو شوید (ص ۱۴۶).

و مشارکت شهروندی با ۱ واحد در رتبه سوم (اینترنت برای همکاری با ۱ واحد به صورت خیلی ضعیفی توجه شده است و البته به فعالیت مشارکت شهروندان تا به حال انجام شده و استفاده دولت الکترونیک توسط افراد اصلاً توجهی نشده است) قرار داشت.

در زمینه اینترنت برای همکاری در کتاب درسی آمده است که:

بسیاری از دولت‌های اروپایی و شرکت‌های تلفن نیز برای نظارت و جاسوسی گسترده به‌ویژه از طریق اینترنت همکاری مستقیم و نزدیک دارند. (ص ۷۸).

## ۶. سوالات فرعی

۱- محتوای کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای دوره متوسطه دوم تا چه میزان به مؤلفه شایستگی‌های شخصی توجه کرده است؟

با توجه به نتایج مطالعه حاضر میزان توجه به مؤلفه شایستگی‌های شخصی، بیشترین واحد کتاب درسی تفکر و سواد رسانه‌ای مربوط به مؤلفه شایستگی‌های شخصی می‌باشد که در این میان به مؤلفه درک انتقادی توجهی بیشتری شده است و البته به مهارت‌های فنی توجه کمتری شده است.

۲- محتوای کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای دوره متوسطه دوم تا چه میزان به مؤلفه شایستگی‌های اجتماعی توجه کرده است؟

نتایج جدول شماره (۳) نشان داد که کمترین میزان توجه به مؤلفه شایستگی اجتماعی در کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای شده است که در میان شاخص این مؤلفه بیشترین توجه به تولید محتوا و کمترین توجه به روابط اجتماعی (محتوای ایجاد شده توسط کاربر و ایجاد پروفایل یا ارسال پیام در وب سایت شبکه‌های اجتماعی به صورت خیلی کمی توجه شده است) و

مشارکت شهروندی (اینترنت برای همکاری به صورت خیلی ضعیفی توجه شده است و البته به فعالیت مشارکت شهروندان تا به حال انجام شده و استفاده دولت الکترونیک توسط افراد اصلاً توجهی نشده است) شده است.

۳- محتوای کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای دوره متوسطه دوم تا چه میزان به مؤلفه مهارت‌های فنی توجه کرده است؟

نتایج جدول شماره (۳) نشان داد که میزان توجه به مؤلفه مهارت‌های فنی در سطح کمتری در کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای شده است که در میان شاخص‌های مؤلفه مهارت‌های فنی، استفاده فعال و متعادل از رسانه (بیشترین میزان توجه به استفاده از اینترنت و کمترین توجه به کتاب خواندن و البته به شاخص رفتن به سینما اصلاً توجهی نشده است). بیشترین توجه شده و همچنین استفاده پیشرفته از اینترنت در سطح کمتری (بیشترین توجه به خرید از طریق اینترنت و خواندن اخبار از طریق اینترنت شده است و البته به بانکداری اینترنتی اصلاً توجهی نشده است)، مهارت‌های رایانه‌ای و اینترنتی به صورت خیلی کمی (بیشترین توجه به مهارت‌های کامپیوتری با ۳ واحد و کمترین توجه به مهارت‌های اینترنت با ۲ واحد است) توجه شده است.

۴- محتوای کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای دوره متوسطه دوم تا چه میزان به مؤلفه درک انتقادی توجه کرده است؟

نتایج جدول شماره (۳) نشان داد که میزان توجه به مؤلفه درک انتقادی در سطح بیشتری در کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای شده است. در میان شاخص‌های مؤلفه درک انتقادی، رفتار کاربر بیشترین (بیشترین میزان توجه به کاوش اطلاعات و جستجوی انتقادی اطلاعات با و کمترین میزان توجه به داروی درباره یک وبسایت)، دانش در مورد رسانه‌ها و مقررات رسانه‌ای با در سطح کمتری (بیشترین میزان توجه به قوانین و حقوقی که برای محتوای رسانه اعمال می‌شود با و کمترین توجه به دانش تمرکز رسانه‌ها و کثرت‌گرایی رسانه‌ای، نهاد مجازات تخلفات احتمالی قانونی توسط ایستگاه‌های تلویزیونی و در مورد دانش و نظر در مورد موضوع مقررات رسانه‌ای اصلاً توجهی نشده است)، درک محتوای رسانه‌ها و عملکرد آن به صورت خیلی ضعیف (بیشترین توجه گرچه به صورت خیلی کمی هم می‌باشد به عناصری که کاربر برای اتکا به اطلاعات به آن اهمیت می‌دهد و در سطح پایین‌تری به طبقه‌بندی متون نوشتاری و سمعی بصری، طبقه‌بندی سیستم عامل‌های رسانه‌ای و سیستم تعامل، خواندن متون و البته به تمایز محتوای رسانه و طبقه‌بندی وبسایت‌ها اصلاً توجهی نشده است) توجه شده است.



۵- محتوای کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای دوره متوسطه دوم تا چه میزان به مؤلفه توانائی‌های ارتباطی توجه کرده است؟

نتایج جدول شماره (۳) نشان داد که کمترین میزان توجه به مولفه توانائی‌های ارتباطی در کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای شده است که در میان شاخص این مولفه بیشترین توجه به تولید محتوا و کمترین توجه به روابط اجتماعی (محتوای ایجاد شده توسط کاربر و ایجاد پروفایل یا ارسال پیام در وب سایت شبکه‌های اجتماعی به صورت خیلی کمی توجه شده است) و مشارکت شهروندی (اینترنت برای همکاری به صورت خیلی ضعیفی توجه شده است و البته به فعالیت مشارکت شهروندان تا به حال انجام شده و استفاده دولت الکترونیک توسط افراد اصلاً توجهی نشده است) شده است.

## ۷. بحث و نتیجه‌گیری

باتوجه به نتایج مطالعه حاضر در جواب به سوال اصلی پژوهش، نتایج نشان می‌دهد که در محتوای کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای متوسطه دوم بیشترین توجه به مولفه شایستگی‌های شخصی شده است و یک نوع توازن در تمام کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای نسبت به این مولفه مشاهده می‌شود. در واقع امروزه سواد رسانه‌ای در عصر پر تلاطم اطلاعات که هر روز خود را در مواجهه با رسانه‌های گوناگون شنیداری، دیداری و نوشتاری می‌یابیم از اهمیت دو چندان برخوردار می‌باشد که نهادهای آموزشی و مراکز آموزشی به عنوان متولیان آموزش و تربیت انسان نقش عمده‌ای بر عهده دارند. مطالعاتی در این بحث همچون نصیری و همکاران (۱۳۹۱) بیان داشتند که امروزه علاوه بر تربیت شهروندی برای یک جامعه ملی، نیاز آماده‌سازی شهروندان جهت زندگی در جامعه جهانی به صورت یک ضرورت تربیتی می‌باشد و سواد رسانه‌ای ابزاری برای حمایت از شهروندان در برابر آثار منفی رسانه‌های جمعی است. خدامرادی (۱۳۹۱) نشان داد که سواد رسانه‌ای فرهنگیان در حد متوسط می‌باشد. نتایج مطالعات محققین در این زمینه همچون پژوهش مودی (۱۳۹۷) نشان داد که دانش‌آموزان پایه یازدهم که درس تفکر و سواد رسانه‌ای را گذرانده بودند نسبت به دانش‌آموزان پایه دوازدهم که این درس را نگذرانده بودند از سواد رسانه‌ای و سواد خبری بیشتری برخوردارند. در مطالعه‌ای دیگر تقی زاده (۱۳۹۶) یانگین نمره دانش‌آموزان گروه آزمایش در توانایی‌های سواد رسانه‌ای یعنی، توانایی استفاده از رسانه، تجزیه و تحلیل، تولید و ارسال پیام‌های رسانه‌ای و تفکر انتقادی نیز پس از اجرای دوره آزمایشی به‌طور معناداری افزایش یافت. هافمن (Hoffmann,

(1999) نیز اظهار داشت که دانش‌آموزان به صورت زیادی از رسانه‌ها استفاده می‌کنند اما درباره عوامل شکل دهنده برنامه‌های که می‌بینند آگاهی ندارند. از بررسی پیشینه‌های پژوهشی می‌توان نتیجه گرفت که یافته‌های مطالعات پیشین همراستا با نتایج مطالعه حاضر می‌باشد و این تحقیقات توجه به آموزش مبتنی بر سواد رسانه‌ای را در مدارس تأکید می‌کنند.

نتایج نشان می‌دهد بیشترین توجه به مولفه درک انتقادی بوده و مولفه مهارت فنی در سطح کمتری از مولفه درک انتقادی توجه شده است. نتایج مطالعات محققین در این زمینه همچون پژوهش عزیزاده و همکاران (۱۳۹۷) نشان داد که آموزش سواد رسانه‌ای بر هر پنج مهارت تفکر انتقادی (تحلیل، استنباط، ارزشیابی، استقرا و قیاس) در بین دانش‌آموزان موثر بوده است. صابری (۱۳۹۴) در تحقیقی به این نتیجه رسید که بر اساس یافته‌ها می‌توان نتیجه گرفت که مشارکت دانش‌آموزان در حلقه‌های کندوکاو فلسفی باعث رشد تفکر انتقادی در سواد رسانه‌ای (اینترنت) می‌شود. از سوی دیگر تقی‌زاده (۱۳۹۳) نشان داد که دانش‌آموزان شرکت‌کننده در دوره‌ی آموزش سواد رسانه‌ای نسبت به دانش‌آموزان گروه کنترل در مهارت‌های استفاده از رسانه‌ها، تجزیه و تحلیل پیام‌های رسانه‌ای، توانایی تولید و ارسال پیام‌های رسانه‌ای و تفکر انتقادی در استفاده از رسانه‌ها در سطح بالاتر قرار گرفتند. نتایج پژوهش لی (Lee, 2016) مشخص کرد که برگزاری دوره‌های آموزش سواد رسانه‌ای، ارتباطات، میزان همکاری، تفکر انتقادی و خلاقیت را در دانش‌آموزان افزایش می‌دهد. همچنین معلمان بر این باورند که استفاده از شبکه‌های اجتماعی می‌تواند از اثرات مخربی بر دانش‌آموزان آن‌ها داشته باشد از این رو آموزش مهارت‌های سواد رسانه‌ای را برای دانش‌آموزان خود ضروری می‌دانند. در پژوهش هابز و فراست (Hobbs & Frost, 2003) دریافتند یکی از مهم‌ترین زمینه‌های بنیادی سواد رسانه‌ای، تأکید بر مهارت و شناخت نیاز دانش‌آموزان در خصوص تشخیص و ارزیابی انتقادی محتوای بر خط (آنلاین) است.

نتایج نشان می‌دهد که در محتوای کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای متوسطه دوم به میزان کمی به مؤلفه شایستگی‌های اجتماعی توجه شده است. بیشترین میزان توجه به تولید محتوا و کمترین توجه به مشارکت شهروندی شده است. که در این راستا صابری (۱۳۹۴) گزارش نمودند که مشارکت دانش‌آموزان در حلقه‌های کندوکاو فلسفی باعث رشد تفکر انتقادی در سواد رسانه‌ای (اینترنت) می‌شود. و همچنین باکینگهام (Buckingham, 2005) به این نتیجه رسید که سواد رسانه‌ای در ابعاد دسترسی شامل به رسانه‌های جمعی، دسترسی به اینترنت، دسترسی به تلفن همراه، دسترسی به محتوای تولید شده توسط رسانه‌ها، قوانین دسترسی، نحوه ارائه

مفهوم سواد رسانه‌ای در کتاب‌های تفکر ... (رفیق حسنی و دنیا عبدی) ۱۲۵

وقایع، ویژگی مخاطبان و انواع تولیدات رسانه‌ای باید مد نظر قرار گیرد و الگوهای مناسبی برای آنها تنظیم شود.

با توجه به نتایج تحلیل محتوای کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای نشان از آن داشت که به مولفه‌های سواد رسانه‌ای به خوبی توجه شده است و این مورد غفلت برنامه‌ریزان درسی قرار گرفته پس پیشنهاد می‌شود که:

مولفان و برنامه‌ریزان دفتر تألیف و برنامه‌ریزی با بازنگری در محتوای کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای به بحث سواد رسانه‌ای بیشتر توجه کنند. برای آشنایی با سواد رسانه‌ای در برنامه‌های درسی دوره متوسطه واحدهای درسی گنجانده شود. برای آگاهی‌سازی معلمان دوره‌های آموزشی و ضمن خدمت در زمینه سواد رسانه‌ای برگزار شود. پیشنهاد می‌شود که تدوین کتاب‌های درسی به شکلی باشد که بحث در مورد سواد رسانه‌ای را در آموزش‌های رسمی و غیر رسمی محیط مدرس مورد توجه قرار گیرد. پیشنهاد می‌شود با توجه به اهمیت کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای نسبت به مولفه‌های سواد رسانه‌ای جهت تعادل نسبی بیشتر توجه شود و در این زمینه بازنگری‌های صورت گیرد. با توجه به اهمیت سواد رسانه‌ای و نتایج مطالعه حاضر پیشنهاد می‌گردد از نظر میزان توجه به مولفه‌های سواد رسانه‌ای سایر کتاب‌های دوره متوسطه مورد تجزیه و تحلیل قرار گیرند. از حیث پرداختن به مولفه‌های سواد رسانه‌ای برنامه‌های درسی رسمی سایر دوره‌های تحصیلی مورد تحلیل محتوا قرار گیرند. به محققینی که در زمینه سواد رسانه‌ای مشغول به پژوهش می‌پردازند توصیه می‌شود علاوه بر برنامه‌های درسی رسمی، به بررسی برنامه درسی پنهان هم توجه نمایند و بلاخره پیشنهاد می‌شود که مطالعات تطبیقی در رابطه با سواد رسانه‌ای و گسترش آن در سایر کشورها صورت گیرد.

## کتاب‌نامه

اشرفی ریزی، حسن؛ حسن‌زاده، دل‌رام و کاظم پور، زهرا. (۱۳۹۳). میزان سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی در بین دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی اصفهان بر اساس شاخص‌های سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی یونسکو. مدیریت اطلاعات سلامت، (۳۸): ۳۲۴-۳۳۴.

اشرفی ریزی، حسن؛ رمضان، امیر؛ آقاجانی، حامد و کاظم پور، زهرا. (۱۳۹۲). بررسی میزان سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی اصفهان. نظام‌ها و خدمات اطلاعاتی، (۶): ۳۴-۱۷.

- ایل شاهی، فرانک. (۱۳۹۷). تاثیر سواد رسانه‌ای والدین بر شکاف نسلی والدین و فرزندان ۱۲-۱۸ سال، دومین همایش بین المللی سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی با موضوع خانواده، تهران، مرکز فناوری اطلاعات و رسانه های دیجیتال.
- ایمانی، محسن؛ مظفر، محمد. (۱۳۸۲). تحلیل محتوای کتاب هدیه‌های آسمانی و کتاب کارپایه دوم دبستان چاپ سال ۱۳۸۱ در مقایسه با کتاب تعلیمات دینی چاپ سال ۱۳۸۰. فصل نامه نوآوری‌های آموزشی. ۷(۳)، ۱۴۲.
- باردن، ل. (۱۳۷۵). تحلیل محتوا، ترجمه ملیحه آشتیانی و محمدیمنی دوزی سرخابی، تهران: انتشارات دانشگاه شهیدبهشتی.
- باکینگهام، دیوید. (۲۰۰۵). آموزش رسانه‌ای، ترجمه حسین سرفراز، تهران: دانشگاه امام صادق(ع).
- بصیریان، حسین و بصیریان، رضا. (۱۳۸۵). درآمدی به سواد رسانه و تفکر انتقادی. فصلنامه رسانه، ۱۷(۶۸)، ۳۳-۵۰.
- بنی‌هاشم، سید کاظم؛ نو شادی، سکینه؛ سلطانی زاده، هدایا و علی‌آبادی، خدیجه. (۱۳۹۶). مقایسه و بررسی میزان سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی در بین دانشجویان دختر و پسر. مطالعات رسانه‌ای، ۳۹، ۱۱۵-۱۲۶.
- بیگدلی، زاهد و نصیری، ماریا. (۱۳۹۲). تحلیل وضعیت سواد رسانه‌ای دانشجویان کارشناسی ارشد مجموعه رشته‌های علوم انسانی شهر اهواز بر اساس رویکرد نظری تامن. یافته‌های نو در روان‌شناسی (روان‌شناسی اجتماعی)، ۲۹، ۹۹-۱۱۷.
- پاتر، جیمز. (۱۳۹۱). نظریه سواد رسانه‌ای، رهیافتی شناختی (ناصر اسدی، محمد سلطانی‌فر، شهناز هاشمی، مترجمان). تهران: سیمای شرق
- تقی‌زاده، عباس و کیا، علی اصغر. (۱۳۹۳). نیازسنجی برنامه آموزش سواد رسانه ای در مدارس. مطالعات فرهنگ - ارتباطات، ۵۸، ۷۹-۱۰۳.
- تقی‌زاده، عباس و کیا، علی اصغر. (۱۳۹۳). نیازسنجی برنامه آموزش سواد رسانه‌ای در مدارس. مطالعات فرهنگ - ارتباطات، ۵۸، ۷۹-۱۰۳.
- تقی‌زاده، عباس. (۱۳۹۶). اثربخشی آموزش سواد رسانه‌ای بر دانش آموزان در شهر کرمان. پژوهش‌های ارتباطی (پژوهش و سنجش)، ۹۲، ۱۵۳-۱۷۴.
- حبیب‌زاده، اصحاب و نوروزی، حامد. (۱۳۹۶). مطالعه مقایسه‌ای سواد رسانه‌ای در بین دانشجویان روابط عمومی دانشگاه آزاد اسلامی واحد دماوند و دانشگاه علمی - کاربردی فرهنگ و هنر تهران. مطالعات رسانه‌های نوین، ۱۲، ۲۰۷-۲۳۲.

مفهوم سواد رسانه‌ای در کتاب‌های تفکر ... (رفیق حسنی و دنیا عبدی) ۱۲۷

حسینی پاکدهی، علیرضا و شبیری، حسنیہ السادات. (۱۳۹۶). آموزش سواد رسانه‌ای در فضای مجازی (مقایسه وبسایت مدیاسمارتس کانادا و وبسایت سواد رسانه‌ای ایران). مطالعات رسانه‌های نوین، ۳(۹)، ۳۱-۷۶.

خداامردی، یاسین. (۱۳۹۱). بررسی سطح سواد رسانه‌ای فرهنگیان (مطالعه موردی استان چهارمحال و بختیاری). پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبائی، دانشکده علوم اجتماعی.

رقانی، محمدمهدی؛ خداامردی، یاسین. (۱۳۹۸). نقش سواد رسانه‌ای در تعدیل اعتیاد اینترنتی (مطالعه موردی: دانش آموزان دوره متوسطه دوم چهارمحال و بختیاری)، فصلنامه مطالعات فرهنگ - ارتباطات، ۲۰ (۴۵).

ریتز، جرج. (۱۳۸۹). مبانی نظری جامعه‌شناختی معاصر و ریشه‌های کلاسیک آن، ترجمه شهناز مسمی پرست، تهران: نشر ثالث.

سازمان پژوهش و برنامه‌ریزی آموزشی. (۱۳۹۸). تفکر و سواد رسانه‌ای. تهران: شرکت چاپ و نشر کتابهای درسی ایران.

سلیمان، سفر؛ خسروی، فریبرز و حداد، زهرا. (۱۳۹۲). ارزیابی سواد رسانه‌ای دانشجویان و دانش‌آموزان شهر تهران. فصلنامه رسانه، ۱۶ (۱۶) ۷۴-۵۲.

شاه محمدی، نیره. (۱۳۹۶). تحلیل محتوای کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای پایه دهم از منظر مهارت‌های سواد اطلاعاتی مدل حل مسأله‌ی شش مهارت بزرگ. فناوری آموزش و یادگیری، ۳(۱۲)، ۹۵-۱۲۴.

صابری، الهام. (۱۳۹۴). بررسی تأثیر مشارکت در حلقه‌های کندوکاو فلسفی بر رشد تفکر انتقادی در سواد رسانه‌ای (ایتترنت) در دانش‌آموزان کلاس هشتم شهر تهران سال تحصیلی ۹۴-۱۳۹۳. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی، دانشگاه آزاد (واحد تهران مرکزی).  
صالح راد، ریحانه؛ افضل خانی، مریم؛ علیپور، وحیده. (۱۳۹۸). اثربخشی برنامه آموزشی مبتنی بر سواد رسانه‌ای بر میزان خلاقیت دانش‌آموزان. فصلنامه فن آوری اطلاعات و ارتباطات در علوم تربیتی، ۹ (۳) (پیاپی ۳۵)، ۱۴۳-۱۷۱.

صلواتیان، سیاوش؛ میناوند، محمدقلی و خداپنده بایگی، ایمان. (۱۳۹۶). چالش‌های سازمان صداوسیما در مواجهه با مخاطبان باسواد رسانه‌ای بالا در دهکده جهانی. مطالعات جامعه‌شناختی (نامه علوم اجتماعی)، ۲(۲)، ۴۸۹-۵۲۱.

طباطبایی راد، سید امیر. (۱۳۹۴). بررسی جایگاه مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای در کتاب‌های درسی مطالعات اجتماعی دوره‌ی متوسطه‌ی اول. پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته برنامه‌ریزی درسی: دانشگاه تربیت دبیر شهید رجایی، دانشکده علوم انسانی.

- عبداللهی بکتاش، رقیه؛ اسلامی ادريس و آفانی، کمال. (۱۳۹۷). تحلیل محتوای کتاب درسی تفکر و سواد رسانه‌ای پایه‌ی دهم بر اساس آموزش سواد رسانه‌ای. تفکر و کودک، ۹(۲)، ۲۵-۴۸.
- علیزاده، رقیه؛ عبدلی، جواد؛ حداد، زهرا. (۱۳۹۷). بررسی تاثیر آموزش سواد رسانه‌ای بر مهارت‌های تفکر انتقادی دانش آموزان پایه هشتم متوسطه در شهرستان ارومیه. مطالعات رسانه‌ای، ۱۳، (شماره ۱) (پیاپی ۴۰)، ۱۱۷-۱۳۲.
- فقیه آرام، بتول و ابراهیمی، زهرا. (۱۳۹۶). رابطه سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی با مهارت فراشناختی و خلاقیت دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد اسلامشهر. پژوهش‌های ارتباطی (پژوهش و سنجش)، ۹۲، ۱۲۵-۱۵۲.
- مقدس زاده، حسن و صفاهیه، هاجر. (۱۳۹۶). سواد رسانه‌ای و آگاهی از آسیب‌های شبکه‌های اجتماعی. مطالعات رسانه‌ای، ۳۹، ۲۵-۳۵.
- مودی، نجمه. (۱۳۹۷). مقایسه سواد رسانه‌ای و سواد خبری دانش‌آموزان پایه یازدهم و دوازدهم متوسطه شهر بیرجند. پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته برنامه‌ریزی درسی: دانشگاه بیرجند، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی.
- نصیری، بهاره؛ بخشی، بهاره و هاشمی، سید محمود. (۱۳۹۱). اهمیت آموزش سواد رسانه‌ای در قرن بیست و یکم. مطالعات رسانه‌ای، ۱۴۹، ۱۸-۱۵۸.

- (EAVIEC) European association for viewers interests of European Commission. (2009). Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels :A comprehensive view of the concept of media literacy and an understanding of how media literacy levels in Europe should be assessed ; For the European Commission Directorate General Information Society and Media; Media Literacy Unit Final Report.
- Barden, L . (1996). Content analysis, translated by Maliheh Ashtiani and Mohammad Yeni Dozi Sorkhabi, Tehran: Shahid Beheshti University Press.
- Buckingham, D. (1993). Children talking television: The making of television literacy . Psychology Press.
- Buckingham, D. (2001). Media Education: A Global Strategy for Development A policy paper prepared for UNESCO Sector of Communication and Information. Institute of Education, University of London, England. Retrieved June, 30, 2006.
- Hobbs, R., & Frost, R. (2003). Measuring the acquisition of media literacy skills. Reading research quarterly, 38(3), 330-355.
- Hoffmann, G. (1999). Media literacy study. ETC: A review of general semantics, 56(2), 165-171.
- Ivanović, M. (2014). Development of media literacy—an important aspect of modern education. Procedia-Social and Behavioral Sciences, 149, 438-442.

- Jenkins, H. (2006). Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century. An occasional paper on digital media and learning. John D. and Catherine T. MacArthur Foundation.
- Lee, A. Y. (2016). Media education in the School 2.0 era: Teaching media literacy through laptop computers and iPads. *Global Media and China*, 1(4), 435-449.
- Livingstone, S. (2011). Media literacy for all? On the intellectual and political challenges of implementing media literacy policy. *Media literacy: Ambitions, policies and measures*, 7, 31.
- Moeller, S., Joseph, A., Lau, J., & Carbo, T. (2011, November). Towards media and information literacy indicators. In *Background document of the UNESCO Expert Meeting (Bangkok, Thailand, 4-6 November 2010)*.
- National Association for Media Literacy Education. (2009). *Core principles of media literacy education in the United States*.
- Oguzhan, Ö., & Haydari, N. (2011). The state of media literacy in Turkey. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 15, 2827-2831.
- Oxstrand, B. (2009). *Media literacy education-A discussion about media education in the western countries, Europe and Sweden*.
- Wilson, C. (2012). Media and information literacy: Pedagogy and possibilities. *Comunicar. Media Education Research Journal*, 20(2).
- Wilson, C., Grizzle, A., Tuazon, R., Akyempong, K., & Cheung, C. K. (2014). *Media and information literacy curriculum for teachers*. UNESCO Publishing.
- Worsnop, C. M. (1999). *Screening images: Ideas for media education*. Mississauga, Ont.: Wright Communications.