

## جایگاه سواد رسانه‌ای در کتاب‌های درسی دوره متوسطه اول

مرضیه معتمدی محمدآبادی<sup>۱</sup>، عباس اسدی<sup>۲</sup>

۱. دکترای برنامه‌ریزی درسی، گروه علوم تربیتی، دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران.

۲. نویسنده مسئول: دانشیار گروه روزنامه نگاری، دانشکده علوم ارتباطات، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران. رایانامه: [assadiabbas1@gmail.com](mailto:assadiabbas1@gmail.com)

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۵/۰۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱۲/۰۵

### چکیده:

پژوهش حاضر با هدف بررسی جایگاه سواد رسانه‌ای در کتاب‌های درسی دوره متوسطه اول انجام شد. رویکرد پژوهش، کمی و روش پژوهش، تحلیل محتوا بود. جامعه پژوهش، همه کتاب‌های درسی دوره متوسطه اول در سال تحصیلی ۱۴۰۱-۱۴۰۲ بود که از میان آنها ۱۵ کتاب شامل کتاب‌های تفکر و سبک زندگی، مطالعات اجتماعی، آمادگی دفاعی، پیام‌های آسمان، فارسی و کار و فناوری پایه‌های هفتم، هشتم و نهم به دلیل تناسب با موضوع به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. ابزار گردآوری اطلاعات چک‌لیست محقق‌ساخته شامل ۵ مؤلفه و ۲۹ زیرمؤلفه سواد رسانه‌ای بود. برای بررسی روایی، چک‌لیست تهیه‌شده به تأیید پنج نفر از صاحب‌نظران رسید و برای تعیین پایایی از روش توافق ارزیابان استفاده شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها با روش آنتروپی شانون و آمار توصیفی انجام شد. نتایج به‌دست‌آمده نشان داد در کتب درسی پایه هشتم بیش از دیگر پایه‌ها به مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای توجه شده است. همچنین از میان ابعاد سواد رسانه‌ای، بعد نظری سواد رسانه‌ای دارای بیشترین فراوانی (۴۱ درصد) و رژیم مصرف رسانه‌ای دارای کمترین فراوانی (۱/۵ درصد) بود و بر اساس نتایج حاصل از آنتروپی شانون، زیرمؤلفه آسیب‌های رسانه، بیشترین ضریب اهمیت را در کتاب‌های دوره اول متوسطه داشت. نتایج پژوهش حاکی از توجه نامتوازن به ابعاد سواد رسانه‌ای در کتب دوره متوسطه اول است؛ از این‌رو چگونگی توزیع مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای در این دوره نیازمند بازنگری می‌باشد.

**کلیدواژه‌ها:** سواد رسانه‌ای، تحلیل محتوا، کتاب درسی.

### استناد به این مقاله:

معتمدی محمدآبادی، مرضیه؛ اسدی، عباس. (۱۴۰۳). جایگاه سواد رسانه‌ای در کتاب‌های درسی دوره متوسطه اول. *اندیشه‌های نوین تربیتی*، ۱۱۷-۱۳۱ (۲): ۲۰. doi: .

10.22051/JONTOE.2023.42849.3736

## مقدمه

از پایان قرن بیستم با توسعه فناوری‌های نوین و افزایش امکان دسترسی به رسانه‌ها و منابع اطلاعاتی، فرصت‌های جدیدی برای بشر به وجود آمده و وب تبدیل به محیط زندگی کاربرانی شده است که خود خالق و مبادله‌کننده معنا هستند (ریک و هیلر، ۲۰۲۱، ص. ۱۲) و دسترسی به رسانه‌ها و ابزار ارتباط جمعی، به‌عنوان پدیده‌های شگفت‌انگیز عصر اطلاعات (کستلز، ۲۰۱۰، ص. ۲۶) تغییرات زیادی در زندگی انسان‌ها ایجاد کرده است (هیل، ۲۰۰۵، ص. ۳۷). برخورد صحیح با رسانه‌ها نیازمند مهارت خاصی تحت عنوان «سواد رسانه‌ای» است که به‌عنوان یکی از مهارت‌های اساسی شهروندان در قرن بیست‌ویکم به شمار می‌آید (رنی، ۲۰۱۰، ص. ۱۸) و هدف آن کمک به فرد برای به حداقل رساندن خطرات رسانه و بهره‌گیری از فرصت‌های آن است (کرویل، ۲۰۰۹، ص. ۳۹۵؛ لیوینگستون و همکاران، ۲۰۱۷، ص. ۳). سواد رسانه‌ای بر مهارت فهم، ارزیابی و به کار بستن رسانه‌ها تأکید می‌کند (مولر و همکاران، ۲۰۱۱، ص. ۱۱) و به دنبال تبدیل کردن افراد به شهروندان هوشمندی است که به آسانی تسلیم پیام‌های رسانه‌ای نشوند (روگو، ۲۰۰۹، ص. ۷۲).

بر اساس نظریه تامن<sup>۱</sup> سواد رسانه‌ای مانند فیلتری است که سه لایه دارد. لایه اول برنامه‌ریزی شخصی در استفاده از رسانه‌هاست یعنی فرد تلاش می‌کند میزان استفاده خود از رسانه‌ها را مدیریت کند. در لایه دوم مخاطب به ابعاد پنهان رسانه توجه می‌کند و به پرسش‌های عمیقی می‌پردازد؛ مانند این سؤال که مالک و سازنده پیام رسانه‌ای کیست؟ هدف این پیام کدام است؟ ذی‌نفعان آن چه کسانی هستند؟ سطح سوم فهم انتقادی رسانه است که مخاطب به تجزیه و تحلیل و پرسش درباره چهارچوب ساخت پیام و ابعاد پنهان آن می‌پردازد. آنچه در این لایه اهمیت دارد، درک حقیقت و ابعادی از پیام است که حذف شده است (کواج و رزوستیل، ۲۰۰۷، ص. ۷۹). کمیسیون اتحادیه اروپا نیز تعریف جامعی 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 به‌صورت روزانه با آنها مواجه می‌شویم؛ همچنین توانایی تولید و ارتباط مؤثر با رسانه‌هایی که افراد به آن‌ها دسترسی دارند» (کمیسیون اتحادیه اروپا، ۲۰۱۱، ص. ۲۱) این تعریف بر پایه چهار بعد اساسی بنا شده است: ۱. دسترسی به رسانه‌ها؛ که به فرصت‌های استفاده فیزیکی از رسانه‌ها اشاره داد (لیوینگستون، ۲۰۰۴، ص. ۱۳) ۲. استفاده: این مؤلفه به بعد فنی سواد رسانه‌ای تأکید می‌کند. با این مهارت، مخاطب می‌تواند به شکل مؤثر و مفید از رسانه‌ها استفاده کند ۳. فهم انتقادی: این بعد شامل رمزگشایی، تحلیل و ارزیابی است. در این مرحله فرد می‌آموزد چگونه معنای نامحسوس پیام‌های رسانه‌ای را آشکار کند (کلوت و تورنرو، ۲۰۰۹، ص. ۹) ۴. تولید پیام رسانه‌ای: مهارتی که امکان تولید، خلق و انتشار پیام‌هایی با رمزگان مختلف را به فرد می‌دهد (تیلور، ۲۰۰۲، ص. ۶).

پرورش شایستگی‌های رسانه‌ای نیازمند آموزش است؛ لذا آموزش سواد رسانه‌ای به‌عنوان یکی از کارآمدترین ابزار احیا و توسعه این سواد، مورد توجه کشورهای پیشرفته قرار گرفته است (تقی‌زاده، ۱۳۹۰، ص. ۶). در برنامه درسی مدارس این کشورها، سواد رسانه‌ای در قالب آموزش‌های رسمی از دوران کودکی ارائه می‌شود و این باور وجود دارد که نظام آموزش و پرورش تنها موظف به ارتقای سواد خواندن و نوشتن نیست، بلکه باید به‌صورت تخصصی برای آموزش سواد رسانه‌ای به دانش‌آموزان فعالیت کند (دهقان‌شاد و محمودی، ۱۳۹۱، ص. ۷۱).

در ایران، سواد رسانه‌ای مقوله‌ای کمتر شناخته‌شده است و در سال‌های اخیر بیشتر به مباحث سواد رسانه‌ای به‌عنوان یک ضرورت نظری پرداخته شده و آموزش سواد رسانه‌ای در سطح گسترده کمتر مورد توجه قرار گرفته است (دهقان‌شاد و محمودی، ۱۳۹۱، ص. ۷۱). در حالی که در بسیاری از کشورها آموزش سواد رسانه‌ای از دوران ابتدایی آغاز می‌شود، در کشور ما برخی از مفاهیم سواد رسانه‌ای از سال ۱۳۹۱ به‌طور ضمنی در برنامه درسی دوره متوسطه اول گنجانده شده و از سال ۱۳۹۵ به‌طور رسمی در قالب درس «تفکر و سواد رسانه‌ای» به پایه دهم در دوره متوسطه دوم اضافه شده است (سازمان پژوهش و برنامه‌ریزی آموزشی، ۱۳۹۱، ص. ۳) که این موضوع به ورود

دیر هنگام آموزش سواد رسانه‌ای به نظام آموزش رسمی، در مقایسه با کشورهای پیشرفته اشاره دارد. با توجه به اینکه در دوره متوسطه اول درس مجزایی برای آموزش سواد رسانه‌ای وجود ندارد، بررسی برنامه درسی این دوره تحصیلی از نظر میزان توجه به مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای، ابعاد و چگونگی آن ضرورت می‌یابد.

آموزش سواد رسانه‌ای در دوره متوسطه اول از این جهت اهمیت دارد که این دوران مقارن با تغییرات زیستی و اجتماعی بلوغ در دانش آموزان است. در این دوره دانش آموزان در حال گذار از تفکر انضمامی به تفکر انتزاعی هستند. به تدریج در راستای تشخیص طلبی اخلاقی گام برمی‌دارند و به مسائل اجتماعی، اخلاقی، سیاسی و مذهبی علاقه‌مند می‌شوند (صافی، ۱۳۹۳، ص. ۱۲۴) با محیط اجتماعی برخورد فعال دارند، بیش از هر دوره‌ای تحت تأثیر گروه‌های اجتماعی قرار می‌گیرند و در جست‌وجوی استقلال، هویت‌یابی و پذیرش نقش‌های اجتماعی هستند (منصور و دادستان، ۱۴۰۰، ص. ۱۲۴). ناتوانی در تفکر منطقی، تأثیرپذیری از دیگران، بحران هویت و سرگردانی نوجوانان در این دوره سنی باعث می‌شود که آسیب‌پذیری آنان در برابر رسانه‌ها بیشتر باشد؛ چراکه رسانه‌ها با تغییر در الگوهای سنتی و ایجاد ارزش‌ها و هنجارهای جدید تلاش می‌کنند رفتار، نگرش و سبک زندگی مخاطبان خود را تغییر دهند (عبداللهی بکتاش و همکاران، ۱۳۹۷، ص. ۹۴) تزلزل نوجوانان و ناتوانی آنان برای تجزیه و تحلیل درست اطلاعات در این دوره، تأثیرپذیری آنان را از رسانه‌ها دوچندان می‌کند؛ لذا مؤثرترین راه کاهش این مخاطرات ارتقای سطح سواد رسانه‌ای آنان از طریق آموزش است.

در نظام آموزشی کنونی کشور، کتاب درسی را می‌توان مهم‌ترین ابزار برای آموزش به حساب آورد (ملکی، ۱۳۸۲؛ به نقل از ابراهیمی درچه و همکاران، ۱۳۹۵). همان‌طور که اشاره شد، کتاب درسی مجزایی برای آموزش سواد رسانه‌ای در دوره متوسطه اول وجود ندارد، لذا برای آنکه بدانیم تا چه اندازه آموزش متوسطه اول در دستیابی به اهداف آموزش سواد رسانه‌ای موفق بوده است بررسی محتوای کتاب‌های این دوره تحصیلی ضروری است. در صورتی که کتاب‌های درسی فرصت ارتقای سواد رسانه‌ای را ایجاد کنند دانش‌آموزان می‌توانند در برابر رسانه‌ها صورت عمیق، دقیق و جدی فکر کنند؛ تسلیم پیام‌های رسانه‌ای نشوند، پیام‌ها را به چالش بکشند و آگاهانه در معرض آنها قرار گیرند، دست به انتخاب بزنند و محتوای سالم را انتخاب کنند (محمودی، ۱۳۹۷، ص. ۹۸).

درباره آموزش سواد رسانه‌ای در نظام آموزشی ایران نیز پژوهش‌های متعددی صورت گرفته است. کدخدائیان آرانی و همکاران (۱۴۰۲) پژوهشی با هدف آسیب‌شناسی کیفی درس تفکر و سواد رسانه‌ای دوره متوسطه انجام دادند. یافته‌ها نشان داد آسیب‌های اجرایی این درس عبارتند از: محتوای ناسازگار، عدم توفیق دانش‌آموزان در تعیین صحت و درستی اطلاعات، عدم منجر شدن دانش‌آموزان به تأمل‌ورزی و فهم انتقادی اطلاعات، ناتوانی نسبت به نیازهای اطلاعاتی دانش‌آموزان، عدم توفیق دانش‌آموزان نسبت به ارتقای مسئولیت‌پذیری انتخاب و استفاده از پیام‌ها و اشکال دانش‌آموزان در شناخت شکل‌های بصری ارتباط که لازم است ضمن توجه به این آسیب‌ها در راستای رفع آن‌ها تلاش صورت گیرد. افتخاری و نوروزی (۱۴۰۲) در پژوهشی با عنوان «واکاوی روحیه پژوهشگری در کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای پایه دهم دوره آموزش متوسطه» ضمن معرفی مؤلفه‌های پرسشگری، کنجکاوی، تفکر انتقادی، ابراز وجود، استدلال کردن، مشارکت‌جویی و استقلال رأی، بیان نمودند که ضریب درگیری کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای از منظر مؤلفه‌های روحیه پژوهشگری به صورت فعال و پویا می‌باشد. رحیمی و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی با عنوان «طراحی برنامه درسی سواد رسانه‌ای ویژه دوره ابتدایی» برنامه‌ای در قالب چهار بعد هدف، محتوا، روش‌های یاددهی یادگیری و ارزشیابی تدوین کردند و ریزمؤلفه‌هایی همچون مهارت تشخیص تأثیرات محتوای رسانه و اتخاذ موضع فعال در برابر رسانه را از مهم‌ترین سرفصل‌های محتوایی برنامه سواد رسانه‌ای برشمردند. ولی‌زاده و جعفری (۱۳۹۸)، در پژوهشی پیمایشی با عنوان «نقش کتاب درسی تفکر و سواد رسانه‌ای در ارتقای ابعاد سواد رسانه‌ای دانش‌آموزان مقطع متوسطه دوره دوم شهر اردبیل» نشان دادند که کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای توانسته در پرورش چهار بعد ادراکی، زیباشناختی، احساسی و اخلاقی سواد رسانه مؤثر باشد. نصیری و بختیاری (۱۳۹۸) در پژوهش خود به بررسی و نقد کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای پایه دهم پرداختند و اذعان کردند که سه نوع تفکر قالب در این کتاب تفکر فلسفی، تفکر سیستمی و تفکر انتقادی می‌باشد. رویکرد کتاب مسئله محور است و از چهار مرحله آموزش سواد رسانه‌ای شامل دسترسی، تحلیل، تفکر نقادانه و تولید و خلق

پیام است تنها به دو بخش تحلیل و تفکر نقادانه پرداخته است. عبداللهی بکناش، اسلامی وآفانی (۱۳۹۷) در پژوهش خود به تحلیل محتوای کتاب درسی تفکر و سواد رسانه‌ای پایه دهم پرداختند و نشان دادند ۳۹ درصد از مؤلفه‌های مورد بررسی ناظر به اهداف و ۶۰ درصد مؤلفه‌ها به محتوا اشاره دارد و از میان این مؤلفه‌ها، مهارت پرسشگری و آشنایی با شیوه‌های اقتناع مخاطب بیشتر از دیگر مؤلفه‌ها مورد تأکید قرار گرفته است. صلواتیان، حسینی و معتضدی (۱۳۹۶) در پژوهش خود به طراحی الگوی آموزش سواد رسانه‌ای برای نوجوانان پرداختند و نتایج پژوهش آنان نشان داد که برای طراحی الگوی بومی آموزش سواد رسانه‌ای به نوجوانان در ایران، باید از ظرفیت‌های دو سازمان آموزش و پرورش و صدا و سیما، استفاده کرد. در الگوی تدوین شده، تربیت افراد هدف اصلی است و بر همین اساس دیگر ابعاد آموزش سواد رسانه‌ای، مانند روش تدریس و محتوای آموزشی مشخص شده است. تقی‌زاده و طاهری (۱۳۹۵) مطالعه‌ای با عنوان «ضرورت‌ها و نیازمندی‌های آموزش بومی سواد رسانه‌ای» از طریق مصاحبه با متخصصان حوزه برنامه درسی، حوزه ارتباطات و رسانه و کارشناسان ستادی و اجرایی انجام دادند. یافته‌ها حاکی از ضرورت تدوین محتوا در قالب کتاب درسی مجزا در دوره متوسطه برای دانش‌آموزان است. این محتوا باید با ویژگی‌های فرهنگ بومی و اسناد بالادستی مانند سند تحول بنیادین آموزش و پرورش هماهنگی داشته باشد به گونه‌ای تدوین شود که دربردارنده فرصت‌هایی برای پرورش مهارت نقد و تحلیل‌گری در فراگیران باشد. دلاوری، خانیکی و شاه‌حسینی (۱۳۹۴)، در پژوهشی با عنوان «مطالعه موردی اجرای طرح درس سواد رسانه‌ای برای دانش‌آموزان پایه چهارم ابتدایی» با مطالعه کتابخانه‌ای برنامه‌های درباره سواد رسانه‌ای در قالب ۸ جلسه آموزشی طراحی کردند. نتایج به‌دست‌آمده از اجرای این دوره حاکی از موفقیت‌آمیز بودن آن ابعاد مهارت‌های انتقادی و رویکرد شناختی بوده است. تقی‌زاده و کیا (۱۳۹۳)، در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که ارائه آموزش سواد رسانه‌ای در مدارس موجب افزایش مهارت دانش‌آموزان در استفاده هوشمندانه از رسانه‌ها و توسعه هویت ایرانی-اسلامی می‌گردد. محتوای آموزش رسانه‌ای باید دربردارنده فرصت‌هایی برای شناخت رسانه‌ها، نقد و تحلیل متون و ساخت محتوای رسانه‌ای باشد. به این منظور در دوره ابتدایی تلفیق آموزش رسانه‌ای با دیگر متون درسی و برای دوره متوسطه تدوین درس مستقل پیشنهاد شد.

در خارج از کشور ژانگ و همکاران (۲۰۲۴) با اجرای یک پژوهش نیمه‌تجربی با هدف بررسی نقش بسته آموزشی سواد رسانه‌ای در مدارس به این نتیجه رسیدند که دوره سواد رسانه‌ای دیجیتال بر مشارکت شهروندی دانش‌آموزان تأثیر مثبت داشته، اما بر مهارت‌های فنی، درک انتقادی و ایجاد ارتباط نقشی نداشته است. چوی (۲۰۲۳) در پژوهش خود به بررسی ادراک دانش‌آموزان راهنمایی و متوسطه از مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای پرداخت. نتایج به‌دست‌آمده نشان‌دهنده درک مثبت سواد رسانه‌ای بین دانش‌آموزان بود همچنین یافته‌ها نشان داد که لازم است در زمینه چالش‌های رسانه‌های دیجیتال و قضاوت انتقادی پیام‌ها به دانش‌آموزان آموزش ارائه شود. داپری (۲۰۲۲) که در پژوهش خود به بررسی سواد رسانه‌ای دانش‌آموزان متوسطه پرداخته چنین نتیجه‌گیری کرده است که دانش‌آموزان در جست‌وجوی منابع اطلاعاتی و گزینش آن مهارت کافی ندارند همچنین نمی‌توانند به درستی درباره پیام‌های رسانه‌ای قضاوت و تحلیل کنند؛ لذا آموزش سواد رسانه‌ای و شیوه منبع‌یابی برای آنان ضروری است. پولیزی (۲۰۲۰) در پژوهشی با عنوان «سواد دیجیتال در برنامه درسی انگلستان» به تعیین ابعاد سواد دیجیتال پرداخته و مؤلفه‌های آن را شامل تأمل در ماهیت و منشأ اطلاعات، دانش زمینه‌ای و استفاده از منابع متعدد، مهارت‌ها و دانش کاربردی در مورد اینترنت و محیط دیجیتال می‌داند و بر لزوم بازنگری برنامه درسی برای گنجاندن مؤلفه‌های نام برده تأکید می‌کند.

مرور پژوهش‌های قبلی نشان می‌دهد که پژوهشگران هرکدام به بررسی جنبه‌ای از آموزش سواد رسانه‌ای پرداخته‌اند. بخشی از پژوهش‌ها با هدف نیازسنجی و شناسایی ابعاد ضروری آموزش سواد رسانه‌ای در بین دانش‌آموزان انجام شده است. دسته‌ای دیگر به طراحی الگوی مطلوب سواد رسانه‌ای برای مقاطع تحصیلی مختلف اختصاص دارد. بخشی دیگر تأثیر دوره‌های آموزشی را بر ارتقای سواد رسانه‌ای بررسی می‌کند و سطح سواد رسانه‌ای دانش‌آموزان را می‌سنجد و گروه آخر بر کتاب «تفکر و سواد رسانه‌ای» پایه دهم به‌عنوان نخستین تجربه رسمی نظام آموزشی در حوزه سواد رسانه‌ای تمرکز دارد و به نقد، تحلیل و بررسی آن می‌پردازد. پژوهش‌های قبلی نشان‌دهنده توجه پژوهشگران به آموزش سواد رسانه‌ای است اما جای خالی بررسی برنامه درسی و به‌ویژه تحلیل کتاب‌های درسی مقاطع تحصیلی

مختلف احساس می‌شود. از مرور پژوهش‌ها چنین برداشت می‌شود که پژوهشی درباره آموزش سواد رسانه‌ای در دوره متوسطه اول و جایگاه آن در کتب درسی این دوره انجام نشده است؛ لذا با توجه به ضرورت آموزش سواد رسانه‌ای در این دوره، هدف اصلی پژوهش حاضر بررسی جایگاه سواد رسانه‌ای در کتاب‌های درسی دوره متوسطه اول می‌باشد و به این منظور به پرسش‌های زیر پاسخ داده خواهد شد:

میزان توجه هر یک از کتاب‌های درسی به مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای در هر پایه تحصیلی چه میزان است؟  
توزیع فراوانی مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای در کتاب‌های درسی دوره متوسطه اول چگونه است؟

## روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر با رویکرد کمی بر اساس روش تحلیل محتوا با فن آنتروپی شانون انجام شد. جامعه پژوهش، کتاب‌های درسی دوره متوسطه اول در سال ۱۴۰۱ بود که از میان آنها در مجموع ۱۵ کتاب (در شش عنوان و سه پایه) به صورت هدفمند، برای نمونه انتخاب شدند. نمونه مورد نظر شامل کتاب‌های مطالعات اجتماعی (هفتم، هشتم و نهم)، پیام‌های آسمان (هفتم، هشتم و نهم)، فارسی (هفتم، هشتم و نهم)، کار و فناوری (هفتم، هشتم و نهم)، تفکر و سبک زندگی (هفتم و هشتم) و آمادگی دفاعی (نهم) بود. ملاک انتخاب کتب مورد بررسی ارتباط آن‌ها با موضوع پژوهش و قابلیت‌شان برای دربرداشتن مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای بود. کتاب‌های مطالعات اجتماعی و کار و فناوری کتبی هستند که به طور مستقیم با سواد رسانه‌ای در ارتباط‌اند. همچنین از آنجایی که در کتاب‌های فارسی، هدیه‌های آسمان، آمادگی دفاعی و تفکر و سبک زندگی به آموزش مباحث اخلاقی، دینی و سبک زندگی صحیح پرداخته می‌شود، این کتاب‌ها می‌توانند برای آموزش مفاهیم سواد رسانه‌ای نیز مناسب باشند. ابزار گردآوری اطلاعات در این پژوهش چک‌لیست محقق‌ساخته آموزش سواد رسانه‌ای بود. برای ساخت ابزار نخست مبانی نظری، گردآوری و مورد بررسی قرار گرفت و به منابع گوناگون داخلی و خارجی مراجعه شد. همچنین با مطالعه پژوهش‌های انجام شده در حوزه آموزش سواد رسانه‌ای و ابعاد آن، مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای شناسایی شدند. به این منظور، از نتایج پژوهش‌های افتخاری و نوروزی (۱۴۰۲)، رحیمی و همکاران (۱۴۰۰)، ولی‌زاده و جعفری (۱۳۹۸)، نصیری و بختیاری (۱۳۹۸)، عبداللهی بکتاش و همکاران (۱۳۹۷)، محمودی (۱۳۹۷)، صلواتیان، حسینی و معتمدی (۱۳۹۶)، دلاوری، خانیکی و شاه‌حسینی (۱۳۹۴)، تقی‌زاده و کیا (۱۳۹۳)، محمودی کوکنده (۱۳۹۰) استفاده شد. با مطالعه مبانی نظری و پژوهش‌های انجام شده، مجموعه‌ای از مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای به دست آمد که پس از دسته‌بندی در گروه مؤلفه‌های اصلی و فرعی، در قالب چک‌لیست اولیه تدوین شد. این چک‌لیست در اختیار ۵ نفر از متخصصان حوزه علوم ارتباطات قرار گرفت و با اعمال نظرات ایشان پس از حذف و ادغام برخی از مؤلفه‌ها، چک‌لیست نهایی در قالب ۵ مؤلفه اصلی شامل مبانی نظری، مهارت نقد و تحلیل پیام، ملاحظات اخلاقی و امنیتی، کاربست رسانه و رژیم مصرف رسانه‌ای و ۲۹ زیرمؤلفه تهیه شد که در جدول شماره ۱ مشخص شده است. واحد تحلیل در پژوهش حاضر مضامین مرتبط با سواد رسانه‌ای بود؛ به این منظور متن کتاب‌های درسی مورد نظر تحلیل شد. برای تعیین پایایی از روش توافق ارزیابان استفاده شد. به این منظور متن چهار کتاب درسی توسط سه نفر مسلط به تکنیک تحلیل محتوا و آشنا با موضوع سواد رسانه‌ای بررسی شد و مقدار ضریب همبستگی معادل ۰/۸۹ محاسبه شد.

جدول شماره ۱. مؤلفه‌ها و زیرمؤلفه‌های آموزش سواد رسانه‌ای

| مؤلفه | زیرمؤلفه                                 | مؤلفه | زیرمؤلفه                       |
|-------|--|-------|--------------------------------|
| ۱     | مفهوم رسانه و ارتباط                     | ۲     | مقاصد و ارزش‌های پنهان رسانه   |
|       | فرصت‌های رسانه                           |       | مالکیت در رسانه                |
| ۳     | محدودیت‌ها و آسیب‌های رسانه              | ۴     | تحلیل پیام و درک لایه‌های آن   |
|       | تاریخچه تحولات رسانه                     |       | نقد و ارزیابی متن، فیلم، تصویر |
| ۵     | رسانه‌های دیداری، امکانات و ویژگی‌های آن | ۶     | زبان و نمادهای رسانه           |

|                                   |   |              |
|-----------------------------------|---|--------------|
| فنون اقناعی رسانه‌ها              | رسانه‌های شنیداری، امکانات و ویژگی‌های آن   |              |
| رعایت حریم شخصی خود و دیگران      | رسانه‌های نوشتاری، امکانات و ویژگی‌های آن   |              |
| رعایت نکات امنیتی در کاربست رسانه | پایگاه‌های اینترنتی، امکانات و ویژگی‌های آن |              |
| مصادیق بی‌اخلاقی در فضای رسانه    | بازی‌های رایانه‌ای، امکانات و ویژگی‌های آن  |              |
| رعایت مالکیت معنوی                | تبلیغات و اخبار، امکانات و ویژگی‌های آن     |              |
| صداقت و امانت داری                | کاربا نرم افزارهای صوتی و تصویری            |              |
| مدیریت زمانی در مصرف رسانه        | کار با نرم افزارهای گرافیکی                 | کاربست رسانه |
|                                   | کار با نرم افزارهای ارتباطی                 |              |
|                                   | مهارت‌های اساسی کامپیوتر (ICDL)             |              |
| انتخاب و گزینش محتوای رسانه ای    | جست‌وجو در اینترنت                          |              |
|                                   | تولید محتوای رسانه‌ای (فیلم، پوستر، بازی)   |              |

برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش آنتروپی شانون که برگرفته از تئوری سیستم‌هاست، استفاده شد. آنتروپی شانون، پردازش داده‌ها را در بحث تحلیل محتوا با نگاه جدیدی مطرح می‌کند. براساس این روش، تحلیل داده‌ها در تحلیل محتوا بسیار قوی‌تر و معتبرتر عمل خواهد کرد. آنتروپی در نظریه اطلاعات، شاخصی برای اندازه‌گیری عدم اطمینان است که به وسیله یک توزیع احتمال بیان می‌شود (آذر، ۱۳۸۰). بر اساس این روش، محتوای کتاب‌های درسی مورد نظر بر اساس ۵ مؤلفه و ۲۹ زیرمؤلفه سواد رسانه‌ای مورد بررسی قرار گرفت.

در گام اول پس از طبقه‌بندی مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای و تنظیم جدول فراوانی، فراوانی مضامین بر اساس مؤلفه‌ها، ماتریس‌های فراوانی مورد نظر به هنجار شدند. به این منظور از روش نرمال سازی خطی با فرمول زیر استفاده شد:

$$P_{ij} = \frac{F_{ij}}{\sum_{i=1}^m F_{ij}} \quad (i = 1, 2, 3, \dots, m, j = 1, 2, \dots, n)$$

F: فراوانی مؤلفه، P: هنجارشده ماتریس فراوانی، i: تعداد پاسخگو  
N: تعداد مؤلفه، m: تعداد پاسخگو، j: شماره مؤلفه

در گام دوم بار اطلاعاتی هر مقوله بر اساس رابطه زیر محاسبه شد:

$$E_j = -k \sum_{i=1}^m [p_{ij} \ln p_{ij}] \quad (i=1, 2, 3, \dots, m, j=1, 2, \dots, n) \quad k = \frac{1}{\ln M}$$

Ej: بار اطلاعاتی، P: هنجارشده ماتریس فراوانی  
Ln: لگاریتم نپری

در گام سوم با استفاده از بار اطلاعاتی مقوله‌ها ضریب اهمیت هریک بر اساس رابطه زیر محاسبه شد (آذر، ۱۳۸۰: ۹):

$$W_j = \frac{E_j}{\sum_{j=1}^n E_j}$$

Ej: بار اطلاعاتی، Wj: درجه اهمیت

### یافته‌های پژوهش

برای پاسخگویی به سؤال اول پژوهش متن هر کتاب درسی بر اساس مؤلفه‌های مورد نظر تحلیل شد که نتایج این بخش در جدول شماره ۲ آمده است.

جدول شماره ۲. توزیع فراوانی مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای در کتاب‌های درسی برحسب پایه تحصیلی

| کتاب‌ها<br>زیرمؤلفه‌ها | پایه هفتم        |                 |            | پایه هشتم        |                 |            | پایه نهم         |                 |            |
|------------------------|------------------|-----------------|------------|------------------|-----------------|------------|------------------|-----------------|------------|
|                        | تفکر و سبک زندگی | مطالعات اجتماعی | کاروفناوری | تفکر و سبک زندگی | مطالعات اجتماعی | کاروفناوری | تفکر و سبک زندگی | مطالعات اجتماعی | کاروفناوری |
| مفهوم رسانه و ارتباط   | ۰                | ۰               | ۰          | ۰                | ۴               | ۰          | ۰                | ۰               | ۰          |
| فرصت‌های رسانه         | ۱                | ۰               | ۰          | ۱                | ۱۲              | ۵          | ۱                | ۰               | ۲          |
| آسیب‌های رسانه         | ۱                | ۰               | ۱          | ۷                | ۱۰              | ۱          | ۱۲               | ۰               | ۲          |

|    |   |    |     |    |    |    |     |    |    |    |    |   |   |                                 |                           |  |
|----|---|----|-----|----|----|----|-----|----|----|----|----|---|---|---------------------------------|---------------------------|--|
| ۱  | ۰ | ۰  | ۰   | ۰  | ۰  | ۱  | ۰   | ۰  | ۱  | ۰  | ۰  | ۰ | ۰ | تاریخچه تحولات رسانه            |                           |  |
| ۰  | ۰ | ۰  | ۰   | ۱  | ۱  | ۰  | ۰   | ۰  | ۰  | ۰  | ۰  | ۰ | ۰ | رسانه‌های دیداری و ویژگی آن     |                           |  |
| ۰  | ۰ | ۰  | ۰   | ۱  | ۱  | ۰  | ۰   | ۰  | ۰  | ۰  | ۰  | ۰ | ۰ | رسانه‌های شنیداری و ویژگی آن    |                           |  |
| ۰  | ۰ | ۰  | ۰   | ۱  | ۳  | ۰  | ۰   | ۰  | ۰  | ۰  | ۰  | ۰ | ۰ | رسانه‌های نوشتاری و ویژگی آن    |                           |  |
| ۴  | ۰ | ۰  | ۰   | ۱  | ۷  | ۰  | ۰   | ۰  | ۰  | ۶  | ۰  | ۰ | ۰ | پایگاه‌های اینترنتی و ویژگی آن  |                           |  |
| ۹  | ۰ | ۰  | ۰   | ۱  | ۰  | ۰  | ۰   | ۰  | ۰  | ۰  | ۰  | ۰ | ۰ | بازی‌های رایانه‌ای و ویژگی آن   |                           |  |
| ۰  | ۰ | ۰  | ۰   | ۱  | ۱  | ۱  | ۵   | ۰  | ۰  | ۰  | ۰  | ۰ | ۰ | تبلیغات، اخبار و ویژگی‌های آن   |                           |  |
| ۰  | ۰ | ۰  | ۰   | ۶  | ۰  | ۰  | ۰   | ۰  | ۲  | ۰  | ۰  | ۰ | ۱ | زبان و نمادهای رسانه            |                           |  |
| ۰  | ۰ | ۱  | ۰   | ۰  | ۰  | ۰  | ۲   | ۰  | ۰  | ۰  | ۰  | ۰ | ۰ | فنون اقناعی رسانه‌ها            |                           |  |
| ۰  | ۰ | ۱  | ۰   | ۲  | ۱  | ۲  | ۱   | ۰  | ۳  | ۰  | ۰  | ۰ | ۰ | مقاصد و ارزش‌های پنهان رسانه    |                           |  |
| ۱  | ۰ | ۳  | ۰   | ۰  | ۰  | ۲  | ۰   | ۰  | ۲  | ۰  | ۰  | ۰ | ۰ | مالکیت در رسانه                 | نقد و تحلیل               |  |
| ۰  | ۰ | ۰  | ۴   | ۰  | ۰  | ۰  | ۰   | ۰  | ۱  | ۰  | ۰  | ۰ | ۳ | تحلیل پیام و درک لایه‌های آن    | ۳                         |  |
| ۰  | ۰ | ۰  | ۰   | ۱  | ۰  | ۰  | ۰   | ۰  | ۰  | ۰  | ۰  | ۰ | ۰ | نقد و ارزیابی متن، فیلم و...    | ۱                         |  |
| ۱  | ۰ | ۰  | ۰   | ۰  | ۸  | ۰  | ۰   | ۰  | ۰  | ۰  | ۰  | ۰ | ۰ | کار با نرم‌افزارهای صوتی تصویری | ۱                         |  |
| ۲۱ | ۰ | ۰  | ۰   | ۰  | ۱  | ۰  | ۰   | ۰  | ۱  | ۱  | ۰  | ۰ | ۰ | کار با نرم‌افزارهای گرافیکی     |                           |  |
| ۰  | ۰ | ۰  | ۰   | ۰  | ۱۲ | ۰  | ۰   | ۰  | ۱  | ۰  | ۰  | ۰ | ۰ | کار با نرم‌افزارهای ارتباطی     | کار بست رسانه             |  |
| ۳  | ۰ | ۰  | ۰   | ۰  | ۱۰ | ۰  | ۰   | ۰  | ۱  | ۲۰ | ۰  | ۰ | ۰ | مهارت‌های اساسی کامپیوتر        |                           |  |
| ۵  | ۰ | ۰  | ۰   | ۰  | ۵  | ۱  | ۰   | ۰  | ۰  | ۱۳ | ۰  | ۰ | ۰ | جست‌وجو در اینترنت              |                           |  |
| ۲  | ۴ | ۰  | ۰   | ۰  | ۵  | ۱  | ۰   | ۰  | ۰  | ۱  | ۱  | ۰ | ۰ | تولید محتوای رسانه‌ای           |                           |  |
| ۱  | ۰ | ۰  | ۰   | ۰  | ۰  | ۱  | ۰   | ۰  | ۰  | ۰  | ۰  | ۰ | ۰ | مدیریت زمانی در مصرف رسانه      | رژیم مصرف                 |  |
| ۰  | ۰ | ۰  | ۰   | ۱  | ۱  | ۰  | ۰   | ۰  | ۰  | ۱  | ۰  | ۰ | ۰ | انتخاب و گزینش محتوای رسانه     |                           |  |
| ۱  | ۰ | ۰  | ۰   | ۰  | ۱  | ۱  | ۰   | ۱  | ۰  | ۰  | ۰  | ۰ | ۰ | رعایت حریم شخصی                 |                           |  |
| ۴  | ۰ | ۰  | ۰   | ۰  | ۸  | ۸  | ۰   | ۰  | ۲  | ۱  | ۰  | ۰ | ۰ | نکات امنیتی در کار بست رسانه    | ملاحظات اخلاقی و امنیتی   |  |
| ۰  | ۰ | ۰  | ۰   | ۰  | ۰  | ۲  | ۰   | ۱  | ۰  | ۰  | ۰  | ۰ | ۰ | مصادیق اخلاق و بی-اخلاقی        |                           |  |
| ۲  | ۰ | ۰  | ۰   | ۰  | ۰  | ۰  | ۰   | ۰  | ۰  | ۰  | ۰  | ۰ | ۰ | رعایت مالکیت معنوی              | ۱                         |  |
| ۱  | ۰ | ۰  | ۰   | ۰  | ۰  | ۰  | ۰   | ۰  | ۳  | ۰  | ۰  | ۰ | ۰ | صداقت و امانت داری              | ۲                         |  |
| ۶۲ | ۴ | ۱۲ | ۴   | ۲۹ | ۷۱ | ۴۶ | ۱۳  | ۱۰ | ۲۹ | ۵۶ | ۱  | ۱ | ۴ | ۱۱                              | مجموع مؤلفه‌ها در هر کتاب |  |
|    |   |    | ۱۱۱ |    |    |    | ۱۶۹ |    |    |    | ۷۳ |   |   |                                 | مجموع مؤلفه‌ها در هر پایه |  |

بر اساس یافته‌های جدول شماره ۲ کتاب‌های پیام‌های آسمان و مطالعات اجتماعی پایه هفتم دارای کمترین فراوانی (۱ مورد) در مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای هستند و کتاب کاروفناوری پایه هشتم با فراوانی ۷۱، بیشترین فراوانی در مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای را به خود اختصاص داده است. همچنین در میان پایه‌های تحصیلی، پایه هفتم با ۷۱ مورد فراوانی کمترین توجه را به مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای دارد و بیشترین توجه به مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای در کتاب‌های درسی پایه هشتم با فراوانی ۱۶۹ می‌باشد. برای پاسخگویی به سؤال دوم پژوهش، در گام اول فراوانی مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای در هر موضوع درسی محاسبه شد که نتایج آن در جدول شماره ۳ گزارش شده است.

جدول شماره ۳. توزیع فراوانی مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای در کتاب‌های درسی متوسطه اول برحسب موضوع درسی

| مؤلفه‌ها<br>زیرمؤلفه‌ها       | کتاب‌ها                                  | تفکر و<br>سبک<br>زندگی | آمادگی<br>دفاعی اجتماعی | مطالعات<br>پیام‌های<br>آسمان | فارسی | کار و<br>فناوری | مجموع | درصد<br>فراوانی | مؤلفه‌ها |         |    |    |    |    |    |
|-------------------------------|--|------------------------|-------------------------|------------------------------|-------|-----------------|-------|-----------------|----------|---------|----|----|----|----|----|
|                               |  |                        |                         |                              |       |                 |       |                 | مجموع    | فراوانی |    |    |    |    |    |
| مبانی<br>نظری                 | مفهوم رسانه و ارتباط                     | ۲                      | ۰                       | ۴                            | ۰     | ۰               | ۶     | ۴۱              | ۱۴۵      | ۰       |    |    |    |    |    |
|                               | فرصت‌های رسانه                           | ۲                      | ۱                       | ۱۲                           | ۰     | ۲۰              | ۳۶    |                 |          |         |    |    |    |    |    |
|                               | آسیب‌های رسانه                           | ۱۰                     | ۱۲                      | ۱۰                           | ۱۳    | ۷               | ۴     | ۵۶              |          |         |    |    |    |    |    |
|                               | تاریخچه تحولات رسانه                     | ۱                      | ۰                       | ۱                            | ۰     | ۱               | ۳     |                 |          |         |    |    |    |    |    |
|                               | رسانه‌های دیداری و ویژگی‌های آن          | ۰                      | ۱                       | ۰                            | ۰     | ۰               | ۱     | ۲               |          |         |    |    |    |    |    |
|                               | رسانه‌های شنیداری و ویژگی‌های آن         | ۰                      | ۱                       | ۰                            | ۰     | ۰               | ۱     | ۲               |          |         |    |    |    |    |    |
|                               | رسانه‌های نوشتاری و ویژگی‌های آن         | ۰                      | ۱                       | ۰                            | ۰     | ۰               | ۳     | ۴               |          |         |    |    |    |    |    |
|                               | پایگاه‌های اینترنتی و ویژگی‌های آن       | ۰                      | ۱                       | ۰                            | ۰     | ۰               | ۱۷    | ۱۸              |          |         |    |    |    |    |    |
| نقد و<br>تحلیل                | بازی‌های رایانه‌ای و ویژگی‌های آن        | ۰                      | ۱                       | ۰                            | ۰     | ۰               | ۹     | ۱۰              |          |         |    |    |    |    |    |
|                               | تبلیغات و اخبار و ویژگی‌های آن           | ۰                      | ۱                       | ۱                            | ۵     | ۰               | ۱     | ۸               |          |         |    |    |    |    |    |
|                               | زبان و نمادهای رسانه                     | ۲                      | ۶                       | ۰                            | ۰     | ۱               | ۰     | ۹               |          |         |    |    |    |    |    |
|                               | فنون اقناعی رسانه‌ها                     | ۱                      | ۰                       | ۰                            | ۳     | ۰               | ۰     | ۴               |          |         |    |    |    |    |    |
| کاربست<br>رسانه               | مقاصد و ارزش‌های پنهان رسانه             | ۳                      | ۲                       | ۲                            | ۲     | ۱               | ۱۰    | ۱۲/۵            | ۴۴       |         |    |    |    |    |    |
|                               | مالکیت در رسانه                          | ۲                      | ۰                       | ۲                            | ۳     | ۰               | ۱     | ۸               |          |         |    |    |    |    |    |
|                               | تحلیل پیام و درک لایه‌های آن             | ۴                      | ۰                       | ۰                            | ۰     | ۷               | ۰     | ۱۱              |          |         |    |    |    |    |    |
|                               | نقد و ارزیابی متن، فیلم، تصویر، بازی     | ۱                      | ۱                       | ۰                            | ۰     | ۰               | ۰     | ۲               |          |         |    |    |    |    |    |
| رژیم<br>مصرف                  | کاربا نرم‌افزارهای صوتی و تصویری         | ۱                      | ۰                       | ۰                            | ۰     | ۰               | ۹     | ۱۰              |          |         |    |    |    |    |    |
|                               | کار با نرم‌افزارهای گرافیکی              | ۱                      | ۰                       | ۰                            | ۰     | ۰               | ۲۳    | ۲۴              |          |         |    |    |    |    |    |
|                               | کار با نرم‌افزارهای ارتباطی              | ۱                      | ۰                       | ۰                            | ۰     | ۰               | ۱۲    | ۱۳              |          |         |    |    |    |    |    |
|                               | مهارت‌های اساسی کامپیوتر (ICDL)          | ۱                      | ۰                       | ۰                            | ۰     | ۰               | ۳۳    | ۳۴              |          |         |    |    |    |    |    |
|                               | جست‌وجو در اینترنت                       | ۰                      | ۱                       | ۰                            | ۰     | ۰               | ۲۳    | ۲۴              |          |         |    |    |    |    |    |
| ملاحظات<br>اخلاقی و<br>امنیتی | تولیدمحتوای رسانه‌ای (پوستر، فیلم، بازی) | ۰                      | ۰                       | ۶                            | ۰     | ۰               | ۸     | ۱۴              |          |         |    |    |    |    |    |
|                               | مدیریت زمانی در مصرف رسانه               | ۰                      | ۰                       | ۱                            | ۰     | ۰               | ۱     | ۲               |          |         |    |    |    |    |    |
| ملاحظات<br>اخلاقی و<br>امنیتی | انتخاب و گزینش محتوای رسانه‌ای           | ۰                      | ۱                       | ۰                            | ۰     | ۰               | ۲     | ۳               |          |         |    |    |    |    |    |
|                               | رعایت حریم شخصی خود و دیگران             | ۱                      | ۰                       | ۱                            | ۰     | ۱               | ۲     | ۵               |          |         |    |    |    |    |    |
|                               | نکات امنیتی در کاربری رسانه              | ۲                      | ۰                       | ۸                            | ۰     | ۰               | ۱۳    | ۲۳              |          |         |    |    |    |    |    |
|                               | مصادیق اخلاق و بی‌اخلاقی در رسانه        | ۰                      | ۰                       | ۲                            | ۰     | ۱               | ۰     | ۳               |          |         |    |    |    |    |    |
|                               | رعایت مالکیت معنوی                       | ۱                      | ۰                       | ۰                            | ۰     | ۰               | ۲     | ۳               |          |         |    |    |    |    |    |
| صداقت و امانت داری            | ۵  | ۰                      | ۰                       | ۰                            | ۰     | ۱               | ۶     |                 |          |         |    |    |    |    |    |
| مجموع                         |  |                        |                         |                              |       |                 |       |                 | ۳۵۳      | ۱۸۸     | ۱۸ | ۲۶ | ۵۱ | ۲۹ | ۴۱ |



بر اساس داده‌های جدول شماره ۳ مؤلفه مبانی نظری دارای بیشترین فراوانی (۱۴۵ مورد معادل ۴۱ درصد) و پس از آن به ترتیب مؤلفه‌های کاربری رسانه با فراوانی ۱۱۹ (۳۴ درصد) نقد و تحلیل پیام‌های رسانه‌ای با فراوانی ۴۳ (۱۲/۵ درصد) و ملاحظات امنیتی و اخلاقی با فراوانی ۴۰ (۱۱ درصد) قرار دارند و مؤلفه رژیم مصرف رسانه‌ای با فراوانی ۵ (۱/۵ درصد) دارای کمترین فراوانی می‌باشد. در بین زیرمؤلفه‌ها نیز آسیب‌های رسانه دارای بالاترین فراوانی (۵۹) است. در گام بعدی داده‌های به دست آمده به هنجار شدند و مقدار بار اطلاعاتی و ضریب اهمیت هر کدام محاسبه شد که نتایج آن در جدول شماره ۴ آمده است.

جدول شماره ۴. داده‌های بهنجار شده مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای در کتب درسی متوسطه اول

| مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای                   | تفکر و سبک زندگی |     | آمادگی دفاعی |        | مطالعات اجتماعی |         | پیام‌های آسمان |       | فارسی | کار و فناوری |
|---|------------------|-----|--------------|--------|-----------------|---------|----------------|-------|-------|--------------|
|   | زندگی            | سبک | دفاعی        | آمادگی | اجتماعی         | مطالعات | پیام‌های آسمان | فارسی |       |              |
| مفهوم رسانه و ارتباط                      | ۰/۳۴             |     | ۰            |        | ۰/۶۷            |         | ۰              |       |       |              |
| فرصت‌های رسانه                            | ۰/۰۵             |     | ۰/۰۲         |        | ۰/۳۴            |         | ۰              |       | ۰/۰۲  | ۰/۵۷         |
| آسیب‌های رسانه                            | ۰/۱۷             |     | ۰/۲۱         |        | ۰/۱۷            |         | ۰/۲۳           |       | ۰/۱۲  | ۰/۰۷         |
| تاریخچه تحولات رسانه                      | ۰/۳۳             |     | ۰            |        | ۰/۳۳            |         | ۰              |       |       | ۰/۳۳         |
| رسانه‌های دیداری و ویژگی‌های آن           | ۰                |     | ۰/۵          |        | ۰               |         | ۰              |       |       | ۰/۵          |
| رسانه‌های شنیداری و ویژگی‌های آن          | ۰                |     | ۰/۵          |        | ۰               |         | ۰              |       |       | ۰/۵          |
| رسانه‌های نوشتاری و ویژگی‌های آن          | ۰                |     | ۰/۲۵         |        | ۰               |         | ۰              |       |       | ۰/۷۵         |
| پایگاه‌های اینترنتی و ویژگی‌های آن        | ۰                |     | ۰/۵          |        | ۰               |         | ۰              |       |       | ۰/۹۵         |
| بازی‌های رایانه‌ای و ویژگی‌های آن         | ۰                |     | ۰/۱          |        | ۰               |         | ۰              |       |       | ۰/۹          |
| تبلیغات و اخبار و ویژگی‌های آن            | ۰                |     | ۰/۱۲         |        | ۰/۱۲            |         | ۰/۶۴           |       |       | ۰/۱۲         |
| زبان و نمادهای رسانه                      | ۰/۲۲             |     | ۰/۶۷         |        | ۰               |         | ۰              |       | ۰/۱۱  | ۰            |
| فنون اقناعی رسانه‌ها                      | ۰/۲۵             |     | ۰            |        | ۰               |         | ۰/۷۵           |       |       | ۰            |
| مقاصد و ارزش‌های پنهان رسانه              | ۰/۳              |     | ۰/۲          |        | ۰/۲             |         | ۰/۲            |       |       | ۰/۱          |
| مالکیت در رسانه                           | ۰/۲۵             |     | ۰            |        | ۰/۲۵            |         | ۰/۳۷           |       |       | ۰/۱۳         |
| تحلیل پیام و درک لایه‌های آن              | ۰/۳۶             |     | ۰            |        | ۰               |         | ۰              |       | ۰/۶۴  | ۰            |
| نقد و ارزیابی متن، فیلم، تصویر، بازی      | ۰/۵              |     | ۰/۵          |        | ۰               |         | ۰              |       |       | ۰            |
| کار با نرم افزارهای صوتی و تصویری         | ۰/۱              |     | ۰            |        | ۰               |         | ۰              |       |       | ۰/۹          |
| کار با نرم افزارهای گرافیکی               | ۰/۰۴             |     | ۰            |        | ۰               |         | ۰              |       |       | ۰/۹۶         |
| کار با نرم افزارهای ارتباطی               | ۰/۰۷             |     | ۰            |        | ۰               |         | ۰              |       |       | ۰/۹۳         |
| مهارت‌های اساسی کامپیوتر (ICDL)           | ۰/۰۳             |     | ۰            |        | ۰               |         | ۰              |       |       | ۰/۹۷         |
| جست‌وجو در اینترنت                        | ۰                |     | ۰            |        | ۰/۵             |         | ۰              |       |       | ۰/۹۵         |
| تولید محتوای رسانه‌ای (پوستر، فیلم، بازی) | ۰                |     | ۰            |        | ۰/۴۳            |         | ۰              |       |       | ۰/۵۷         |
| مدیریت زمانی در مصرف رسانه                | ۰                |     | ۰            |        | ۰/۵             |         | ۰              |       |       | ۰/۵          |
| انتخاب و گزینش محتوای رسانه‌ای            | ۰                |     | ۰/۳۶         |        | ۰               |         | ۰              |       |       | ۰/۶۴         |
| رعایت حریم شخصی خود و دیگران              | ۰/۲              |     | ۰            |        | ۰/۲             |         | ۰              |       | ۰/۲   | ۰/۴          |
| نکات امنیتی در کاربری رسانه               | ۰/۰۸             |     | ۰            |        | ۰/۳۴            |         | ۰              |       |       | ۰/۶۵         |
| مصادیق اخلاق و بی‌اخلاقی در رسانه         | ۰                |     | ۰            |        | ۰/۶۷            |         | ۰              |       | ۰/۳۳  | ۰            |
| رعایت مالکیت معنوی                        | ۰/۳۶             |     | ۰            |        | ۰               |         | ۰              |       |       | ۰/۶۴         |
| صداقت و امانت داری                        | ۰/۸۳             |     | ۰            |        | ۰               |         | ۰              |       |       | ۰/۱۷         |

بر اساس داده‌های به دست آمده در مرحله قبل، بار اطلاعاتی و ضریب اهمیت مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای محاسبه شد که نتایج آن در جدول ۵ گزارش شده است.

جدول شماره ۵. بار اطلاعاتی و ضریب اهمیت مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای در کتب درسی متوسطه اول

| مؤلفه‌ها                                  | بار اطلاعاتی (Ej) | ضریب اهمیت (Wj) |
|---|-------------------|-----------------|
| مفهوم رسانه و ارتباط                      | ۰/۳۵۳۸            | ۰/۰۲۷           |
| فرصت‌های رسانه                            | ۰/۵۵۳۹            | ۰/۰۴۳           |
| آسیب‌های رسانه                            | ۰/۹۵۳۱            | ۰/۰۷۴           |
| تاریخچه تحولات رسانه                      | ۰/۶۱۳۱            | ۰/۰۴۸           |
| رسانه‌های دیداری و ویژگی‌های آن           | ۰/۷۱۹۸            | ۰/۰۵۶           |
| رسانه‌های شنیداری و ویژگی‌های آن          | ۰/۷۱۹۸            | ۰/۰۵۶           |
| رسانه‌های نوشتاری و ویژگی‌های آن          | ۰/۳۱۵۲            | ۰/۰۲۴           |
| پایگاه‌های اینترنتی و ویژگی‌های آن        | ۰/۱۱۰۲            | ۰/۰۰۸           |
| بازی‌های رایانه‌ای و ویژگی‌های آن         | ۰/۱۸۳۵            | ۰/۰۱۴           |
| تبلیغات و اخبار و ویژگی‌های آن            | ۰/۵۸۶۵            | ۰/۰۴۶           |
| زبان و نمادهای رسانه                      | ۰/۴۷۰۵            | ۰/۰۳۷           |
| فنون اقناعی رسانه‌ها                      | ۰/۳۱۵۲            | ۰/۰۲۴           |
| مقاصد و ارزش‌های پنهان رسانه              | ۰/۹۱۴۲            | ۰/۰۷۱           |
| مالکیت در رسانه                           | ۰/۷۴۰۱            | ۰/۰۵۸           |
| تحلیل پیام و درک لایه‌های آن              | ۰/۳۶۵۶            | ۰/۰۲۸           |
| نقد و ارزیابی متن، فیلم، تصویر، بازی      | ۰/۷۱۹۸            | ۰/۰۵۶           |
| کار با نرم‌افزارهای صوتی و تصویری         | ۰/۱۸۳۵            | ۰/۰۱۴           |
| کار با نرم‌افزارهای گرافیکی               | ۰/۰۹۳۲            | ۰/۰۰۷           |
| کار با نرم‌افزارهای ارتباطی               | ۰/۱۴۰۲            | ۰/۰۱۱           |
| مهارت‌های اساسی کامپیوتر (ICDL)           | ۰/۰۷۴۹            | ۰/۰۰۵           |
| جست‌وجو در اینترنت                        | ۰/۱۱۰۲            | ۰/۰۰۸           |
| تولید محتوای رسانه‌ای (پوستر، فیلم، بازی) | ۰/۳۷۹۸            | ۰/۰۲۹           |
| مدیریت زمانی در مصرف رسانه                | ۰/۷۱۹۸            | ۰/۰۵۶           |
| انتخاب و گزینش محتوای رسانه‌ای            | ۰/۳۶۵۶            | ۰/۰۲۸           |
| رعایت حریم شخصی خود و دیگران              | ۰/۵۶۴۶            | ۰/۰۴۴           |
| نکات امنیتی در کاربست رسانه               | ۰/۴۷۲۴            | ۰/۰۳۷           |
| مصادیق اخلاق و بی‌اخلاقی در رسانه         | ۰/۳۵۳۹            | ۰/۰۲۷           |
| رعایت مالکیت معنوی                        | ۰/۳۶۵۶            | ۰/۰۲۸           |
| صداقت و امانت‌داری                        | ۰/۲۵۵۸            | ۰/۰۲۰           |

بر اساس داده‌های جدول شماره ۵، مؤلفه آسیب‌های رسانه دارای بیش‌ترین ضریب اهمیت (۰/۰۷۳) می‌باشد و کمترین ضریب اهمیت مربوط به مؤلفه‌ها مهارت‌های اساسی کامپیوتر (۰/۰۰۵) است.

### نتیجه‌گیری و بحث

زندگی در جهانی که با رسانه‌های مختلف احاطه شده است نیازمند سواد رسانه‌ای است. سواد رسانه‌ای به‌عنوان مهارت ضروری انسان عصر حاضر، به فرد کمک می‌کند در برخورد با پیام‌های رسانه‌ای فعال باشد، آنها را تحلیل کند و هوشمندانه دست به انتخاب و گزینش بزند. از این‌رو آموزش سواد رسانه‌ای در سطوح مختلف به‌ویژه برای دانش‌آموزان امری ضروری است. اگرچه در کشور ما آموزش سواد رسانه‌ای در قالب یک درس مجزا در پایه دهم متوسطه دوم تدریس می‌شود، ولی برخی از مفاهیم سواد رسانه‌ای در دوره متوسطه اول در قالب برخی دروس به‌صورت مستتر و تلفیقی نیز ارائه شده است. پژوهش حاضر به منظور بررسی میزان توجه

کتاب‌های دوره متوسطه اول به مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای با روش تحلیل محتوا انجام شد و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش آنتروپی شانون استفاده گردید.

نتایج به‌دست‌آمده نشان می‌دهد توزیع فراوانی مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای در کتاب‌های درسی و پایه‌های تحصیلی مختلف به‌صورت نامتوازن است. کتاب‌های کاروفناوری هشتم، نهم و هفتم به ترتیب بیشترین میزان توجه را به سواد رسانه‌ای دارند، در حالی که در کتاب‌های مطالعات اجتماعی و پیام‌های آسمان پایه هفتم میزان فراوانی تنها یک مورد است. به‌طور کلی فراوانی مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای در کتاب‌های مطالعات اجتماعی، فارسی و هدیه‌های آسمان هر سه پایه کمتر از دیگر کتب است. همچنین در میان پایه‌های تحصیلی، کتاب‌های پایه هشتم مؤلفه‌های بیشتری را در خود گنجانده‌اند و وضعیت بهتری نسبت به بقیه پایه‌ها دارند. از یافته‌های این بخش چنین استنباط می‌شود که از ظرفیت دروس مختلف برای آموزش مفاهیم رسانه‌ای به خوبی استفاده نشده است.

بر اساس نتایج به‌دست‌آمده از بررسی مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای، مؤلفه مبانی نظری دارای بیشترین فراوانی (۱۴۵ مورد) در بین دیگر مؤلفه‌ها بوده است و ۴۱ درصد فراوانی را به خود اختصاص داده است. مبانی نظری شامل تعریف مفاهیم، فرصت‌ها و محدودیت‌های رسانه، سیر تحول رسانه و معرفی انواع رسانه‌ها و چگونگی کارکرد آنهاست. این بعد از سواد رسانه به‌عنوان دانش نظری اطلاعات جامعی درباره رسانه در اختیار دانش‌آموز قرار می‌دهد و زمینه دستیابی به مهارت‌های رسانه‌ای را فراهم می‌کند. نتایج این بخش با پژوهش‌های رحیمی و همکاران رحیمی و همکاران (۱۴۰۰) و تقی‌زاده و کیا (۱۳۹۳) و چوی (۲۰۲۳) که به لزوم سواد رسانه‌ای شناختی و آگاهی نسبت به رسانه، انواع و کارکردهای آن تأکید کرده‌اند هماهنگی دارد. نتایج به‌دست‌آمده حاکی از تأکید بیش از اندازه کتاب‌های درسی بر مبانی نظری است؛ چرا که نزدیک به نیمی از فراوانی مؤلفه‌ها به این بعد سواد رسانه‌ای اختصاص دارد و این موضوع سبب غفلت کتاب‌های درسی از دیگر ابعاد سواد رسانه‌ای شده است که بیشتر جنبه مهارتی دارند. در میان زیرمؤلفه‌های این بخش نیز، آسیب‌های رسانه با فراوانی ۵۶، بیشتر از دیگر زیرمؤلفه‌ها مورد تأکید قرار گرفته و در تمامی کتاب‌های مورد بررسی به آن اشاره شده است. آسیب‌های فرهنگی، هویت‌زدایی، تخریب ارزش‌های اخلاقی، نفاق اجتماعی، ترویج بی‌بندوباری، مصرف‌گرایی و تغییر سبک زندگی از مواردی است که در کتاب‌های درسی مورد تأکید قرار گرفته است. به نظر می‌رسد رویکرد کتاب‌های درسی متوسطه اول درباره رسانه تأکید بر جنبه سلبی آن و تمرکز بر محدودیت‌های رسانه است. همچنین از میان انواع رسانه‌ها، معرفی پایگاه‌های اینترنتی و ویژگی‌های آن به دلیل نوظهور بودن و تأثیرگذاری بیشتر بر مخاطب دارای بالاترین فراوانی و معرفی رسانه‌های دیداری و شنیداری به علت ملموس بودن دارای کمترین فراوانی می‌باشد.

دومین مؤلفه پر تکرار سواد رسانه‌ای، مؤلفه کاربری رسانه با فراوانی ۱۱۹ (معادل ۳۴ درصد) است. این مؤلفه ناظر بر مهارت استفاده از رسانه‌های مختلف و کار با نرم‌افزارهای پایه مانند پاورپوینت، اکسل، ورد، جست‌وجو در اینترنت، ساخت ایمیل، کار با نرم‌افزارهای گرافیکی، صوتی و تصویری است و سطح پیشرفته‌تر این مهارت‌ها به تولید و ویرایش محتوای رسانه‌ای اشاره دارد که به افراد اجازه می‌دهد پیام‌هایی با رمزگان مختلف خلق، تولید و منتشر کنند. نتایج این بخش با پژوهش‌های ژانگ و همکاران (۲۰۲۴)، پولیزی (۲۰۲۰)، تقی‌زاده و طاهری (۱۳۹۵) و تقی‌زاده و کیا (۱۳۹۳) مبنی بر لزوم آموزش بعدی سواد رسانه‌ای هماهنگی دارد. بر اساس یافته‌های به‌دست‌آمده مؤلفه کاربری رسانه تنها در کتاب کار و فناوری مورد تأکید قرار گرفته و در دیگر کتب مورد غفلت قرار گرفته است. این در حالی است که تمامی کتب می‌توانند در قالب فعالیت‌های مختلف زمینه کاربری فناوری در همان حوزه موضوعی را فراهم کنند تا ضمن تعمیق آموخته‌های درس کار و فناوری، بستر مناسبی برای تجارب جدید دانش‌آموزان در کار با فناوری باشند. از میان زیرمؤلفه‌های این بخش، مهارت تولید رسانه‌ای از مؤلفه‌هایی است که فراوانی کمتری نسبت به بقیه دارد. در حالی که یکی از مهم‌ترین اهداف آموزش سواد رسانه‌ای توانایی افراد در ترکیب کلیه آموخته‌های این حوزه برای خلق یک محتوای رسانه‌ای مانند فیلم، پوستر و بازی برای انتقال مفاهیم و اثرگذاری بر مخاطب است. تولید رسانه‌ای نیز مانند دیگر مؤلفه‌ها تنها در کتاب کار و فناوری مورد تأکید قرار گرفته و از ظرفیت دیگر دروس در این زمینه استفاده نشده است.

سومین مؤلفه سواد رسانه‌ای در کتاب‌های درسی، مؤلفه نقد و تحلیل پیام‌های رسانه‌ای با فراوانی ۴۳ (معادل ۱۲/۵ درصد) است که به مهارت هدف‌شناسی، مخاطب‌شناسی، مالکیت در رسانه، ارزش‌های پنهان رسانه، لایه‌های پیام، فنون اقناعی، زبان و نمادهای رسانه و نقد پیام‌های رسانه‌ای اشاره دارد و مهم‌ترین چیزی که رسانه به او ارائه می‌دهد، هدف آموزش سواد رسانه‌ای به شمار می‌آید؛ چرا که به فرد کمک می‌کند به جای پذیرش پیام‌ها، خود در پی بررسی و ارزیابی آنها برآمده و با تحلیل پیام‌ها و کشف معنای ضمنی لایه‌های هر پیام، مواجهه‌ای هوشمندانه با رسانه داشته باشد. در پژوهش‌های چوی (۲۰۲۳)، داپری (۲۰۲۲)، افتخاری و نوروزی (۱۴۰۲)، کدخدائیان آرانی و همکاران (۱۴۰۲)، رحیمی و همکاران (۱۴۰۰)، عبداللهی بکتاش و همکاران (۱۳۹۷)، ولی‌زاده و جعفری (۱۳۹۸)، دلاوری، خانیکی و شاه‌حسینی (۱۳۹۴)، تقی‌زاده و کیا (۱۳۹۳)، دهقان‌شاد و محمودی (۱۳۹۱) نیز به لزوم آموزش مواجهه انتقادی با رسانه‌ها تأکید شده است. علی‌رغم اهمیت ویژه بعدانتقادی سواد رسانه، نتایج تحلیل کتاب‌های متوسطه اول، حاکی عدم توجه کافی به این مهم است. برای نمونه، زیرمؤلفه نقد متن، فیلم، تصوی و بازی در بین کتاب‌های درسی تنها دو بار استفاده شده و این در حالی است که در همه کتاب‌ها به‌ویژه کتاب فارسی بستر مناسب برای نقد اشکال مختلف رسانه مخصوصاً متن وجود دارد که متأسفانه از این ظرفیت در کتاب‌های درسی استفاده نشده است.

دیگر مؤلفه مورد تأکید در کتاب‌های درسی، ملاحظات اخلاقی و امنیتی است که ۱۱ درصد از فراوانی را به خود اختصاص داده و شامل حفظ حریم شخصی، امانت‌داری و صداقت، مالکیت معنوی، اصول امنیتی و مصادیق اخلاق و بی‌اخلاقی در کار با رسانه است. با توجه به گسترش رسانه‌های نوین خصوصاً رشد فضای مجازی لازم است دانش‌آموزان چگونگی حفاظت از اطلاعات شخصی در برابر سوءاستفاده‌های مالی یا اخلاقی را بیاموزند و به تکالیف و حقوق خود در فضای رسانه‌ای واقف باشند نتایج این بخش با پژوهش تقی‌زاده و کیا (۱۳۹۳) مبنی بر لزوم آموزش اخلاق در رسانه همخوانی دارد. براساس یافته‌های حاصل بیشترین فراوانی ملاحظات اخلاقی و امنیتی مربوط به کتاب کاروفناوری است و از نکات مثبت این درس ارائه نکات امنیتی هنگام آموزش کار با رسانه‌های مختلف است. البته دیگر دروس به‌ویژه درس تفکر و سبک زندگی و درس پیام‌های آسمان قابلیت گنجاندن مفاهیم اخلاقی و کاربردی در مواجهه با رسانه‌های مختلف را داراست که متأسفانه از این ظرفیت به خوبی استفاده نشده است.

کمترین فراوانی مؤلفه‌ها به رژیم مصرف رسانه‌ای با ۱/۵ درصد اختصاص دارد. این مؤلفه به این معناست که دانش‌آموزان بتوانند در استفاده از رسانه‌ها مدیریت زمانی داشته و محتوای رسانه‌ای را گزینش نمایند. نتایج این بخش با یافته‌های پژوهش داپری (۲۰۲۲) مبنی بر ضعف دانش‌آموزان در گزینش و انتخاب محتوای رسانه‌ای هماهنگی دارد. از آنجایی که یکی از مهم‌ترین مشکلات همه افراد علی‌الخصوص نوجوانان با رسانه‌های الکترونیکی، اعتماد اینترنتی و استفاده بی‌رویه از ابزار الکترونیکی است؛ انتظار می‌رود در کتاب‌های درسی، ضمن هوشیارسازی نوجوانان از آسیب‌های این نوع استفاده، راهکارهای عملیاتی برای کنترل زمانی و محتوایی رسانه‌ها به دانش‌آموزان ارائه کنند؛ متأسفانه این مهارت نیز در کتاب‌های دوره متوسطه اول مورد غفلت قرار گرفته است.

در بخش دوم پژوهش با روش آنتروپی شانون ضریب اهمیت مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای محاسبه شد و نتایج این بخش نشان داد مؤلفه آسیب‌های رسانه دارای بیشترین ضریب اهمیت است و در تمامی کتاب‌های مورد بررسی درباره آسیب‌های رسانه توضیح داده شده است و از طرفی کمترین ضریب اهمیت مربوط به مؤلفه‌های مهارت‌های اساسی کامپیوتر، جست‌وجو در اینترنت، کار با نرم‌افزارهای ارتباطی، کار با نرم‌افزارهای صوتی و تصویری و کار با نرم‌افزارهای گرافیکی است. علت این موضوع چنانچه پیشتر به آن اشاره شد این است که مؤلفه‌های نام برده تنها در کتاب کار و فناوری مورد توجه قرار گرفته‌اند و در دیگر کتب اشاره‌ای به آنها نشده است.

جمع‌بندی نتایج به‌دست‌آمده نشان می‌دهد که تأکید آموزش سواد رسانه‌ای در مقطع متوسطه اول بر دو بعد مبانی نظری و کاربردی رسانه‌هاست و مهارت‌های اساسی شامل نقد و تحلیل، مدیریت مصرف رسانه‌ای و ملاحظات اخلاقی و امنیتی کمتر مورد توجه قرار گرفته است. این در حالی است که دانش‌آموزان به واسطه پیشرفت فناوری خواه ناخواه روش استفاده از ابزار الکترونیک را می‌آموزند و این مهارت مواجهه هوشمندانه با رسانه‌هاست که به آموزش نیاز دارد و لازم است در کتاب‌های درسی مورد توجه قرار گیرد؛ لذا انتظار می‌رود به حساسیت دانش‌آموزان به لحاظ سنی و تأثیرپذیری زیاد آنان در برابر رسانه‌ها در دوره متوسطه اول برنامه‌ای مدون و

ویژه برای آموزش سواد رسانه‌ای وجود داشته باشد و سواد رسانه‌ای در قالب یک درس مجزا در برنامه درسی دوره متوسطه گنجانده شود. از طرفی بسیاری از دروس نیز قابلیت ارائه آموزش درباره ابعاد سواد رسانه‌ای را دارا هستند. برای نمونه، درس تفکر و سبک زندگی، بستر مناسبی برای آموزش سواد رسانه‌ای در همه ابعاد است. در کتاب هدیه‌های آسمان نیز دو فصل تحت عنوان اخلاق و جامعه اسلامی وجود دارد که برای آموزش ملاحظات اخلاقی پرورش مهارت نقد و ارزیابی پیام‌ها مناسب است. در کتاب فارسی فصلی تحت عنوان سبک زندگی وجود دارد که می‌تواند زمینه مناسبی برای آموزش رژیم مصرف رسانه‌ای و ملاحظات اخلاقی و امنیتی باشد، همچنین کتاب فارسی بستر مناسبی برای آموزش نقد متن است و لازم است فرصت‌هایی برای نقد و ارزیابی متون به‌عنوان یکی از اشکال پیام رسانه‌ای فراهم کند. در کتاب مطالعات اجتماعی نیز ظرفیت مناسبی برای ارائه مبانی نظری مانند نقش رسانه‌ها در زندگی فردی و اجتماعی و چگونگی تجهیز در برابر آن وجود دارد. در کتاب کاروفناوری نیز لازم است بیش از پیش به ارائه آموزش در خصوص چگونگی تولید محتوا با ابزارهای مختلف بپردازد. همچنین پیشنهاد می‌شود با برقراری ارتباط عرضی بین دروس مختلف امکان استفاده از آموزه‌های درس کاروفناوری در قالب کار با رسانه‌های مختلف در دیگر دروس فراهم شود و تکالیف درسی به سمت کاربرد تکنولوژی و به‌ویژه تولید محتوای رسانه‌ای حرکت کند.

از مهم‌ترین محدودیت‌های پژوهش حاضر می‌توان به کمبود پژوهش‌های انجام شده در زمینه بررسی سواد رسانه‌ای در کتاب‌های درسی اشاره کرد که مقایسه و تبیین نتایج را با محدودیت مواجه ساخت؛ لذا به پژوهشگران پیشنهاد می‌شود که به بررسی مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای در دیگر کتاب‌های درسی و مقاطع تحصیلی مختلف بپردازند.

## References

- Abdollahi Bektash, R., Eslami, I., & Afani, K. (2019). Content analysis of the 10th grade thinking and media literacy textbook based on media literacy education. *Tafakkor va Kudak*, 9(2), 25-48. [https://fabak.ihcs.ac.ir/article\\_3547.html?lang=fa](https://fabak.ihcs.ac.ir/article_3547.html?lang=fa) (Text in Persian)
- Azar, A. (2001). Extension and development of Shannon's entropy method for data processing in content analysis. *Journal of humanities*, 37, 1-18. (Text in Persian)
- Castells, M. (2010). *The rise of the network society: The information age: economy, society, and culture*. Wiley. <https://books.google.com/books?id=62FPnwEACAAJ>
- Celot, P., & Tornero, J. M. P. (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: Final Report*. European Association for Viewers' Interests. <https://books.google.com/books?id=zka-kgEACAAJ>
- Commission, E. (2011). *Testing and refining criteria to assess media literacy levels in Europe* [report]. E. publications. <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/4cbb53b5-689c-4996-b36b-e920df63cd40>
- Choi, J. (2023). Digital Media Literacy Perceptions of Middle and High School Students in Korea. *Korean Association for Literacy*. <https://doi.org/https://doi.org/10.37736/kjlr.2023.04.14.2.08>
- Dehghamshad, H., & Mahmoodi, M. (2012). Examining the necessity of media literacy training for children and teenagers from the point of view of experts in the field of education. *Media Studies*, 7(1), 69-82. (Text in Persian)
- Delavari, a., Khaniki, h., & Shah Hosseini, v. (2016). Case study of performing media literacy lesson plan for fourth grade primary school students. *Society Culture Media*, 4(16), 11-41. <https://dorl.net/dor/20.1001.1.38552322.1395.4.16.1.8> (Text in Persian)
- DuPree, H. M. (2022). Media Literacy and Sourcing Skills for Middle Grades Students. *Strategies*, 35(2), 15-18. <https://doi.org/10.1080/08924562.2022.2030834>
- Ebraahimi Dorcheh, E., Cheshmeh Sohraabi, P. D., M., & Neyestaani, P. D., M. R. (2016). Content Analysis of the High School Textbooks in Iran from Information Literacy Perspective [Research]. *Quarterly Journal Of Education*, 32(1), 169-200. <http://qjoe.ir/article-1-153-fa.html> (Text in Persian)
- Eftekhari, J., & Nowrozi, R. A. (2023). Analysis of research Spirit in the tenth-grade textbook of "thinking and media literacy". *The Journal of New Thoughts on Education*, 19(3), 27-43. <https://doi.org/10.22051/jontoe.2022.39065.3499> (Text in Persian)
- Hill, M. W. (2005). *The Impact of Information on Society: An Examination of Its Nature, Value and Usage*. De Gruyter. <https://books.google.com/books?id=iajZAAAAMAAJ>

- kakhodaiyan arani, H., Vasefian, F., & Shahtalebi, B. (2024). A Qualitative Pathology of High School Media Thinking and Literacy Course in the Implementation Stage. *Journal of Curriculum Studies*, 18(71), 129-154. <https://doi.org/10.22034/jcs.2024.161733> (Text in Persian)
- Kirwil, L. (2009). Parental mediation of children's internet use in different European countries. *Journal of children and media*, 3(4), 394-409. <https://doi.org/10.1080/17482790903233440>
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2007). *The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect*. Three Rivers Press. <https://books.google.com/books?id=iMA1WhtiRBkC>
- Livingstone, S., Couvering, E. V., & Thumim, N. (2005). Adult Media Literacy: A Review of the Research Literature.
- Livingstone, S., Ólafsson, K., Helsper, E. J., Lupiáñez-Villanueva, F., Veltri, G. A., & Folkvord, F. (2017). Maximizing opportunities and minimizing risks for children online: The role of digital skills in emerging strategies of parental mediation. *Journal of communication*, 67(1), 82-105. <https://doi.org/10.1111/jcom.12277>
- Mahmoudi, S. (2018). Study of First and Second Elementary and Secondary Curriculum Based on Media Literacy Components. *Journal of Society Culture Media*, 7(28), 95-112. <https://dorl.net/dor/20.1001.1.38552322.1397.7.28.5.3> (Text in Persian)
- Mansour, M., & Dadsetan, P. (2021). *Genetic psychology 2 (from psychoanalysis to psychology)*. Roshd. (Text in Persian)
- Moeller, S., Joseph, A., Lau, J., & Carbo, T. (2011). *Towards media and information literacy indicators. Background document of the UNESCO Expert Meeting* (Bangkok, Thailand, 4-6 November 2010),
- Nasiri, B., & Aghili, V. (2012). A study on media literacy education in Canada & Japan. *Educational Innovation*, 11(1), 137-159. (Text in Persian)
- Nasiri, B., & Bakhtiari, A. (2019). Reviewing and criticizing the book of Thinking and Media Literacy (Theoretical-Technical-Professional- Professional) of the 10th grade of secondary school 2015. *Rasaneh*, 30(2), 27-4. <https://dorl.net/dor/20.1001.1.10227180.1398.30.2.2.1> (Text in Persian)
- organization, E. r. a. p. (2016). *Thinking and media literacy*. Iran Textbook Publishing Company. (Text in Persian)
- Polizzi, G. (2020). Digital literacy and the national curriculum for England: Learning from how the experts engage with and evaluate online content. *Computers & Education*, 152, 103859. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.compedu.2020.103859>
- Rahimi, R., Soltaanfifar, M., ZamaaniMoghadam, A., AzizaabaadiFaraahaani, F. & ,Nasiri, B. (2022). Designing a curriculum in media literacy for the elementary school. *Educational Innovation*, 37(4), 7-30. <http://dorl.net/dor/20.1001.1.10174133.1400.37.4.1.8>. (Text in Persian)
- Renee, H. (2010). Digital and media literacy: A plan of action. *New York: The Aspen Institute*. <https://doi.org/https://www.aspeninstitute.org/publications/digital-media-literacy-plan-action-2/>
- Rizk, J., & Hillier, C. (2021). "Everything's technology now": the role of technology in home-and school-based summer learning activities in Canada. *Journal of children and media*, 15(2), ۲۰-۱. <https://doi.org/10.1080/17482798.2020.1778498>
- Rogow, F. (2009). Voices from the Field: Teaching Media Literacy in Less than an Hour. *Journal of Media Literacy Education*, 1(1), 72-73 <https://doi.org/10.23860/jmle-1-1-7>.
- Safi, A. (2013). *Primary education, guidance and secondary education*. Samt. (Text in Persian)
- Salavatian, S., Hosaini, S. B., & Motazedi, S. (2016). Proposing a model for teaching media literacy to teenagers. *Journal of Educational Planning Studies*, 5(10), 50-75. <https://doi.org/10.22080/eps.2017.1615> (Text in Persian)
- Taghizadeh, A. (2011). *A comparative study of media literacy of girls and boys high school students "A case study of high schools in Kerman"* [Masters thesis, Allameh Tabatabai University]. Tehran. (Text in Persian)
- Taghizadeh, A. (2011). *The role of media literacy training course on the ability to process media messages of high school students; A case study of first year high school students in Kerman city in the academic year 2013-2014*. [Master's thesis, Allameh Tabatabai University]. Tehran. (Text in Persian)
- Taghizadeh, A., & Kia, A. (2014). Needs assessment of media literacy education in schools. *Journal of Culture-Communication Studies*, 15(26), 79-104. <https://dorl.net/dor/20.1001.1.20088760.1393.15.26.4.6> (Text in Persian)
- Taghizadeh, A., & Taheri, S. (2016). *Studying the Needs and Requirements of Local Media Literacy Education The basic pattern of progress Conference*, Tehran. (Text in Persian)
- Taylor, T. R. (2002). *The implementation of media literacy: An analysis of the media literacy curricula of Ontario, Canada; New South Wales, Australia, and England*. The University of Southern Mississippi. <https://www.proquest.com/openview/b76741ac578fd9a097719210309dccb2/1?pqorigsite=gscholar&cbl=18750&diss=y>
- Valizadeh, K., & Ja'fari, A. (2020). The role of "Thinking and Media Literacy" book in promoting media literacy dimensions of high school students in Ardabil. *Communication Research*, 26(4), 209-233 <https://doi.org/10.22082/cr.2019.109529.1859> (Text in Persian)
- Zhang, H., Zhu, C., Sang, G., & Questier, F. (2024). Effects of digital media literacy course on primary school students' digital media literacy: an experimental study. *International Journal of Technology and Design Education*, 34(1), 1-17. <https://doi.org/10.1007/s10798-023-09824-y>



This article is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons AttributionNoncommercial 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).