

بررسی سواد رسانه ای فرهنگیان

(دوره متوسط شهرستان میبد)

فاطمه خیرعلی



کتابخانه مجلس شورای اسلامی
کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران

سرشناسه	:	حیدری، فاطمه، ۱۳۶۱ -
عنوان و نام پدیدآور	:	بررسی سواد رسانه‌ای فرهنگیان (دوره متوسط شهرستان میبد) / فاطمه حیدری.
مشخصات نشر	:	یزد: توز و قلم میبد؛ دانشگاه آزاد اسلامی، واحد میبد، ۱۳۹۷.
مشخصات ظاهری	:	۲۶۰ ص. ۲۱/۵ X ۱۴/۵ س.م.
شابک	:	978-600-6653-88-4
وضعیت فهرست نویسی	:	فیبیا
موضوع	:	سواد رسانه‌ای - ایران - نمونه پژوهی
موضوع	:	Media literacy - Iran - Case studies
موضوع	:	رسانه‌های گروهی در آموزش و پرورش - ایران
موضوع	:	Mass media in education - Iran
شناسه آ -	:	دانشگاه آزاد اسلامی، واحد میبد
رده بندی کتب	:	۱۳۹۷ ج ۹/س ۹۹۶
رده بندی دیویی	:	۳۰۲/۰۹۵
شماره کتابشناسی ملی	:	۵۲۲۲



دانشگاه آزاد اسلامی واحد میبد



انتشارات توز و قلم

بررسی سواد رسانه‌ای فرهنگیان (دوره متوسط شهرستان میبد)

مؤلف: فاطمه حیدری

ناشر: توز و قلم، با همکاری دانشگاه آزاد اسلامی واحد میبد

طرح جلد: گروه نرم افزاری چاپک، ایران، یزد

صفحه آرا: گروه نرم افزاری چاپک، ایران، یزد

نوبت چاپ: اول، ۱۳۹۷

شمارگان: ۵۰۰

قیمت: ۲۰۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۶۶۵۳-۸۸-۴

کتاب حاضر حاصل پایان نامه دانشجویی است و کلیه حقوق مادی و معنوی آن متعلق به دانشگاه آزاد اسلامی واحد میبد است

فهرست مطالب

۱۳	مقدمه
۱۹	فصل اول: مبانی نظری و ادبیات تحقیق
۲۱	۱-۱- بخش اول: مرور تاریخی
۲۱	۱-۱-۱- نگاهی کلی به تاریخچه سواد رسانه ای
۲۶	۱-۲- فرآیند تاریخی موضوع
۲۶	۱-۱-۱- مهمترین مراحل تکامل سواد رسانه ای
۲۸	۱-۳- تا کنون سواد رسانه ای در کشورها
۲۸	۱-۳-۱- کانادا
۲۹	۱-۳-۱-۱- آمریکا
۳۱	۱-۳-۱-۲- کشورهای اروپایی
۳۳	۱-۴-۳-۱- استرالیا
۳۴	۱-۵-۳-۱- آفریقای جنوبی
۳۵	۱-۶-۳-۱- ژاپن
۳۸	۱-۷-۳-۱- سنگاپور
۳۸	۱-۸-۳-۱- ایران
۴۰	۱-۴-۲- نظام (سیستم) و فعالیت های مربوط به آموزش سواد رسانه ای در کشورها
۴۱	۱-۲-۲- مرور تجربی
۴۱	۱-۲-۱- پژوهش های داخل کشور
۴۵	۱-۲-۲- پژوهش های خارج از کشور
۵۱	۱-۳-۱- سیر تحول رسانه ها
۵۱	۱-۳-۱- کتاب
۵۲	۱-۲-۳-۱- روزنامه
۵۲	۱-۳-۳-۱- سینما
۵۳	۱-۲-۳-۲- رادیو

- ۵-۳-۱- تلویزیون ۵۳
- ۶-۳-۱- ماهواره های ارتباطی پخش مستقیم ۵۴
- ۷-۳-۱- بازی های رایانه ای ۵۵
- ۸-۳-۱- اینترنت ۵۷
- ۹-۳-۱- رسانه های متعامل و کارکردهای آن ۵۷
- ۱-۹-۳-۱- زیر ساخت های رسانه ی متعامل و ویژگی های آن ۵۹
- ۲-۹-۳-۱- ویژگی های رسانه های متعامل ۶۱
- ۳-۹-۳-۱- رسانه های متعامل و آموزش ۶۳
- ۴-۹-۳-۱- اهمیت و سبب ارتباط جمعی ۶۵
- ۵-۹-۳-۱- کارکردهای اساسی رسانه های جمعی برای جامعه ۶۵
- ۶-۹-۳-۱- سیر تحول جامعه ۶۹
- ۷-۹-۳-۱- مراحل تحول جامعه انسان از دیدگاه مک لوهان ۷۳
- ۲-۱- مرور مفهومی ۷۷
- ۱-۴-۱- تعریف سواد رسانه ای و تعاریف آن ۷۷
- ۱-۱-۴-۱- تعاریف موجود از سواد رسانه ای ۷۷
- ۲-۱-۴-۱- تعریف سواد رسانه ای از نگاه صاحب نظران خارجی ۷۹
- ۳-۱-۴-۱- سواد رسانه ای در نگاه صاحب نظران ایرانی ۸۲
- ۴-۱-۴-۱- توافق بر تعریف ۸۴
- ۲-۴-۱- عناصر سواد رسانه ای ۸۴
- ۳-۴-۱- ویژگی های اساسی سواد رسانه ای ۸۶
- ۴-۴-۱- اصول سواد رسانه ای ۸۷
- ۵-۴-۱- آنچه سواد رسانه ای نامیده نمی شود ۹۴
- ۶-۴-۱- رهنمودهای برنامه های جامع سواد رسانه ای ۹۵
- ۷-۴-۱- تفکر انتقادی ۹۶
- ۱-۷-۴-۱- ویژگی های تفکر انتقادی ۹۷
- ۲-۷-۴-۱- سواد رسانه ای و تفکر انتقادی ۹۸
- ۲-۴-۱- خلاصه مفاهیم، سوال ها و کلید واژه های سواد رسانه ای ۱۰۱

۱-۵-۵- مرور نظری	۱۰۵
۱-۵-۱- رویکردهای نظری سواد رسانه ای	۱۰۵
۱-۵-۱-۱- سواد رسانه ای از نظر «هابز»	۱۰۵
۱-۵-۱-۲- سواد رسانه ای از نظر «تامن»	۱۰۸
۱-۵-۱-۳- سواد رسانه ای از نظر «پاتر»	۱۱۱
۱-۵-۲- نظریه های ارتباطات مرتبط با سواد رسانه ای	۱۱۶
۱-۵-۲-۱- نظریه استفاده و خشنودی	۱۱۶
۱-۵-۲-۲- گفتمان و قدرت	۱۱۸
۱-۵-۲-۳- و ایدئولوژی	۱۱۹
۱-۵-۲-۴- نظری اقتصاد سیاسی رسانه	۱۲۰
۱-۵-۲-۵- رمزگذاری/ رمزگشایی و نظریه دریافت	۱۲۱
۱-۵-۲-۶- مخاطب رسانه	۱۲۱
۱-۵-۲-۷- نظریه شکاف آرمی	۱۲۲
۱-۵-۳- چارچوب نظری	۱۲۴
۱-۵-۴- جمع بندی	۱۲۵
فصل دوم: روش تحقیق	۱۲۷
۲-۳- روش تحقیق	۱۲۹
۲-۲- جامعه آماری	۱۳۰
۳-۲- حجم نمونه	۱۳۰
۴-۲- روش نمونه گیری	۱۳۱
۵-۲- تکنیک و ابزار گردآوری اطلاعات	۱۳۱
۶-۲- واحد تحلیل	۱۳۲
۷-۲- سطح تجزیه و تحلیل اطلاعات	۱۳۲
۸-۲- تکنیک های مورد استفاده در تجزیه و تحلیل داده ها	۱۳۲
۹-۲- اعتبار و پایایی	۱۳۳
۱۰-۲- محدودیت های روش شناختی تحقیق	۱۳۵
۱-۱۰-۲- محدودیت های خارج از اختیار	۱۳۵

۱۳۵	۲-۱۰-۲ محدودیت های در اختیار
۱۳۵	۲-۱۱-۱ سوال اصلی تحقیق
۱۳۵	۲-۱۱-۲ سوالات فرعی تحقیق
۱۳۶	۲-۱۱-۲ فرضیه های تحقیق
۱۳۷	۲-۱۲ تعریف نظری و عملیاتی متغیرها
۱۵۷	فصل سوم: تجزیه و تحلیل یافته های تحقیق
۱۵۹	۳-۱-۱ بخش اول: توصیف یافته ها
۱۵۹	۳-۱-۲ ویژگی های فردی فرهنگیان شهر میبد مقطع متوسطه
۱۶۱	۳-۲-۱ میزان تحصیلات فرهنگیان شهر میبد مقطع متوسطه
۱۶۲	۳-۳-۱ رشته تحصیلی فرهنگیان شهر میبد مقطع متوسطه
۱۶۳	۳-۴-۱ شکل گیری فرهنگیان واقعی و واقعییت
۱۶۴	۳-۵-۱ اولین رسانه مجسم شده در ذهن مخاطب با شنیدن عنوان رسانه
۱۶۵	۳-۶-۱ میزان دسترسی به رسانه
۱۶۷	۳-۸-۱ توانایی دسترسی و میزان استفاده از رسانه
۱۶۸	۳-۹-۱ میزان آشنایی با تولید کنندگان پیام
۱۶۹	۳-۱۰-۱ تشخیص تفاوت بین دامنه سایت ها
۱۷۰	۳-۱۱-۱ آشنایی با مالکیت رسانه
۱۷۱	۳-۱۲-۱ تشخیص محتوای پیام
۱۷۲	۳-۱۳-۱ توانایی تحلیل و ارزیابی پیام
۱۷۳	۳-۱۴-۱ مهارت زبان خارجی
۱۷۴	۳-۱۵-۱ مهارت های رایانه ای
۱۷۵	۳-۱۶-۱ مهارت ها و توانمندی ها
۱۷۶	۳-۱۷-۱ توانایی ارتباطی
۱۷۷	۳-۱۸-۱ توانایی تولید و ارتباط با پیام های رسانه ای
۱۷۸	۳-۱۹-۱ اصل عدم شفافیت
۱۷۹	۳-۲۰-۱ زبان (رمزها و قواعد)
۱۸۰	۳-۲۱-۱ رمزگشایی مخاطب

۱۸۱	۳-۱-۲۲- بازنمایی محتوا
۱۸۲	۳-۱-۲۳- انگیزه و هدف
۱۸۳	۳-۱-۲۴- تفکر انتقادی
۱۸۳	۳-۲- بخش دوم: تحلیل یافته ها
۱۸۳	۳-۲-۱- سوال اصلی تحقیق:
۱۸۴	۳-۲-۲- سوالات فرعی تحقیق
۲۰۹	خلاصه و نتیجه گیری
۲۰۹	جمع بندی توصیف یافته ها
۲۱۵	جمع بندی تحلیل یافته ها
۲۱۸	نتیجه گیری
۲۲۲	موانع و مشکلات تحقیق
۲۲۳	پیشنهادهای تحقیق
۲۲۵	فهرست جداول و اشکال
۲۲۵	منابع

مقدمه

سواد رسانه‌ای عبارت است از توانایی تعبیر و ایجاد مفاهیم شخصی از صدها و شاید هزاران نماد اural و دیداری که همه روزه از طریق تلویزیون، رادیو، رایانه، روزنامه و مجله و البته پیام‌های بازگانی دریافت می‌کنیم. سواد رسانه‌ای عبارت است از توان گزینش و انتخاب، توان چالش و پرسش توان آگاه شدن از آنچه در اطراف ما می‌گذرد و توان این که انفعالی و در نتیجه آسیب پذیر نباشیم.

از همان لحظه‌ای که توسط ساعت از خواب بیدار می‌شویم تا وقتی که ضمن تماشای برنامه‌های تلویزیونی آخر شب به خواب می‌رویم در معرض صدها و حتی هزاران تصویر و اندیشه قرار می‌گیریم که نه فقط از طریق تلویزیون بلکه از طریق سرخط‌های روزنامه‌ها، عناوین روی جلد مجله‌ها، فیلم‌های سینمایی، سایت‌های شبکه، عکس‌ها، بازی‌های کامپیوتری و تابلوهای اعلانات شهری و نظایر آن به ما القا می‌شود.

تاکنون تنها معدودی از افراد، گسترش استیلای رسانه‌ها بر زندگی ما را مورد سوال قرار داده‌اند. گرایش این افراد به آن بود که توجه خویش را روی مسایل محتوایی از

قبیل صور قبیحه، مسایل جنسی و خشونت در سینما و تلویزیون متمرکز کنند. عده ای از آنان از سانسور طرفداری می کردند حال آنکه عده ای دیگر صرفاً از خانواده ها می خواستند در چنین مواردی تلویزیون خود را خاموش کنند. ولی واقعیت امر این است که با وجودی که می توان تلویزیون را خاموش کرد اگر انسان به قله های کوه هم برود باز هم نمی تواند از فرهنگ رسانه ای عصر حاضر فرار کند. رسانه ها دیگر فقط بر فرهنگ ما تسلط نمی گذارند بلکه آنها خود فرهنگ ما به حساب می آیند.

نقش محوری رسانه ها در فرهنگ جهانی ما باعث می شود که سانسور هیچ گاه موثر واقع نشود، لکه خبری که ضرورت دارد تجدید نظر عمده ای است که باید در مورد نقش رسانه ها در بدنه ای همه ما صورت گیرد. تجدید نظری که تغییر الگو از یک فرهنگ چاپی به یک فرهنگ تصویری را به رسمیت بشناسد. این تحول از زمانی شروع شد که عکس اختراع شد و این امکان را به وجود آورد که شیء یا بدیلی از یک شیء از زمان و مکان جدا شود اما همچنان ارتباطش مشهود و پایدار باقی بماند.

در چنین فضایی، سواد رسانه ای کمک می کند تا جگرگی استفاده از رسانه ها و منابع اطلاعاتی آن ها را یاد بگیریم. اینکه از بین اطلاعات ارائه شده توسط رسانه ها چه مطالبی را کنار بگذاریم به دانش رسانه ای ما برمی گردد. این فرآیند مستلزم دستیابی به سطح معقولی از مهارت ها و دانشی است که بر پایه آن بتوان رابطه فعال تری در ارتباط با رسانه ها در پیش گرفت و از حالت رابطه انفعالی و یک سو، با رسانه ها خارج شد. سواد رسانه ای این امکان را می دهد تا با آموزش و افزایش آگاهی مخاطبان به چارچوب شناختی و انتقادی برسیم که موجب افزایش قدرت مخاطب در تجزیه و تحلیل پیام های رسانه های مختلف همراه با نگاه انتقادی به محتوای آنها دانست (طلوعی، ۱۳۹۰: ۷).

پیش از مطرح شدن مفهوم سواد رسانه‌ای، ما تنها توان مطالعه مطالب چاپی را ارزیابی کرده ایم تا بتوانیم به عنوان شهروندانی آگاه و تحصیل کرده در امور جامعه مشارکت جوییم. امروز، خانواده، مدرسه و همه نهادهای جامعه در به دوش کشیدن مسئولیت آماده سازی جوانان برای زندگی در دنیایی از تصویر و واژه و آوا، سهیم هستند و این چیزی است که «سواد رسانه‌ای» خوانده می شود.

موضوع تحقیق حاضر، بررسی سطح سواد رسانه‌ای فرهنگیان شهر میبد در مقطع متوسطه است که با روش پیمایش در سال ۱۳۹۲ صورت گرفته است.

رسانه تأثیر بسیار زیادی بر زندگی امروز دارد. دیروز و روزگاری نه‌چندان دور، نظام آموزش (مکتب، مدرسه، مسجد) و نهاد خانواده، اکثر مطلق آموزش‌های لازم فرزندان و نسل‌های نو را برعهده داشتند اما با ظهور ابزارهای رسانه‌ای جدید، و پیچیده شدن روابط اجتماعی در انبوه شدنی‌ها، نیاز از یک‌سایه‌گر و به وجود آمدن سازمان‌های متنوع با وظایف مختلف به ویژه با خلق «دنیای وب» و رونق پرسرعت آن در جوامع مختلف بشری، تأثیرپذیری از رسانه و ایفای نقش آن در جامعه، یک عامل مؤثر در تربیت کردن و جهت دهی به بینش و رفتار انسان‌ها انکارناپذیر است. به این خود موجب شکل‌گیری نیازی جدید به نام سواد رسانه‌ای شده است. واقعیت‌ها و محرک‌ها ایجاب می‌کند که در تحکیم پایه‌های درک و شناخت و آگاهی روی موضوع سواد رسانه‌ای تأکید جدی داشته باشیم و به روش‌های تحقق آن بیندیشیم که اگر امکان عبور از آن برای ما فراهم نبود، لاقلاً آسیب‌های آن را کاهش داده باشیم. (زارعیان ۱۳۸۲، ص ۱۴). با توجه به شتاب روزافزون پیشرفت فناوری، باید در زمان کنونی که جهان به تعبیر اندیشمندان ارتباطات، به دهکده‌ای کوچک تبدیل شده است، شهروندانی را برای زندگی در این شرایط تربیت کنیم و بهترین زمان و بهترین مکان آن کلاس‌های درس و محیط امن

آموزش و پرورش است. اگر چه روش‌های مختلفی در آموزش سواد رسانه‌ای مطرح است، یکی از مؤثرترین روش‌های آن آموزش در قالب برنامه‌های آموزشی رسمی در مدارس است. آندره بره، متخصص آموزش سواد رسانه‌ای و نویسنده کتاب سواد رسانه‌ای در مدارس، معتقد است که آموزش سواد رسانه‌ای باید آمیزه‌ای از سه حوزه وابسته به هم باشند: ۱- فرهنگی: در این حوزه، افراد شکل‌ها و محتواهای مختلف فرهنگ رسانه‌ای را تجربه می‌کنند؛ ۲- خلاقانه: در این قسمت، مهارت‌های خلاقانه افراد نظیر مهارت‌های بیانی، ارتباطی، مشارکت‌جویانه در استفاده از رسانه در حوزه عمومی مطرح می‌شود؛ ۳- انتقادی: در این بخش نیز افراد مهارت‌های انتقادی را در تحلیل و ارزیابی خروجی‌های رسانه (پیام) کسب می‌کنند و در نهایت به تصمیم‌گیری عاقلانه‌ای مبنی بر اینکه چه باوری از رسانه داشته باشند، می‌رسند. در دنیایی که اطلاعات رسانه‌ای می‌تواند برای دانش آموز گنگ و گیج کننده باشد این وظیفه معلم است که با ترکیب مهارت‌های سواد رسانه‌ای در فعالیت‌های کلاس روزمره آموزش این مهارت‌ها را شروع کند، توجه دانش آموزان را به عدالت و انصاف و همچنین عملکرد رسانه‌ها معطوف سازند، آگاهی آنها را از روش‌های تولید یک پیام رسانه‌ای و اثرات الکترونیک رسانه‌های متمرکز بالا ببرند. بنابراین واضح است که معلم برای انجام چنین وظایف خطیری خود نیازمند داشتن سواد رسانه‌ای و درک عمیقی از مهارت‌های این دانش آموزانی است تا بتواند وظیفه خود را به درستی انجام دهد. اینجاست که به نظر می‌رسد فرهنگیان که چنین مسئولیت سنگینی را بر عهده دارند باید سطوح سواد خود را تا بالاترین سطح افزایش داده و به مهارت‌ها و تواناییهای مورد انتظار در تمامی سطوح به صورت مستمر و به روز شده، مسلط باشند تا قادر باشند دانش آموزان را با توجه به سطح سواد خود مورد آموزش قرار دهند. از آنجایی که این امر هنوز جدی تلقی نشده است نیاز به برآورد سطح سواد رسانه‌ای فرهنگیان ضروری به نظر می‌رسد تا براین اساس برنامه‌ای مدون

برای ارتقای سطح سواد رسانه‌ای فرهنگیان و در نتیجه نسل آینده ما فراهم شود (خدامرادی، ۱۳۹۱: ۵). این تحقیق در پی سنجیدن سطح سواد رسانه‌ای فرهنگیان شهرستان میبد در مقطع متوسطه بر اساس شاخصهای اصلی سواد رسانه‌ای می باشد تا بدین طریق به تعیین سطح سواد رسانه‌ای آنها پرداخته و راهکارهای لازم برای ارتقای این شاخص‌ها را ارائه کند.