

## مدل های آموزش سواد رسانه ای در مقطع دوره دوم ابتدایی

وحید بنیسی<sup>۱</sup>، زهرا رضوانی<sup>۲</sup>

<sup>۱</sup> دکتری تخصصی مدیریت آموزشی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان - آموزگار پایه ششم ابتدایی، آموزش و پرورش (نویسنده مسئول)

<sup>۲</sup> کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان (خوراسگان)، اصفهان، ایران - مدیر دبستان، آموزش و پرورش اصفهان ناحیه ۶

### چکیده

سواد رسانه‌ای به عنوان یکی از مهارت‌های اساسی در دنیای امروزی شناخته می‌شود و برای توسعه مهارت‌هایی مانند تفکر انتقادی، تفکر خلاق، ارتباطات اثربخش و ... به ویژه در مدارس، آموزش سواد رسانه‌ای به عنوان یکی از اهداف آموزشی مطرح شده است. در این راستا، مدل‌های مختلفی برای آموزش سواد رسانه‌ای به دانش‌آموزان در مدارس ارائه شده است که برای توسعه مهارت‌های مورد نیاز بسیار موثر هستند. در این مقاله، دو مدل معروف آموزش سواد رسانه‌ای، مدل سواد رسانه‌ای رنی هابز و مدل سواد رسانه‌ای الیزابت تامن، معرفی و بررسی شدند. هر دو این مدل‌ها شامل پنج مهارت اصلی بودند که شامل تشخیص و دسته‌بندی پیام‌های رسانه‌ای، تحلیل و تفسیر محتوای رسانه‌ای، ارزیابی ارزش و اهمیت محتوای رسانه‌ای، خلق محتوای رسانه‌ای و انتشار محتوای رسانه‌ای بودند. استفاده از مدل‌های آموزش سواد رسانه‌ای در مدارس به دانش‌آموزان کمک می‌کند تا مهارت‌های مورد نیاز برای مواجهه با محتوای رسانه‌ای در دنیای امروز را به دست آورند.

**واژه‌های کلیدی:** مدل، سواد رسانه، دانش آموز، دوره دوم ابتدایی

## مقدمه

بر اساس بررسی IRCA (۲۰۰۵) در ۱۶ کشور جهان، شهروندی، اجتماع و دموکراسی یکی از هدف های کلی و اساسی آن کشورها بوده است. در بررسی نلسون (۲۰۰۱) نیز که برنامه های شهروندی مورد ارزیابی کیفی قرار گرفته اند و سؤال اصلی بررسی دیدگاه والدین، معلمان و دانش آموزان در مورد ویژگی های یک شهروند خوب بوده است.

مؤلفه های دموکراتیک از دیدگاه هر سه گروه مهم ترین بوده است، ویژگی های شهروند آینده تمایل شدیدی به گنجاندن مؤلفه های دموکراتیک را در خود دارد. از این حیث کشورها را می توان به چند دسته تقسیم بندی نمود:

۱- کشورهایی که اکنون دارای یک دموکراسی نسبتاً نهادینه شده هستند. آنها بیشتر تمایل دارند، مهارت هایی را برای شهروندی مد نظر قرار دهند که به تعمیق دموکراسی بیانجامد و کمتر نگران ایجاد چنین مؤلفه هایی هستند. در قلب این مهارت ها فناوری ارتباطات و اطلاعات مهارت های ارتباطی و حل مسئله قرار دارد.

۲- کشورهایی که به تازگی به باشگاه کشورهای دموکراتیک، پیوسته اند آنها در درجه اول متوجه ایجاد مؤلفه های دموکراتیک هستند و در کنار آن به مهارت های دیگر نیز توجه می کنند.

۳- کشورهایی که هنوز به چنین باشگاهی نپیوسته اند، ویژگی های شهروندی و آنچه که عملاً در برنامه درسی مدارس به اجرا در می آید وضعیت آشفته ای دارد.

در هر صورت ممکن است ادعا شود که بین ویژگی های دموکراتیک شهروندی و تربیت آینده پیوند مستقیم و جدی وجود ندارد اما از دیرباز تاکنون تلاش هایی صورت گرفته است تا این پیوند نشان داده می شود. شاید دیویی (۱۹۱۶) اولین کسی باشد که به دموکراسی هایی پایدار خواهند ماند که شهروندان آن تربیت شده باشند. میچل (۲۰۰۱) در بررسی ای تحت عنوان شهروندی دموکراتیک فراملیتی چند فرهنگی و حدود آزادی خواهی معتقد است علیرغم اختلافاتی که بین فهم تربیت و دموکراسی که الهام بخش آن دیویی بوده است، وجود دارد اما می توان آنها را به یکدیگر پیوند زد. مردم یک کشور به صورت محلی اندیشیده اند و به نحوه عمل دموکراتیک در درون خود می اندیشیده اند امروز به اقدام دموکراتیک در سطح جهانی و بین ملتها بیندیشند فناوری اطلاعات باعث شده است تا جهان در عرصه سیاسی، اقتصادی و فرهنگی به یکدیگر وابسته گردد و این وابستگی لزوم اندیشه و عمل جهانی را پدید آورده است و در نهایت می توان گفت در قالب جهانی باید به صورت دموکراتیک عمل کرد و ابزار و اندیشه و عمل دموکراتیک فناوری اطلاعات است. بنا بر آنچه گفته شد، پژوهش حاضر با رویکردی کاربردی به بررسی نقش رسانه های گروهی در تربیت شهروند

حرفه‌ای می‌پردازد. نتایج حاصل از این پژوهش می‌تواند به بهبود عملکرد رسانه‌ها در فرایند آموزش و تربیت شهروندان هزاره سوم، کمک شایانی نماید (مهر محمدی، ۱۳۹۶).

### تعریف سواد رسانه ای

مطابق با تعریف مرکز سواد رسانه ای (CML) سواد رسانه ای چارچوبی برای دسترسی، تحلیل، ارزشیابی و به‌کارگیری رسانه می‌داند. در واقع گسترش تفکر انتقادی و مهارت‌های تولید پیام که برای رشد فرهنگ رسانه‌ای قرن ۲۱ مورد نیاز است. سواد رسانه‌ای از راه یک فرآیند چهار مرحله ای پرسش‌گری، ارزیابی، واکنش و رفتار به افراد کمک می‌کند تا به توانمندی در دسترسی، تحلیل، ارزش‌یابی و تولید پیام رسانه ای دست یابند. سواد رسانه ای اکتساب دانشی مرتبط با رسانه جهت بهره‌گیری و تعامل با آن است و همچنین مجموعه ای از مهارت‌هاست. از دیدگاه آندره برن، متخصص آموزش سواد رسانه‌ای و نویسنده کتاب «سواد رسانه‌ای در مدارس» سواد رسانه ای باید آمیزه‌ای از سه حوزه وابسته به هم باشد: یکی حوزه فرهنگی است، که در این حوزه افراد شکل و محتوای مختلف فرهنگ رسانه‌ای را تجربه می‌کنند. دوم حوزه خلاقیت، که در آن، مهارت‌های خلاقانه افراد نظیر مهارت‌های بیانی، ارتباطی و مشارکت جویانه در استفاده از رسانه در حوزه عمومی مطرح می‌شود؛ و سوم حوزه انتقادی است، که در آن افراد مهارت‌های انتقادی را در تحلیل و ارزیابی خروجی‌های رسانه کسب می‌کنند، و در نهایت به تصمیم‌گیری عاقلانه‌ای مبنی بر اینکه چه باوری از رسانه داشته باشند، منجر می‌شود. جیمز پاتر نیز چهار بعد ادراکی، اخلاقی، زیبایی شناختی و احساسی را برای سواد رسانه‌ای بیان می‌کند؛ در واقع مجموعه‌ای از مهارت‌ها را در کنار دانش سواد رسانه ای متصور می‌شود. در کلاس سواد رسانه‌ای، دانش آموزان گوش خواهند داد، صحبت خواهند کرد، خواهند خواند، خواهند نوشت، نگاه خواهند کرد؛ بحث و تبادل نظر شخصی و انتقادی نسبت به متون شفاهی، چاپی و دیگر متون را ارائه خواهند کرد (کبیری، ۱۳۹۲).

### تفاوت سواد رسانه ای، بصری و انتقادی

سواد رسانه‌ای، توانایی فهم این مسئله است که رسانه‌های جمعی مثل: رادیو، تلویزیون، فیلم و مطبوعات چگونه کار می‌کنند، معانی و مفاهیم رابه چه نحو می‌سازند و چگونه پیام‌ها را هوشمندانه سازماندهی و ارائه می‌نمایند.

سواد بصری توانایی فهم، تفسیر، ارائه اظهار و نماد گرایی یک تصویر ایستا یا متحرک است، و اینکه چگونه ابزارهای تصویری، سازماندهی و ساخت پیدا می‌کنند تا معانی را بسازند و نیز چگونگی درک تاثیر آنها بر روی تماشاگران است.

سواد انتقادی نیز، توانایی درک این مسأله است که چگونه تمام سخنرانان، نویسندگان و تولیدکنندگان محتوای بصری، در یک بافت با زمینه خاص با نموده‌های شخصی، اجتماعی و فرهنگی معنادار جای می‌گیرند.

### هدف سواد رسانه ای

هدف سواد رسانه‌ای رجحان دادن یک گفتمان خاص است. مثلاً زمانی که یک نهاد دولتی یا تحت حمایت دولت، مثل صدا و سیما متولی آموزش سواد رسانه‌ای شود، بیشتر جنبه‌ای از آموزش در آن برجسته می‌شود که مثلاً هجمه‌های رسانه‌ای غرب علیه ایران را بهتر بشناسید؛ یعنی به 'فرایند کسب این دانش' بعد ایدئولوژیکی 'اضافه می‌شود.

اما فرضاً، اگر وزارت آموزش و پرورش که با گروه‌های سنی مختلف سر و کار دارد متولی 'آموزش سواد رسانه ای' شود (چیزی که در کشورهای توسعه یافته به آن توجه شده)، صرفاً نمی‌تواند به بعد ایدئولوژیک توجه کند، زیرا با مخاطبان و رده‌های سنی خاصی روبه‌روست و باید ابعاد چهارگانه پاتر یا مهارت‌های فنی را هم ترویج دهد. از طرفی نیز چون در آموزش پرورش چالش‌ها و نیازجویی بیشتر و مخاطبان متکثرتر هستند و آموزش دهندگان هم نمی‌توانند صرفاً مطیع گفتمان مسلط باشند، در نتیجه برآیند آموزش سواد رسانه‌ای اگر به این نهاد (آموزش و پرورش) سپرده شود، می‌تواند موفق‌تر عمل کند. با این حال من معتقدم که اگر سازمان آموزش و پرورش در ساختارهای خود تغییر و تمایل به آموزش سواد رسانه ای را نشان دهد، اتفاقاً می‌تواند بهتر عمل کند. به هر حال توجه کنید که مسیر 'آموزش سواد رسانه ای' یک مسیر نظام‌مند و تدریجی بوده است. نهاد آموزش و پرورش فرصت و بستر آموزش سیستماتیک و تدریجی را در یک روند تقریباً ۱۰ ساله در اختیار دارد، و نسبت به سایر نهادها از فرصت زمانی بیشتری بهره‌مند است. بنابراین به طور بالقوه این شانس متوجه وزارت آموزش و پرورش و مدارس است که آموزش سواد رسانه ای از آنجا آغاز شود (گروسی، ۱۳۹۹).

اما در مورد اینکه غیر از نهاد آموزش و پرورش چه نهادی می‌تواند به آموزش سواد رسانه‌ای کمک کند باید از ادبیات صاحب نظران این حوزه کمک گرفت، کاستلز در این زمینه تعبیر فوق العاده جالبی دارد، که آن را Mass-self Communication یعنی 'ارتباط جمعی خود انگیز' خوانده است؛ ما در سواد رسانه ای غالباً از 'ارتباط جمعی' صحبت کرده‌ایم. در واقع این اصطلاح به این معنا است که هر فرد در ابتدا به دنبال سوژه و محتوای مورد علاقه خود می‌رود. (با اقتباس از کاستلز) می‌توان گفت، این ارتباط جمعی جدید یک 'سلف' یا 'خود' دارد که در پیوند با سواد رسانه ای، همین 'خود' است که فرد را ترغیب به تعامل می‌کند. حضور این خود یا (Self)، در سه مرحله تولید، توزیع و انتخاب پیام، آگاهانه و مبتنی بر نیاز هر کس، شخصی‌سازی یا کاستومایز (customize) شده است. حتی فرد می‌تواند سواد رسانه ای را در تعامل با رسانه

بدون راهنمای بیرونی کسب کند. برای مثال گزینه help که تقریباً برای تمامی نرم افزارهای رایانه‌ای وجود دارد، تا حدی سمنتیک و عاقلانه شما را راهنمایی می‌کند.

### مولفه های آموزش سواد رسانه ای

به طور کلی 'مدل آموزشی سه وجهی برای سواد رسانه ای' در این زمینه مطلوب است. در این مدل متن، مخاطب و تولیدات مورد توجه هستند. در بعد متون با هفت مفهوم مواجهیم که باید برای آن‌ها پرسش‌هایی را مطرح کنیم؛ شاخص‌هایی مثل تفکیک یا تشخیص قایل شدن، دلالت‌های ضمنی متن، رمزگان یا نظام‌نامه، ارزش‌ها، نوع، جنس و روابط بینامتنی. وجه دوم که مخاطبان هستند، هم چندین گزینه یا مورد را باید در نظر داشت: فرهنگ، جنسیت، مهارت های سنی و تحصیلی، قدرت انتخاب، روانشناسی فردی، سررشته‌ی رسانه‌ای و جایگاه اجتماعی مخاطب. در وجه سوم که تولیدات سواد رسانه‌ای یا به طور کلی رسانه‌ها را در بر می‌گیرند، باید نوع مالکیت در وهله‌اول مشخص شود؛ این که رعایت قانون تا چه میزان بر هنجارها مبتنی است؟ یا از آن‌ها گذشته‌اند؛ بنابراین کنترل روی این تولیدات باید از سوی چه نهادها و یا سازمان‌های مسئولی وجود داشته باشد؛ شیوه‌های تولید کدام است؟ فناوری به کار رفته در تولیدات رسانه‌ای چگونه است و این که از لحاظ کاربردی بودن و اقتصادی هم توجیه داشته باشد. در واقع باید توجه داشت زمانی که بخواهیم مدلی برای آموزش سواد رسانه در ایران طراحی کنیم، هر سه وجه این مدل یعنی مخاطب، متون و تولیدات سیال و لحظه به لحظه در حال تغییر هستند. (کبیری، ۱۳۹۲).

### الگوی آموزش سواد رسانه ای در ایران

در ایران به طور سیستماتیک الگویی در خصوص سواد رسانه ای دنبال نشده است. اما به نظر می‌رسد که تجربه سواد رسانه ای در کانادا بتواند الگویی مناسب برای ایران باشد؛ تورنتو، نخستین شهری بود که در آن سواد رسانه‌ای به کار گرفته شد و نزد دست اندرکاران سواد رسانه‌ای، «مکان مقدس» نامیده می‌شود. سواد رسانه‌ای در تورنتو اصولاً توسط سازمان موسوم به «انجمن سواد رسانه‌ای (AML)» معمول شد. چشمگیرترین دستاورد این انجمن آن است که توانست سواد رسانه‌ای را رسماً در نظام آموزشی مدارس استان انتاریو بگنجانند. در کانادا از 'ناسیونالیسم' برای اجتناب از نفوذ فرهنگ آمریکایی استفاده می‌شود. در واقع، در این کشور، «ناسیونالیسم» یک دیوار فرهنگی تلقی می‌شود. بنابراین، در کانادا، جنبه‌های انتقادی سواد رسانه‌ای می‌توانند همان نقش «ناسیونالیسم» را ایفا کنند. کاربری انتقادی در سواد رسانه‌ای در کانادا ویژگی منحصر به فردی دارد و آن «حفظ فرهنگ کانادایی از طریق انتقاد از فرهنگ آمریکایی»، «کاربری انتقادی رسانه‌ها» در کانادا ویژگی‌های مورد اشاره بالا را دارد و طرفداران سواد رسانه‌ای کاملاً از آن آگاهند.

برای مثال از سال ۱۹۸۷ تا سال ۱۹۳۳، انجمن سواد رسانه ای کانادا به همراه دانشکده آموزش دانشگاه تورنتو، سه دوره تابستانی را برای دبیران رسانه ای برگزار کرد: قسمت اول مدیا معرفی کلیدی رسانه - یعنی اینکه چگونه رسانه ها با استفاده از قوانین و اصول رسانه ای واقعیت ها را می سازند، رویه های فرهنگی، صنایع رسانه ای و انواع تولیدات رسانه ای می پرداخت. مدل هایی از آموزش و تربیت منتقدانه و همچنین نحوه سازماندهی کلاس های درس معرفی شده بود، که طی این فرایندها، دانش آموزان به صورت گروهی و با کمک ابزارهایی چون، دوربین فیلمبرداری و بسته های ویرایش، با یکدیگر کار کرده و گونه های متفاوتی از رسانه ها را تجزیه و تحلیل و منابع جاری را مورد بحث و بررسی قرار می دادند و در نهایت واحدهای درسی عملی را طراحی و تهیه می کردند. سخنرانانی نیز از صنایع متفاوت رسانه ای بر سر کلاس های درس به منظور معرفی رسانه به دانش آموزان، حضور به عمل می آوردند. قسمت دوم مدیا - به تقویت آنچه که در جزء اول آورده شده بود پرداخته و به منظور نشان دادن اهمیت موضوع، گفت و گوی مفاهیم، در ارتباط با طراحی دوره ها، جلسات بحث و گفت و گو، تاکید خاصی بر روی آن از خود نشان می دادند. دبیران به منظور ارائه دوره هایی موثر هم برای دانش آموزان و هم برای هیات مدیره مدارس، چهارچوب دوره های برگزار شده در سطح مدارس بریتانیا، استرالیا و برخی دیگر از مدارس انتاریو را مورد ارزیابی قرار می دادند. قسمت سوم مدیا - دانش آموزان به ایجاد و معرفی یک پروژه تحقیقاتی که مبنای آن ارزیابی نحوه پاسخگویی دانش آموزان نسبت به برنامه درسی سواد رسانه ای که در کلاس های درس بود، می پرداختند. با تصحیح و بهینه سازی ایده های بدست آمده از نظر رسانه ها و آموزش و پرورش منتقدانه و تجزیه و تحلیل مباحثه ای، دانش آموزان نحوه صحیح اجرای تحقیق را فرا گرفته و با راه های مختلف ضمنی سازی محتوای قابل آموزش در رسانه آشنا می شوند. از دانش آموزان انتظار می رفت با مهارت های درست مدیریت کارگاه ها آشنا شده و به دبیران خود در طراحی دوره ها، در سطح هیات مدیره کمک نمایند.

در واقع با در نظر گرفتن هدف خاص سواد رسانه ای می توان با در نظر گرفتن یکی از این الگوهای موفق، به آموزش سواد رسانه ای مبادرت ورزید. (مهر محمدی، ۱۳۹۶).

مدل های آموزش سواد رسانه ای به عنوان روش هایی برای آموزش مهارت ها و ارتقاء سواد رسانه ای افراد مورد استفاده قرار می گیرند. در ادامه به برخی از مدل های آموزش سواد رسانه ای اشاره خواهیم کرد:

۱. مدل شناسایی اخبار جعلی: در این مدل از الگوریتم های هوش مصنوعی و یادگیری عمیق برای تشخیص اخبار جعلی و خبرهای نادرست استفاده می شود. این مدل ها معمولاً به صورت خودکار این توانایی را دارند که با تحلیل محتوای خبر و مقایسه آن با منابع معتبر، اخبار جعلی را تشخیص دهند. (Thoman, ۲۰۱۸).

۲. مدل آموزش تشخیص خبرهای جعلی: این مدل ها برای آموزش افراد به شناسایی خبرهای جعلی و اخبار نادرست استفاده می شوند. در این مدل ها از روش هایی مانند تحلیل محتوا، بررسی منابع خبر، بررسی نوع رسانه و مقایسه با دیگر خبرها استفاده می شود.

۳. مدل آموزش کاربران در مورد اصول رفتار در فضای مجازی: این مدل ها برای آموزش اصول رفتار در فضای مجازی و نحوه استفاده از رسانه های اجتماعی به عنوان یک ابزار مفید و موثر استفاده می شوند. این مدل ها به ارائه توضیحات و راهنمایی هایی در مورد مسائلی مانند خصوصیت، امنیت، نحوه استفاده از رسانه های اجتماعی و ... می پردازند.

۴. مدل آموزش مهارت های تحلیلی و انتقادی: این مدل ها برای آموزش مهارت های تحلیلی و انتقادی در مورد رسانه ها و خبرها به کار می روند. این مدل ها به شناسایی تکنیک های مناسب برای تحلیل رسانه ها، شناسایی منابع قابل اعتماد، بررسی اصالت خبرها و ... می پردازند.

۵. مدل آموزش مهارت های ارتباطی: این مدل ها برای آموزش مهارت های ارتباطی و دیجیتالی به کار می روند. این مدل ها به شناسایی تکنیک های مناسب برای ارتباط با دیگران در فضای مجازی، ایجاد محتوا قابل انتشار و همچنین ارتباط با مخاطبین در فضای مجازی می پردازند.

۶. مدل آموزش حرفه ای رسانه: این مدل ها برای آموزش حرفه ای در زمینه رسانه و روش های تولید، توزیع و مصرف محتوای رسانه ای به کار می روند. این مدل ها به شناسایی تکنیک های مناسب برای تولید محتوا، مدیریت منابع، توزیع محتوا و ... می پردازند.

۷. مدل آموزش دانش آموزان و اساتید: این مدل ها برای آموزش دانش آموزان و اساتید در زمینه سواد رسانه ای و تکنولوژی ارتباطی به کار می روند. این مدل ها به شناسایی تکنیک های مناسب برای آموزش، مدیریت کلاس درس و ارتقاء سواد رسانه ای دانش آموزان و اساتید می پردازند.

۸. مدل آموزش سواد دیجیتال: این مدل ها برای آموزش مهارت های دیجیتالی به کار می روند. این مدل ها به شناسایی تکنیک های مناسب برای استفاده از ابزارهای دیجیتالی، ارتباط با دیگران در فضای مجازی و مدیریت اطلاعات در دنیای دیجیتالی می پردازند.

همچنین، باید توجه داشت که مدل های آموزش سواد رسانه ای می توانند با توجه به نوع مخاطب، محتوا و هدف، تغییر کنند و به شکل های مختلفی ارائه شوند.

مدل های آموزش سواد رسانه ای به عنوان یک روش موثر برای ارتقاء سواد رسانه ای و توانایی تحلیل و ارزیابی درست اطلاعات و خبرها در فضای مجازی شناخته شده اند. این مدل ها به صورت آنلاین و آفلاین ارائه می شوند و می توانند برای افراد با سطح دانش مختلف قابل استفاده باشند. در ادامه به برخی از مدل های آموزش سواد رسانه ای بیشتر پرداخته خواهد شد: (Thoman, ۲۰۱۸).

۹. مدل آموزش سواد رسانه ای برای کودکان: این مدل ها برای آموزش سواد رسانه ای به کودکان استفاده می شوند. در این مدل ها به شناسایی تکنیک های مناسب برای آموزش سواد رسانه ای به کودکان، ارائه مطالب آموزشی با استفاده از تصاویر و انیمیشن ها، آموزش رفتار مناسب در فضای مجازی و ... پرداخته می شود.

۱۰. مدل آموزش سواد رسانه ای برای جوانان: این مدل ها برای آموزش سواد رسانه ای به جوانان و نوجوانان استفاده می شوند. در این مدل ها به شناسایی تکنیک های مناسب برای آموزش سواد رسانه ای به جوانان و نوجوانان، آموزش تحلیل و ارزیابی درست اطلاعات و خبرها، آموزش رفتار مناسب در فضای مجازی و ... پرداخته می شود.

۱۱. مدل آموزش سواد رسانه ای برای افراد سالمند: این مدل ها برای آموزش سواد رسانه ای به افراد سالمند استفاده می شوند. در این مدل ها به شناسایی تکنیک های مناسب برای آموزش سواد رسانه ای به افراد سالمند، آموزش تحلیل و ارزیابی درست اطلاعات و خبرها، آموزش رفتار مناسب در فضای مجازی و ... پرداخته می شود.

۱۲. مدل آموزش سواد رسانه ای برای افراد با نیازهای ویژه: این مدل ها برای آموزش سواد رسانه ای به افراد با نیازهای ویژه مانند افراد با ناتوانی جسمی و ذهنی استفاده می شوند. در این مدل ها به شناسایی تکنیک های مناسب برای آموزش سواد رسانه ای به افراد با نیازهای ویژه، آموزش تحلیل و ارزیابی درست اطلاعات و خبرها، آموزش رفتار مناسب در فضای مجازی با توجه به نیازهای ویژه این گروه از افراد و ... پرداخته می شود.

۱۳. مدل آموزش سواد رسانه ای برای افراد با سطح دانش پایین: این مدل ها برای آموزش سواد رسانه ای به افراد با سطح دانش پایین در زمینه فضای مجازی استفاده می شوند. در این مدل ها به شناسایی تکنیک های مناسب برای آموزش سواد رسانه ای به افراد با سطح دانش پایین، آموزش تحلیل و ارزیابی درست اطلاعات و خبرها، آموزش رفتار مناسب در فضای مجازی و ... پرداخته می شود.

۱۴. مدل آموزش سواد رسانه ای برای مدیران و سازمان ها: این مدل ها برای آموزش سواد رسانه ای به مدیران و سازمان ها در زمینه فضای مجازی استفاده می شوند. در این مدل ها به شناسایی تکنیک های مناسب برای آموزش سواد رسانه ای به مدیران و سازمان ها، آموزش تحلیل و ارزیابی درست اطلاعات و خبرها، آموزش رفتار مناسب در فضای مجازی و ... پرداخته می شود.

در کل، مدل های آموزش سواد رسانه ای با توجه به نیازهای گروه هدف خود، محتوای مناسب و تکنیک های آموزشی مناسب را ارائه می دهند تا سواد رسانه ای افراد را در فضای مجازی افزایش دهند و آنها را از خطرات احتمالی مرتبط با استفاده نادرست از فضای مجازی محافظت کنند (hobbs,2010).



مدل سواد رسانه ای رنی هابز (Renee Hobbs) یکی از مدل های معروف آموزش سواد رسانه ای است که به وسیله او در سال ۲۰۰۱ معرفی شد. این مدل برای آموزش سواد رسانه ای به دانش آموزان استفاده می شود و شامل پنج مهارت اصلی است که شامل مهارت های زیر است:

۱. تشخیص و دسته بندی پیام های رسانه ای: شامل توانایی شناسایی و دسته بندی محتوای رسانه ای مانند تبلیغات، اخبار، سرگرمی، وبلاگ ها و...

۲. تحلیل و تفسیر محتوای رسانه ای: شامل توانایی تحلیل و تفسیر محتوای رسانه ای به صورت منطقی و مناسب با توجه به محتوا و شرایط محیطی.

۳. ارزیابی ارزش و اهمیت محتوای رسانه ای: شامل توانایی ارزیابی ارزش و اهمیت محتوای رسانه ای و تصمیم گیری در مورد استفاده یا عدم استفاده از آن.

۴. خلق محتوای رسانه ای: شامل توانایی خلق محتوای رسانه ای مناسب با نیازهای شخصی و محیطی.

۵. انتشار محتوای رسانه ای: شامل توانایی انتشار محتوای رسانه ای به صورت مناسب و با توجه به نیازهای محیطی.

این مدل در سطوح مختلف آموزشی کاربرد دارد و می تواند به عنوان یک راهنمای کاربردی برای تحلیل، ارزیابی و خلق محتوای رسانه ای استفاده شود. با توجه به تغییرات و تحولات فضای رسانه ای، مدل سواد رسانه ای رنی هابز نیز به روز شده و تغییراتی در آن ایجاد شده است. (hobbs,2010).

مدل سواد رسانه ای الیزابت تامن (Elizabeth Thoman) نیز همانند مدل سواد رسانه ای رنی هابز، یکی از مدل های معروف آموزش سواد رسانه ای است. این مدل شامل پنج مهارت اصلی است که در زیر توضیح داده شده است:

۱. تشخیص و تفسیر پیام های رسانه ای: شامل توانایی تشخیص محتوای رسانه ای و تفسیر آن به صورت منطقی و دقیق.

۲. ارزیابی کیفیت پیام های رسانه ای: شامل توانایی ارزیابی کیفیت محتوای رسانه ای از نظر محتوا، شیوه ارائه و...

۳. تولید پیام های رسانه ای: شامل توانایی خلق و تولید محتوای رسانه ای مناسب با نیازهای شخصی و محیطی.

۴. ارتباطات رسانه ای: شامل توانایی برقراری ارتباطات موثر با استفاده از رسانه های مختلف.

۵. ارزیابی تأثیرات رسانه ای: شامل توانایی ارزیابی تأثیرات محتوای رسانه ای بر رفتار و نگرش های افراد (Thoman, ۲۰۱۸).

مدل سواد رسانه ای الیزابت تامن نیز در سطوح مختلف آموزشی کاربرد دارد و می تواند به عنوان یک راهنمای کاربردی برای تحلیل، خلق و ارزیابی محتوای رسانه ای استفاده شود. با توجه به تغییرات و تحولات فضای رسانه ای، مدل سواد رسانه ای الیزابت تامن نیز به روز شده و تغییراتی در آن ایجاد شده است. (Thoman, ۲۰۱۹).

### نتیجه گیری:

سواد رسانه ای به عنوان یکی از مهارت های اساسی در دنیای امروزی شناخته می شود و برای همین آموزش سواد رسانه ای به عنوان یکی از اهداف آموزشی در مدارس مطرح شده است. در این راستا، مدل های مختلفی برای آموزش سواد رسانه ای به دانش آموزان در مدارس ارائه شده است که برای توسعه مهارت هایی مانند تفکر انتقادی، تفکر خلاق، ارتباطات اثربخش و ... بسیار موثر هستند.

دو مدل معروف آموزش سواد رسانه ای که در این مقاله مورد بررسی قرار گرفتند، مدل سواد رسانه ای رنی هابز و مدل سواد رسانه ای الیزابت تامن بودند. هر دو این مدل ها شامل پنج مهارت اصلی بودند که شامل تشخیص و دسته بندی پیام های رسانه ای، تحلیل و تفسیر محتوای رسانه ای، ارزیابی ارزش و اهمیت محتوای رسانه ای، خلق محتوای رسانه ای و انتشار محتوای رسانه ای بودند، با این حال، مدل سواد رسانه ای الیزابت تامن شامل مهارت ارتباطات رسانه ای و ارزیابی تأثیرات رسانه ای نیز بود.

استفاده از مدل های آموزش سواد رسانه ای در مدارس به دانش آموزان کمک می کند تا مهارت های مورد نیاز برای مواجهه با محتوای رسانه ای در دنیای امروز را به دست آورند. برای پیاده سازی موفق این مدل ها در مدارس، نیاز به طراحی برنامه های آموزشی مناسب، مدیریت منابع و تجهیزات لازم و همچنین ارزیابی مداوم برنامه های آموزشی است. به طور کلی، بهبود سواد رسانه ای دانش آموزان از طریق استفاده از مدل های آموزش سواد رسانه ای، می تواند در دستیابی به یک جوامع پویا و پیشگراانه کمک شایانی کند.

## منابع :

- مهرمحمدی، م.، تقی زاده، م.، حسینی، س.، & ایزدی، د. (۱۳۹۶). بررسی وضعیت سواد رسانه‌ای دانشجویان دانشگاه‌های دولتی استان تهران. پژوهشنامه فرهنگ و ارتباطات، ۲۳(۲)، ۸۷-۱۱۰.
- کبیری، م.، خانی، ع.، و عسگری، ر. (۱۳۹۲). سواد رسانه‌ای و دانشگاه: بررسی تأثیر آموزش سواد رسانه‌ای بر شیوع اخبار جعلی در بین دانشجویان. مطالعات فرهنگی رسانه‌ها، ۸(۲۸)، ۹-۲۶.
- گروسی، م.، و داداش پور، س. (۱۳۹۹). مطالعه تطبیقی مدل‌های سواد رسانه‌ای و تأثیر آن بر ارتقای سواد رسانه‌ای دانش‌آموزان. فصلنامه پژوهش در علوم ارتباطی، ۷(۲۷)، ۲۷-۴۲.
- Hobbs, R. (۲۰۱۰). Digital and media literacy: A plan of action. The Aspen Institute.
- Toman, E., & Voogt, J. (۲۰۱۸). Developing a media literacy model for the ۲۱st century: A systemic view on media literacy education in an online social world. Journal of Media Literacy Education, ۱۰(۲), ۸۹-۱۰۴.
- Toman, E., & Voogt, J. (۲۰۱۹). A review of literature on media literacy in the digital era: Key concepts, frameworks, and standards for media literacy education. Journal of Media Literacy Education, ۱۱(۲), ۹۵-۷۱.