

مقایسه تطبیقی برنامه های درسی مربوط به سواد رسانه ای 'بین کشورهای کانادا، ژاپن و ایران'

محمد یزدانی پرائی^۱، لادن سلیمی^۲

صص ۱۰۰-۷۶

چکیده

هدف پژوهش حاضر، مقایسه تطبیقی برنامه های درسی مربوط به سواد رسانه ای بین کشورهای کانادا، ژاپن و ایران است. جامعه آماری برنامه های درسی سه کشور ذکر شده و نمونه آماری برنامه درسی سواد رسانه ای با نمونه گیری هدفمند انتخاب گردید. بدین منظور با روش جستجوی در اسناد مکتوب و سایت های اینترنتی داده ها جمع آوری گردید و با روش جبر بولی، تجزیه و تحلیل انجام گرفت. نتایج نشان داد در اهداف اجرای برنامه درسی سواد رسانه ای سه کشور، درک و بکارگیری محتوای رسانه ای، مهارت های عملی برای زندگی کارآمد از اشتراکات می باشد. از طرفی تفکر انتقادی در مدارس کانادا و ژاپن مورد تاکید است. در ابعاد و رویکردها، رویکرد انتقادی در کانادا و ژاپن، رویکرد کارآفرینی و آمادگی ورود به حرفه و شغل در کانادا و ایران و کسب مهارت ها و شایستگی های لازم برای زندگی در ژاپن و ایران مطرح است.

کلیدواژه ها: تطبیق، برنامه درسی، سواد رسانه ای، جبر بولی

مقدمه

در دوران جدید با ویژگی ظهور وسایل ارتباطات نوین، جوامع تحت نفوذ و بمباران اطلاعاتی و رسانه ای قرار گرفته و به نظر می رسد به منظور بقاء در این شبکه اطلاعاتی که در سراسر محیط فرهنگی انسان ریشه دوانیده حفظ استقلال فکری و اندیشه، اجتناب از انفعال، بهره مندی از تفکر انتقادی و افزایش توانایی گزینش و انتخاب و رویارویی با این فرآیند پیچیده و فراگیر از طریق تکوین و تکامل سواد رسانه ای قابل حصول تلقی می شود (حسین زاده، محمدی لرستانی، ۱۳۸۹).

بسیاری از علاقمندان پژوهش در حوزه تعلیم و تربیت به مقایسه برنامه های درسی در نظام های آموزشی می پردازند. دولت ها به نحو فزاینده ای، برنامه های درسی خود را با شیوه های مرسوم در سایر جوامع برای دستیابی به ابتکارات نوین در رقابت های بین المللی مقایسه می کنند. حوزه مطالعات برنامه درسی، ابزارهای روش شناختی و نظری فراوانی را برای مقایسه برنامه های درسی تدارک دیده است. در واقع، می توان این گونه ادعا کرد که همه پژوهش های مربوط به برنامه درسی تا حدی درگیر مقایسه - یکی با دیگری - در تحلیل پدیده ها هستند. برای همه این پژوهش ها، پرسش از "چه هست" در برابر "چه نیست" آشکارا مطرح است. به هر حال، تطبیق به نحو ضمنی باعث می شود که تفاوت ها و تشابهات آشکار گشته و "غریبه ها آشنا و آشناها غریبه" شوند. برنامه درسی امری پیچیده، چند وجهی و دارای اشکال متنوعی از نقاط کانونی و محوری است. این امر، اگر چه میدان عمل پژوهشگران را برای مقایسه و ارائه تحلیل جامع محدود می سازد، ولی مانع علاقمندی آنان برای تلاش بیشتر در جهت دستیابی و کشف پرسش هایشان نمی شود (آدامسون و همکاران، ۱۳۸۹).

مبانی نظری

آلوین تافلر^۴ با اشاره به این که نهادهای آموزش و پرورش به شدت تحت تاثیر رویکردهای جهانی قرار دارند، معتقد است که با توجه به اهداف مهم مدرسه، که آماده سازی کودکان و نوجوانان برای زندگی و جامعه است، انتظار این است که آموزش و پرورش با تغییرات اجتماعی، سیاسی و اقتصادی در سطح ملی و بین المللی متناسب، همسو و هم جهت باشد. او در ادامه نتیجه می گیرد که اگر آموزش و پرورش با رویکردهای جهانی همسو نباشد، منسوخ خواهد شد و آموزش های غیر رسمی و فرا ملی جای آن را خواهد گرفت. به طور کلی همه ما به طور دائم تحت بمباران انواع و اقسام پیام های رسانه ای قرار داریم، به گونه ای که هر پیامی ارزش ها و سبک های زندگی خاصی را به ما القا می کند. با توجه به این مسئله است که می گوئیم مخاطبان عصر اطلاعات، به ویژه نوجوانان و جوانان ما، نیازمند آموختن مهارت های سواد رسانه ای هستند تا بتوانند اهداف نهفته در سبک زندگی القا شده در هر پیام را شناسایی کنند و برخورد فعالانه تری با محتوای رسانه ای داشته باشند. این هدف هنگامی محقق می شود که نهادهای آموزشی بتوانند افراد را طوری پرورش دهند که قدرت تشخیص و توانایی رمزگشایی محتوای پیام های رسانه ای را داشته باشند. امروزه در اغلب کشورهای دنیا از جمله انگلستان، استرالیا، فنلاند، دانمارک، سوئد، فرانسه، آلمان، هلند، روسیه، کانادا، ایالات متحده، آفریقای جنوبی، مالزی و ژاپن، آموزش سواد رسانه ای را در پایه های مختلف تحصیلی به صورت جدی دنبال می کنند (نصیری، ۱۳۹۱).

همگام با تحولات فناورانه، شیوه های یادگیری نیز در حال تغییر هستند و دانش آموزان باید خود به تجزیه و تحلیل اطلاعاتی بپردازند که با یکی دو اشاره (کلیک) به دست می آورند. با دسترسی دانش آموزان به منابع مختلف در فضای مجازی، عضویت آن ها در شبکه های اجتماعی، جستجوهای اینترنتی و ده ها فعالیت ارتباطی دیگر، از سهم فیزیکی مرزهای مدرسه کاسته و بر مساحت مجازی آن افزوده می شود. در این میان دانش آموزان فقط به اطلاعات ضروری و محتوای سالم رسانه ها دسترسی ندارند و استفاده آن ها تنها نمی تواند به موارد علمی و مفید بسنده شود. آموزش سواد رسانه ای می تواند یاری گر آن ها در استفاده مفید از رسانه ها باشد (تقی زاده، کیا، ۱۳۹۳).

رسانه ها به دلیل حضور مداوم و موثر در ایجاد و شکل گیری سبک های جدید زندگی از جاذبه های عینی-مجازی برخوردارند که نه تنها می توانند نیازهای اجتماعی نسل بالنده جامعه را به نوعی برآورده سازند بلکه فراتر از آن در ساخت انسان جدید براساس نوعی از تفکر جمعی که در فرهنگ خاص هویت مدار ریشه ندارد، تاثیرگذاری جدی داشته باشند. برنامه های رسانه هایی چون رادیو و تلویزیون که بازگوکننده وضعیت فرهنگی و اجتماعی یک جامعه اند، در عین حال که از ارزش ها و اعتقادات فرهنگی و اجتماعی جامعه تاثیر می پذیرند می توانند شکل دهنده و تغییردهنده این ارزش ها و اعتقادات نیز باشند و یا شبکه های اجتماعی که با قدرت ارتباطی خود در شرایط کنونی جهان در تلاش اند که ارتباطی وسیع میان افراد و شهروندان ایجاد کنند که در صحنه واقعی با این وسعت و تنوع امکان پذیر نیست. امری که در گذشته و در تاریخ روابط بین الملل در تئوری و عمل به یک رویا شبیه بود. اینترنت به کلی این خط سیر را تغییر داده و امکان برقراری ارتباط بین افراد و گروه های یک اجتماع با افراد و گروه های جوامع دیگر را مهیا کرده است (کوثری، ۱۳۸۶).

حتی اگر جوانان در دنیایی غوطه خورده باشند که رسانه و فناوری در همه ابعاد زندگی و جامعه آنها وارد شده باشد، تعداد کمی از برنامه های آموزش معلمان در حال آماده سازی معلمان برای کمک به دانش آموزان خود برای درک انتقادی از پتانسیل ها و محدودیت های این تغییرات هستند. بسیار مهم است که معلمان جدید یاد بگیرند که چگونه به دانش آموزان ۱۲-۱۳ خود آموزش دهند تا همه چیز را از متن های دانشگاهی گرفته تا رسانه های اجتماعی با انتقاد بخوانند و بنویسند. این بدان معناست که آموزش و پرورش مسئول آموزش موج جدید معلمان، نه تنها با جدیدترین فناوری بلکه مهم تر از همه، با تئوری انتقادی سواد رسانه ای و آموزش به روز باشند. این آمادگی برای کمک به معلمان و دانش آموزان در تفکر و عملکرد انتقادی، فناوری ارتباطات اطلاعاتی (ict)، رسانه ها و فرهنگ عامه ضروری است (Kellner & Share, 2019).

درگیر کردن معلمان و دانش آموزان با تجزیه و تحلیل انتقادی از رسانه و تولید خلاق رسانه برای یادگیری تحول گرا درباره رضایت، در داخل و خارج از کلاس مهم است (Moor house & Brooks, 2020). از طرفی برخی از پیام های ارسالی از سوی رسانه ها می تواند منجر به کاهش پایبندی به مباحث اخلاقی شود که این امور نیز می تواند بر دوام و استحکام روابط افراد اثرگذار شود (افراسیابی، ۱۳۹۰). سواد رسانه ای به طور سنتی به عنوان یک فرآیند یا مجموعه مهارت های مبتنی بر تفکر انتقادی تصور می شود. سواد رسانه ای معاصر تمایل به سازماندهی حدود پنج موضوع اصلی دارد: مشارکت جوانان، آموزش معلمان و منابع درسی، حمایت از والدین، ابتکارات سیاسی و ساخت پایه شواهد. برخی تحقیقات نشان می دهد که تلاش برای سواد رسانه ای می تواند تأثیر کمی برای برخی از مواد داشته باشد یا حتی باعث ایجاد شرایط مضر بیش از حد اعتماد شود. ماهیت طولی هر دو ارزیابی و به روز رسانی برنامه های سواد رسانه ای سواد رسانه ای به مرکز ثقل برای مقابله با "اخبار جعلی" تبدیل شده است. برنامه های درسی برای پرداختن به اقدام علاوه بر تفسیر، با افزایش استفاده از رسانه های اجتماعی و تلاش برای سواد آموزشی باید به رفتار کاربر نیز بپردازد (بوگلر و دیویسون؛ ۲۰۱۸).

فصلنامه پیشرفتهای نوین در مدیریت آموزشی، سال اول شماره ۳، بهار ۱۴۰۰، پیاپی ۳

مقایسه تطبیقی برنامه های درسی مربوط به سواد رسانه ای بین کشورهای کانادا، ژاپن و ایران | ۷۹

آموزش سواد رسانه ای شامل فرایندهای شناختی است که در تفکر انتقادی مورد استفاده قرار می گیرد. کارگاه ها و برنامه های درسی رسانه ها بر ارزش های اخلاقی (رویکرد دفاعی، تلقیحی)، تبعیض آمیز پاسخگویی (بیننده انتقادی)، مقاومت ضد رسانه ای و انقلاب مصرف کننده تأکید دارند. برنامه های سواد آموزی رسانه ای باعث تقویت تفکر انتقادی مستقل می شوند. محتوای رسانه پیش بینی محدود اثرات احتمالی قرار گرفتن در معرض رسانه است. معنا در موقعیتی قرار دارد که مخاطبان تجربه رسانه خود (درک انتخابی)، زمینه ای که از آنها برای استفاده از رسانه (اسکان) استفاده می کنند، و چگونگی و چرایی استفاده از رسانه (استفاده و رضایت بخش) را در خود جای داده اند. برای موفقیت یک برنامه درسی سواد رسانه ای نیاز به همکاری معلمان، مدیران، متخصصان و والدین است (براون، ۲۰۰۶).

تحقیقات در زمینه آموزش سواد رسانه ای در دو دهه گذشته در سطح جهان رو به افزایش و در حال تغییر است. پژوهش گران جدید و نوظهور شروع به شکل دادن کار در این زمینه کردند. در عین حال، زمینه های مختلف به بدنه ای از کار که به طور فزاینده ای واگرا است، کمک کرده اند. این امر در تغییرات دانشگاه، آموزش و سیاست مانند انقلاب رسانه های دیجیتال، ارتباط با فعالیت های مدنی، افزایش تعداد اختلالات جسمی و روانی مربوط به مصرف کنندگان رسانه، نقش رسانه های جمعی و اجتماعی در پرداختن به موضوعات و مشکلات جهانی منعکس می شود. و ... متن بر اساس چارچوب سواد آموزی در رسانه های سنتی در تجزیه و تحلیل انتقادی، ارزیابی و تشخیص، ادبیات جدیدی را ایجاد می کند که پیرامون فن آوری های همبند، سیستم عامل های تلفن همراه و شبکه های اجتماعی پدید آمده است. با گذشت سال ها، مریدان رسانه رویکردهای متفاوتی در زمینه آموزش سواد رسانه ای ایجاد کرده اند. در گذشته، می بینیم که حداقل پنج رویکرد آموزش سواد رسانه ای وجود دارد که توسط مدرسان رسانه در کشورهای مختلف و در مراحل مختلف اتخاذ شده است.

اول از همه، رویکرد تلقیح برای محافظت از جوانان در برابر پیام های رسانه ای منفی است. در حالی که رویکرد تحلیل انتقادی به جوانان می آموزد که ایدئولوژی پنهان و ارزش های پیام های رسانه ای را از بین ببرند، رویکرد هنر رسانه ای آموزش سواد رسانه را از طریق تولید رسانه ترغیب می کند. رویکرد هنر رسانه ای بر لذت بردن از رسانه تأکید می کند. تولید و مصرف رسانه ها جالب، خلاقانه، مشارکتی و مربوط به سبک زندگی جوانان تلقی می شوند. برخی از مریدان از رویکرد مشارکت اجتماعی حمایت می کنند، و این تمرکز بر این است که شهروندان فعال بتوانند نقش سازنده ای در دموکراسی رسانه ای داشته باشند (بلینها اس دی ابرئو و همکاران؛ ۲۰۱۷).

سواد رسانه ای شامل شیوه هایی است که به افراد امکان دسترسی، ارزیابی انتقادی و ایجاد یا دستکاری رسانه ها را می دهد. سواد رسانه ای فقط به یک رسانه محدود نمی شود (پوتر، ۲۰۱۰).

برایان^(۲۰۱۰) به نقل از تقی زاده، کیا، (۱۳۹۳) به بیانیه یونسکو در زمینه آموزش و پرورش اشاره می کند و می گوید: ((فهم انتقادی محیط رسانه ای که ما را فرا گرفته در جهت افزایش اصول شهروندی و مشارکت عمومی مورد تأکید است و لذا در سال های اخیر توجه زیادی به آموزش سواد رسانه ای به ویژه در کشورهای اروپایی با تأکید بر رسانه های دیجیتال شده است.)).

فصلنامه پیشرفتهای نوین در مدیریت آموزشی، سال اول شماره ۳، بهار ۱۴۰۰، پیاپی ۳

مقایسه تطبیقی برنامه های درسی مربوط به سواد رسانه ای بین کشورهای کانادا، ژاپن و ایران | ۸۰

سواد رسانه ای یک رویکرد قرن بیست و یکم به آموزش است. و چارچوبی برای دسترسی، تحلیل، ارزیابی، ایجاد و مشارکت با پیام ها به اشکال مختلف- از چاپ تا فیلم تا اینترنت- فراهم می کند. سواد رسانه ای درک از نقش رسانه ها در جامعه و هم چنین مهارت های اساسی تحقیق و بیان خود برای شهروندان یک دموکراسی را ایجاد می کند (مرکز سواد رسانه ای، ۲۰۲۰).

یک تعریف اصلاح شده؛ سواد رسانه ای را به عنوان ترکیبی از سه فعالیت ارتباطی ارائه می دهد: عملیات فناوری، پذیرش حساس و بیان فعال. این سه عنصر باید یکدیگر را تکمیل کنند. اگر تعادل بین آن ها از بین برود، سواد رسانه ای نمی تواند به درستی پیش برود. این درک جامع تری نسبت به تعریف سنتی فراهم می کند، که فقط بر دریافت انتقادی متون رسانه ای متمرکز شده است، و امروزه به یک معیار در درک سواد رسانه ای تبدیل شده است. با این حال، گسترش سریع رسانه های دیجیتال مانند تلفن های هوشمند و SNS (خدمات شبکه های اجتماعی؛ نمونه هایی از سایت هایی مانند فیسبوک و توییتر)، جفت شده با دولت محافظه کار شینزو آبه، بار دیگر چشم انداز رسانه های ژاپنی را تغییر داده است. تقریباً زمان آن رسیده است که یک بررسی مجدد اساسی دیگر اصطلاحات "رسانه" و "سوادآموزی" انجام شود. (موسسه بین المللی مطالعات آسیایی).

راموس و همکاران^{۱۰} (۲۰۱۸) در پژوهش خود با عنوان ((درک خطر آنلاین در جوانان و تأثیرات آن بر رفتار دیجیتال)) بیان می دارند؛ طرفداران آموزش سواد رسانه ای معتقدند که ورود سواد رسانه ای به برنامه درسی مدارس موجب تعامل مدنی، افزایش آگاهی در مورد ساختارهای قدرت ذاتی در رسانه های مردمی می شود و دانش آموزان را در به دست آوردن مهارت های لازم و انتقادی لازم می داند.

تد کسلر، پابلو پی ال و برایان تی نولان (۲۰۱۶)؛ در مقاله خود با عنوان "موضع ما چیست؟ یک مطالعه انتقادی سواد رسانه ای از وب سایت های فرهنگ عامه با دانش آموزان ویژه دوره هشتم"؛ گزارشی از یک پروژه تحقیقاتی با ۹ دانش آموز کلاس هشتم ویژه در یک کلاس خود مختار در یک مدرسه دولتی شهری ارائه داده است. نویسنده اول، با همکاری معلم کلاس (نویسنده ۳)، به دانش آموزان یک چارچوب مهم سواد رسانه ای را برای کشف وب سایت های فرهنگ عامه آموخت. دانش آموزان آموخته اند که این سایت ها را برای موضوعات مربوط به نویسندگی تجزیه و تحلیل کنند. طرح؛ مخاطب در نظر گرفته شده؛ ایدئولوژی؛ برنامه های انگیزه سیاسی، اجتماعی و سودآوری. این مقاله با استناد به تئوری های سواد جدید، چند ملیتی، سواد چند مدلی و سواد رسانه ای انتقادی، به سؤالات زیر می پردازد: دانش آموزان به عنوان خوانندگان مهم وب سایت های فرهنگ عامه چه فهمی داشتند؟ این درک چگونه به عنوان افراد باسواد قرن بیست و یکم در توسعه آن ها نقش داشته است؟ با استفاده از نرم افزار ضبط صفحه و پروتکل فکر با صدای بلند، روند خواندن هر دانش آموز را دوباره بازبازی شد. سپس دانشجویان با استفاده از گلگستر، تولیدات رسانه ای جایگزین را خلق کردند. glog هر دانش آموز را با استفاده از دستور زبان طراحی بصری تجزیه و تحلیل گردید. در این یافته ها ۳ مضمون ارائه می شود: تفکر استنباطی، دیالکتیک در بین سواد های متعدد و بیان چند حالتی. این مقاله با پیامدهای تحقیق، سیاست و معلمان در آینده، به ویژه در سواد رسانه ای انتقادی با جمعیت آموزش ویژه به پایان می رسد.

میساریس^{۱۱} (۲۰۰۶) در مقاله خود با عنوان ((جنبه های بصری سواد رسانه ای)) می گوید: یک مؤلفه اصلی سواد رسانه ای باید درک کنوانسیون های بازنمایی باشد که از طریق آن کاربران رسانه معانی ایجاد می کنند و به اشتراک می گذارند. در این مقاله، کنوانسیون های بازنمایی ارتباطات

۸- Center for media literacy(CML)

۹- iias.asia

۱۰-Ramos-Soler, etc

۱۱- Messaris

فصلنامه پیشرفتهای نوین در مدیریت آموزشی، سال اول شماره ۳، بهار ۱۴۰۰، پیاپی ۳

مقایسه تطبیقی برنامه های درسی مربوط به سواد رسانه ای بین کشورهای کانادا، ژاپن و ایران | ۸۱

تصویری مورد بررسی قرار گرفته است. این پژوهش بین کنوانسیون معنایی و نحوی تمایز قائل می شود و بر ویژگی هایی که به شدت زبان بصری را از سایر حالت های ارتباطی متمایز می کند متمرکز می شود. این بررسی تأثیر سواد بصری در رشد شناختی بینندگان و پیشرفت آن ها به عنوان مصرف کنندگان آگاه رسانه های تصویری است.

میروویتز^{۱۲} (۲۰۰۶) در مقاله خود با عنوان ((سوادهای رسانه ای متعدد)) بیان می کند؛ حداقل سه نوع مختلف از سواد رسانه ای وجود دارد که هر یک با برداشت متفاوت از آنچه منظور ما از اصطلاح رسانه است در ارتباط است. این تصور که رسانه ها مجاری هستند که دارای پیام هستند، نشانگر نیاز به سواد محتوای رسانه ای است. این ایده که رسانه ها به زبان های مجزا هستند، نشان دهنده نیاز به سواد گرامر رسانه ای است، یعنی درک استفاده از متغیرهای تولید در هر رسانه. تصور رسانه ها به عنوان محیط، نیاز به درک تأثیر ویژگی های نسبتاً ثابت هر رسانه (سواد متوسط)، هم بر ارتباطات فردی و هم بر روی فرآیندهای اجتماعی را به طور کلی نشان می دهد. سواد متوسط به ویژه تفکر ویژه ای را در مورد ریشه ها، مشکلات و امکانات جنبش سواد رسانه ای ارائه می دهد.

گاتزن^{۱۳} (۲۰۰۱) در پژوهش خود با عنوان ((رسانه و ارتباطات در ژاپن)) عنوان می کند؛ "مطالعات رسانه ای" یک حوزه تحقیقاتی میان رشته ای بزرگ و مداوم است که به علوم سیاسی، جامعه شناسی، روانشناسی، زبانشناسی، تحلیل گفتمان و مطالعات فرهنگی می پردازد. با این حال، رسانه ها در ژاپن توجه کافی از محققان در زمینه مطالعات ژاپنی دریافت نکردند. عدم توجه به تعداد نسبتاً ناچیزی از انتشارات محققان غیر ژاپنی در مورد رسانه ها در ژاپن، در مقایسه با سایر زمینه های اصلی مطالعات ژاپنی، مانند سیاست، تاریخ، هنر یا ادبیات، مشهود است.

حسینی (۱۳۹۲) در پژوهش خود با عنوان ((سواد رسانه ای راهبرد استحکام هویت فردی و ملی)) بیان می کند: سواد رسانه ای، به مفهوم توانایی و قدرت دسترسی، تحلیل، ارزیابی و انتقال اطلاعات و پیام های رسانه ای، بیش از چهار دهه است که در تجربه سیاستگذاری بسیاری از کشورها، به عنوان یکی از کارآمدترین ابزارهای هدایتی و نظارتی مورد اتفاق است. با برخورداری از سواد رسانه ای (از انتخاب ساده رسانه ای تا نقد متن) و رسیدن به سطح عمیق آن (فهم و تفسیر زمینه های بازنمایی متن)، این امکان برای مخاطب فعال و نه منفعل، فراهم می شود که در برابر القای سوگیرانه بازنمایی رسانه های رقیب، هویت ملی را همسان با تفسیرهای مذکور در نظر نگرفته و کنترل خود را در پنج حوزه بینش، دانش، گرایش، روش و کنش، به شکلی خود ناآگاه به نظام بازنمایی رسانه ای غرب نسپارد. حجم هجمه رسانه های برون مرزی در بازنمایی غیرواقعی هویت اسلامی - ایرانی، نقص نظام های حقوقی فرا ملی، فروکاهش ساختارهای اخلاقی در برابر افزایش کمی و کیفی تولیدات مضر رسانه ای و ... ترویج سواد رسانه ای را به مثابه راهبرد استحکام هویت ملی، انکارناپذیر می نماید.

نصیری و همکاران (۱۳۹۱) در پژوهش ((اهمیت آموزش سواد رسانه ای در قرن بیست و یکم)) عنوان می دارند: امروزه علاوه بر تربیت شهروندی برای یک جامعه ملی، نیاز آماده سازی شهروندان برای زندگی در جامعه جهانی به صورت یک ضرورت تربیتی درآمده است. آموزش سواد رسانه ای به شهروندان در عصر جهانی شدن، مفهومی کلی است که به مطالعات رسانه ای، فرهنگی، اجتماعی، تاریخی، سیاسی و تکنولوژیکی وابسته است و می توان آن را به آموزش شیوه های بهتر زندگی کردن در عصر اطلاعات و ارتباطات که به طور خاص در یک جامعه و به طور عام در جامعه جهانی می توان اطلاق کرد. سواد رسانه ای به عنوان ابزاری برای حمایت شهروندان در برابر آثار منفی رسانه های جمعی است؛ که

۱۲- Meyrowitz

۱۳- Gatzon

چارچوبی را جهت دسترسی، تحلیل، ارزیابی و خلق پیام ها به اشکال مختلف از چاپ گرفته تا اینترنت، فراهم می نماید. سواد رسانه ای رویکردی آموزشی در قرن بیست و یک محسوب می گردد. چرا که سواد رسانه ای درکی را از نقش رسانه در اجتماع شکل می دهد و کسب مهارت های ضروری تحقیق و بیان عقاید شخصی را برای شهروندان در عصر جهانی شدن ضروری می داند.

آن چه که نگارنده را بر آن داشت در حوزه سواد رسانه ای و آموزش آن ورود کند؛ ظرفیت های رسانه های جدید است که انسان هزاره سوم را که به آمیختگی با آن مبتلا شده، به خردورزی و ژرف اندیشی در تعامل با این پدیده وامی دارد. نداشتن دانش و مهارت های لازم، ما را با چالش های جدید عصر رسانه روبه رو می کند و زمینه آسیب های گوناگون فردی و اجتماعی و تغییر هنجارها را فراهم می آورد. سواد رسانه ای، بخشی از حیات یک شهروند دانا و فرهیخته است. کوشش برای تحصیل سواد رسانه ای، یکی از مصادیق بارز علم به زمانه خویش به حساب می آید.

امروزه علاوه بر تربیت شهروندی برای یک جامعه ملی، نیاز آماده سازی شهروندان برای زندگی در جامعه جهانی به صورت یک ضرورت تربیتی درآمده است. آموزش سواد رسانه ای به شهروندان در عصر جهانی شدن، مفهومی کلی است که به مطالعات رسانه ای، فرهنگی، اجتماعی، تاریخی، سیاسی و تکنولوژیکی وابسته است و می توان آن را به آموزش شیوه های بهتر زندگی کردن در عصر اطلاعات و ارتباطات که به طور خاص در یک جامعه و به طور عام در جامعه جهانی می توان اطلاق کرد. بدون شک داشتن سواد رسانه ای هم برای دانش آموزان و هم برای دیگر عوامل آموزشی بسیار مهم و مسئله ای اساسی است. به خصوص در دنیای جدید و شرایط خاص جهان در دورانی که در آن بسر می بریم - ورود یک ویروس خطرناک بنام کرونا که همه را در عالم درگیر خود کرده است- اهمیت و ضرورت سواد رسانه ای و استفاده درست و مناسب از فضای مجازی را در همه امور به ویژه تعلیم و تربیت و آموزش و پرورش بیش از پیش نمایان کرده است. لذا در این پژوهش سعی شده است، سه کشور کانادا، ژاپن و ایران در مورد برنامه درسی سواد رسانه ای مورد بررسی قرار گیرند تا بتوان نگاه آن ها را به رسانه و سواد رسانه ای و نیز ارتباط بین این کشورها را مطالعه کرد.

هدف پژوهش حاضر مقایسه تطبیقی برنامه های درسی مربوط به سواد رسانه ای بین کشورهای کانادا، ژاپن و ایران است. لذا سوال های پژوهش به صورت زیر بیان می شود:

سئوال های پژوهش:

- نگاه کشورهای مورد مطالعه نسبت به رسانه و سواد رسانه ای (اهداف، ابعاد و رویکردها) چگونه است؟
- اهداف، ابعاد و رویکردهای برنامه درسی سواد رسانه ای در کشورهای مورد مطالعه چه ارتباطی دارند؟

روش‌شناسی تحقیق

پژوهش حاضر از لحاظ روش گردآوری اطلاعات؛ اسنادی بوده که با مراجعه به کتب و سایت های اینترنتی این امر میسر گردید. برای پاسخ به سؤال اول برنامه درسی و ویژه برنامه درسی سواد رسانه ای سه کشور از حیث اهداف، ابعاد و رویکردها مورد بررسی قرار گرفت و برای پاسخ به سؤال دوم پژوهش از روش تطبیق جبر بولی استفاده شد.

جبر بولی

در ریاضیات و به خصوص در منطق ریاضی، جبر بولی زیرمجموعه ای از جبر است که در آن مقدار متغیرها، درست یا غلط می باشد که معمولاً به همین ترتیب با ۱ و ۰ نشان داده می شود. (کارمانی، ۱۳۹۶).

نخستین بار جامعه شناسی به نام چارلز ریگین از قواعد حاکم بر جبر بولی برای پژوهش های تطبیقی در حوزه مطالعات علوم اجتماعی - که شباهت بسیار با پژوهش های آموزش و پرورش دارند - استفاده کرد. جورج بول در اواسط قرن نوزدهم جبر بولی را - که جبر منطق یا جبر مجموعه ها نیز خوانده میشود - تدوین کرده است. برای کاربری جبر بولی در پژوهش های آموزش و پرورش تطبیقی، شناخت کل جبر بولی ضرورت نداشته و اصول آن با منطق حاکم بر پژوهش های تطبیقی در علوم تربیتی سازگار است (معدن دار آرانی، ۱۳۹۴).

در جبر بولی هر متغیر به صورت دو ارزشی ((وجود/عدم یا حضور/غیاب)) مد نظر قرار می گیرد. بنابراین، در یک تحلیل بولی از داده های تحقیقات اجتماعی، کلیه متغیرها، اعم از مستقل و وابسته، باید در سطح سنجش اسمی دو مقوله ای (وجود و عدم با گدهای یک و صفر) باشند. برای استفاده از جبر بولی به عنوان تکنیکی از مقایسه کیفی، ضروری است که ماتریس داده های خام را مطابق با یک جدول ارزش بازسازی نماییم.

منطق ترکیبی جبر بولی بدلیل لحاظ نمودن کلیه شروط علی ممکن برای تحقق یک معلول که در یک معادله بولی منعکس می شود، موجب پیچیدگی بیش از حد این رویکرد می شود. در جبر بولی، راهی برای کمیته سازی ترکیبات علی وجود دارد. قاعده اصلی این است:

((چنان چه دو عبارت بولی فقط در یک شرط علی با یکدیگر متفاوت باشند و هر دو، یک نتیجه را موجب شوند، در آن صورت می توان آن شرط علی را حذف نمود و عبارت ساده تری ساخت.))

یکی دیگر از مفاهیم مهم در جبر بولی مفهوم ((استلزام)) و ((استلزامات اصلی)) است. منظور از استلزام اصلی این است که چنان چه یک عبارت بولی، استلزام بر عبارت دیگر داشته باشد، عضویت دومی، زیر مجموعه ای از عضویت اولی است. به عبارت دیگر، هنگامی می توان گفت یک عبارت مستلزم عبارت دیگر است که عبارت دوم زیرمجموعه عبارت اول باشد.

برای تعیین این که کدام یک از استلزامات از حیث منطقی، ضروری و کدام یک حشو و زاید است، یک طرح و تدبیر کمیته سازی مورد استفاده قرار می گیرد که به عنوان «نگاره استلزام اصلی» شناخته شده است. بنابراین، کمیته سازی از طریق نگاره استلزام اصلی دومین مرحله فرایند کمیته سازی بولی است. هدف مرحله دوم فرایند کمیته سازی، تحت پوشش قرار دادن حتی الامکان عبارات استلزام بولی از طریق کم ترین تعداد منطقی

فصلنامه پیشرفتهای نوین در مدیریت آموزشی، سال اول شماره ۳، بهار ۱۴۰۰، پیاپی ۳

مقایسه تطبیقی برنامه های درسی مربوط به سواد رسانه ای بین کشورهای کانادا، ژاپن و ایران | ۸۴

استلزامات اصلی است. در حقیقت، نگاره استلزام اصلی، پیوند میان استلزامات اصلی و عبارات اولیه را نمودار می سازد. تحلیل نگاره استلزام اصلی منجر به کمینه سازی نهایی عبارات بولی می شود (طالبان، ۱۳۸۸).

جامعه آماری و نمونه:

جامعه آماری پژوهش، برنامه های درسی سه کشور کانادا، ژاپن و ایران بود. از این جامعه آماری با نمونه گیری هدفمند؛ برنامه درسی سواد رسانه ای انتخاب گردید.

سواد رسانه ای در کانادا:

در کانادا هیچ گونه نهاد آموزشی فدرال و یا نظام ملی آموزشی یکپارچه وجود ندارد. هر استان در رابطه با آموزش قوانین مجزایی را می تواند قانون گذاری نماید. ادارات یا وزارت خانه های آموزشی استان ها مسئول سازماندهی، ارائه و ارزیابی آموزشی در مقاطع ابتدایی، متوسطه، آموزش فنی و حرفه ای و آموزش پس از متوسطه می باشند. دولت مرکزی وظیفه نظارت و تعیین خط مشی های کلان را برعهده دارد. مطالعه برنامه درسی کانادا نشان می دهد؛ طی دهه گذشته تاکید بر کارآفرین محور بودن آموزش ها با رویکرد نقش و اهمیت ایجاد نگرش و قصد کارآفرینانه بسیار بیشتر شده است و در سیاستگذاری های کلان مورد تاکید بوده. کانادا به عنوان یک کشور صنعتی و موفق در آموزش های فنی و حرفه ای، توجه خاصی به توانمند سازی عملی دارد. این کشور در بحث فعالیت های یاددهی - یادگیری از روش های متنوع و فعالی چون پژوهش های گروهی، مطالعه موردی و حضور در فضای واقعی کسب و کار استفاده می کند (بنی عامریان و همکاران، ۱۳۹۶).

از اصلی ترین اهداف آموزش سواد رسانه ای در کشور کانادا که از پیشنازبان این عرصه محسوب می شود، کسب مهارت در مدیریت محتوای رسانه ای، شناخت تاثیرپذیری های ممکن در استفاده از رسانه ها و افزایش دادن پتانسیل جهت ایجاد گفتمان دموکراتیک است. از آن جا که رسانه های عمومی نقش مهمی در شکل گیری و تغییر نگرش و اندیشه و رفتار مخاطبان دارند و ممکن است حقوق انسانی آن ها را مخدوش کنند، لذا آموزش سواد رسانه ای به منظور شناخت روش ها و عملکردهای رسانه ها و چگونگی اطلاع رسانی درست یا نادرست آن ها و قضاوت عینی در قبال رسانه ها ضرورت می یابد (نصیری، ۱۳۹۱).

تورنتو نخستین شهری بود که در آن سواد رسانه ای به کار گرفته شد. این مهم توسط انجمن "سواد رسانه ای" به انجام رسید. این انجمن که در سال ۱۹۸۷ تاسیس شد، یک سازمان خیریه متشکل از آموزگاران مدارس و اساتید دانشگاه هاست و تاکنون، نقش رهبری را در زمینه سواد رسانه ای در کانادا برعهده داشته است. چشمگیرترین دستاورد این انجمن گنجاندن سواد رسانه ای در برنامه درسی مدارس استان اونتاریو بود. محتوای این برنامه مبتنی بر رهنمودها و دستورالعمل هایی برای آموزش سواد رسانه ای در نظام آموزش و پرورش است. به عقیده بعضی از صاحب نظران، هدف از آموزش سواد رسانه ای در کانادا انتقاد از فرهنگ آمریکایی است و به عبارت دیگر از این طریق ((از کانادا دفاع می شود.)) (همان).

با مراجعه به سایت آموزش و پرورش کانادا در خصوص یکی از ایالت های این کشور؛ ایالت آلبرتا، به یک سند درباره برنامه تجاری ۲۰۱۹ تا ۲۰۲۳ بر می خوریم که در آن دانش آموزان این ایالت در پایان دوران تحصیل خود باید دارای تفکر انتقادی شده و به یادگیرندگان مادام العمر بدل شوند (برنامه تجاری ۲۰۱۹ تا ۲۰۲۳).

با توجه به نوع نظام آموزش و پرورش در کانادا، برنامه درسی مقدماتی شامل هفت حوزه وسیع یادگیری است که از سال ۲۰۰۶ در مدارس ایالت کبک به اجرا در آمده است. این حوزه ها شامل؛ نگاه به جهان، سلامت و رفاه، برنامه ریزی شغلی و شخصی، روابط اجتماعی، آگاهی محیطی، حقوق و مسئولیت های مصرف کننده، سواد رسانه ای و زندگی اجتماعی و شهروندی می شود. هر کدام از این حوزه ها شامل نتایج و بروندادهای مرتبط با رسانه هایی هستند که بیشتر در حوزه سواد رسانه ای و مسئولیت ها و حقوق مصرف کننده قرار دارند (نصیری، ۱۳۹۱).

سواد رسانه ای در ژاپن:

ملت ژاپن از ملل کهن و قدیمی جهان است که دارای فرهنگ و تمدنی ممتاز است و بیش از ۲۵۰۰ سال سابقه تاریخی دارد. در حدود قرن ششم میلادی؛ ژاپنی ها با اقتباس از فرهنگ چینی و تحت تاثیر آیین کنفوسیوس و مذهب بودا، مدارس به منظور تامین نیازمندی های گروه های مختلف اجتماعی در جامعه سنتی خویش تاسیس کردند. آن ها اگرچه در ابتدا تحت نفوذ چین قرار داشتند، به تدریج در پدید آوردن فرهنگ و تمدنی که پاسخگوی نیازمندی های جامعه باشد اهتمام ورزیدند (آقازاده، ۱۳۹۷).

در ژاپن وزارت آموزش و پرورش، فرهنگ، ورزش، علوم و فناوری و ... یا همان مونیوشو خطوط راهنمای ملی برای برنامه درسی مدارس را تعیین می کند. در گزارش پژوهشی مقایسه ای تدوین شده توسط دپارتمان آموزش و پرورش انگلیس (۲۰۱۱) که تصویری از نظام های برنامه درسی چند کشور و از جمله ژاپن عرضه می کند، آمده، خطوط راهنمای گسترده برای اهداف و محتوای استاندارد هر یک از موضوعات درسی مدرسه ای در ((دروس تحصیلی)) در این راهنمای برنامه درسی ملی استاندارد ژاپنی ویژه گردیده است. ژاپنی ها در مجموع بر آموزش و پرورش متوازن و پایه و در ارتباط با برنامه درسی بر تلفیقی دیدگاهی مبتنی بر رشد متوازن شناختی، انسانی و اجتماعی تاکید دارند. مطابقت با شرایط زمانه، پیشرفت های نوآورانه علمی، فناورانه و ارتباطی، اقتصادی و محیط زیستی در نگاهی جهانی، از معیارهای جهت دهنده به دیدگاه برنامه درسی در ژاپن است (سلسبیلی، ۱۳۹۷).

با نگاهی به برنامه درسی دوره دوم متوسطه ژاپن به گروه درسی صنعت می رسیم که در آن تکنولوژی ارتباطات و کاربرد رایانه به عنوان موضوعات درسی مورد تاکید هستند (آقازاده، ۱۳۹۷).

ضرورت آموزش سواد رسانه ای در ژاپن، در دهه ۸۰ میلادی از سوی وزارت پست و مخابرات این کشور مطرح شد و آن هم عمدتاً روی جنبه فراگیری تکنیک های فنی رسانه ای متمرکز بود. اما اکنون سواد رسانه ای در ژاپن در حوزه ای وسیع تر آموزش داده می شود که زیرمجموعه ای از فراگیری تکنیک های فنی رسانه ای و تولیدات رسانه ای را در بر می گیرد. در ادامه آموزش و پرورش ژاپن متولی آموزش سواد رسانه ای در این کشور شد. و واحدی با عنوان ((سواد رسانه ای)) را به صورت درس اختیاری در نظام آموزشی این کشور لحاظ نمود. بر اساس تعریف میدوری سوزوکی از سواد رسانه ای، که می گوید: ((سواد رسانه ای ابزاری برای توانمند ساختن شهروندان به انجام تحلیل انتقادی و ارزیابی رسانه ها در یک بافت اجتماعی و دسترسی به رسانه ها و برقراری اشکال متعدد ارتباط و ایجاد یک موضوع انتقادی است.)) دانش آموزان ژاپنی باید طوری تربیت شوند که امکان بقا در جامعه اطلاعاتی پیشرفته آینده را داشته باشند.

دوره های آموزش سواد رسانه ای در مدارس ژاپن براساس دو نگرش طبقه بندی می شوند:

(۱) نگرش جامعه شناختی: در این نگرش جنبه های منفی رسانه های جمعی که مرتبط با نارسایی های گوناگون اجتماعی است، مورد تاکید و بررسی قرار می گیرد.

(۲) نگرش تکنیکی و فنی: بر اساس این نگرش، آموزش تکنیک های استفاده از تجهیزات الکترونیکی و استفاده از نرم افزارهای ضروری و مورد نیاز در دستور کار قرار می گیرد.

بعد از گذراندن این درس، دانش آموز ژاپنی دارای شش ویژگی زیر می شود: ۱- مهارت کار کردن با ابزار یا رسانه. ۲- درک رسانه (رسانه های جمعی و انواع پیام ها). ۳- توانایی خواندن، تعبیر و کاربرد رسانه. ۴- داشتن درک انتقادی از پیام ها. ۵- توانایی بیان عقاید از طریق رسانه ها. ۶- توانایی برقراری تعامل و ارتباط از طریق رسانه ها (سلسبیلی، ۱۳۹۷).

سواد رسانه ای در ایران:

سازمان یونسکو معتقد است در قرن ۲۱ اشخاصی را می توان باسواد نامید که علاوه بر سواد خواندن و نوشتن دارای توانایی های دیگری نیز باشند. این توانایی ها، مهارت هایی هستند که عموم مردم برای زندگی در جامعه اطلاعاتی به آن نیاز دارند. برخی از این توانایی ها و مهارت های مورد نیاز عموم مردم در قرن ۲۱ عبارتند از: سواد رسانه ای و اطلاعاتی، سواد عاطفی، سواد ارتباطی، سواد مالی، سواد تربیتی، سواد رایانه ای و سواد سلامت. هرچند در برخی از اسناد منتشر شده توسط یونسکو از سوادهای دیگری نیز نام برده شده است، اما به نظر می رسد هفت سواد اصلی مورد نیاز عموم مردم در جامعه اطلاعاتی مواردی هستند که از آن یاد شد. فارغ از رویکردی که یونسکو نسبت به ضرورت یادگیری سوادهای مذکور دارد، شرایط خاصی که کشور عزیزمان ایران بعد از انقلاب شکوهمند اسلامی تجربه می کند، ضرورت یادگیری سواد رسانه ای و اطلاعاتی را دوچندان کرده است؛ چرا که شکست دشمنان جمهوری اسلامی ایران در جنگ های نظامی و امنیتی، باعث شده است تا تمرکز کنونی دشمن بر روی دو موضوع باشد: (۱) جنگ نرم و عملیات روانی؛ (۲) جنگ اقتصادی و تحریم. طبیعتاً یکی از راهکارهای مصونیت از جنگ نرم و عملیات روانی دشمن افزایش سواد رسانه ای و اطلاعاتی عموم مردم جامعه است تا از گزند آسیب های شبکه های ماهواره ای و محتوای ناسالم منتشر شده در فضای مجازی در امان بمانند. البته طبیعتاً افزایش سواد رسانه ای و اطلاعاتی مردم باعث می شود تا رسانه های داخلی نیز در معرض ارزیابی نقادانه تر مخاطبین قرار گیرند. با این حال به اعتقاد صاحب نظران، این امر نه تنها تهدید نیست، بلکه فرصت است و می تواند باعث افزایش کیفیت و رعایت اصول حرفه ای تولید پیام و محتوا در رسانه های جمعی داخلی شود. از سوی دیگر رویکرد جمهوری اسلامی ایران برای احیای تمدن نوین اسلامی نیازمند استفاده دقیق از ظرفیت رسانه های جمعی و نوین در سطح جهان است. در این زمینه، افزایش سواد رسانه ای و اطلاعاتی عموم مردم به خصوص ائمه دانشگاهی و فعالان فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و... باعث توانمندسازی ایشان برای تولید محتوای سالم، مفید، جذاب و مؤثر خواهد شد. طبعاً تولید هرچه بیشتر محتواهای چندزبانه جذاب و متناسب با سبک زندگی اسلامی ایرانی، زمینه ساز گرایش بیشتر مردم جهان به انقلاب اسلامی ایران خواهد شد و همین امر می تواند در آینده سیاسی جهان نقش مهمی را ایفا نماید (افراسیابی، ۱۳۹۸).

ارزیابی فضای مجازی در ایران موید این نکته است که ورود این نوع فناوری اطلاعاتی و ارتباطاتی به منزله نمادی از جهانی شدن محسوب می شود. در واقع جهانی شدن در حوزه فرهنگ با ابزارها و شیوه هایی چون اینترنت و ماهواره در ایران نفوذ یافت. اگر چه اولین کاربران اینترنت

بیش از هر کس دیگری دهکده جهانی مک لوهان را حس کردند؛ این حضور وقتی عمومی شد که همزمان با آن ها، اولین گروه از طبقات مرفه اجتماع، پای برنامه های تلویزیونی ماهواره نشستند. از اواخر ۱۳۷۲ آنتن های بشقابی کم و بیش بر فراز بام های منازل در ایران پدیدار شدند (هاشمی زاده، انصاری نسب، ۱۳۹۵).

اینترنت نیز از دهه ۱۹۹۰ (۱۳۶۹) به بعد وارد جهان سوم و به ویژه خاورمیانه و نیز مانند سایر وسایل ارتباطی با تاخیر وارد ایران شد؛ اما این تاخیر نسبت به وسایل ارتباطی و اطلاعاتی دیگر طولانی نبود و با مخالفت و ممانعت جدی هم روبرو شد. دلیل اصلی آن ماهیت این شبکه و وسیله ارتباطی است (گل محمدی به نقل از هاشمی زاده، انصاری نسب، ۱۳۹۵).

در میان رسانه‌هایی که اقبال زیادی پیدا کرده‌اند، شبکه‌های اجتماعی در فضای سایبر برای تمام اقشار جامعه و به‌خصوص نوجوانان و جوانان روزبه‌روز بیشتر مورد رجوع قرار می‌گیرند، و چون قابلیت دسترسی به آن ها با گوشی‌های همراه نیز ممکن است، می‌توان ادعا کرد یکی از پررغوع‌ترین رسانه‌های آینده در جامعه ایران، شبکه‌های اجتماعی خواهد بود که بر پایه ارتباطات میان‌فردی، گروهی و جمعی ساخته شده است. کنترل و ضابطه‌بندی در این وضعیت جدید به حداقل رسیده و تنها خودکنترلی می‌تواند سبب مدیریت رفتار فرد شود. یکی از چالش‌های جدی نسل امروز مواجه با رسانه‌های مدرن و به‌خصوص شبکه‌های اجتماعی است که اختیار و انتخاب فرد در فراگرد استفاده از آن بسیار بالا بوده و تمایلات، نیازها و تصمیم او تعیین‌کننده چگونگی مصرف رسانه‌ای او است (علم الهدی، نوروزی اقبالی، ۱۳۹۵).

«برنامه درسی ملی» به عنوان یکی از زیر نظام های اصلی سند تحول بنیادین و به منزله نقشه جامع یادگیری، زمینه ایجاد تحول همه جانبه، گسترده و عمیق در مفاهیم و محتوای آموزشی را فراهم می آورد. این برنامه تحول آفرین با تدارک فرصت های تربیتی متنوع و جامع، درصدد است تا امکان کسب شایستگی های لازم جهت درک و اصلاح موقعیت براساس نظام معیار اسلامی توسط دانش آموزان را میسر سازد و آنان را برای تکوین و تعالی پیوسته هویت خویش تا دستیابی به مراتبی از حیات طیبه یاری رساند. رسالت خطیر برنامه درسی ملی فراهم آوردن ساز و کارهای مناسب برای طراحی، تدوین، اجرا و ارزشیابی از برنامه های درسی در سطوح ملی تا محلی می باشد تا مبتنی بر فلسفه تعلیم و تربیت اسلامی، مفاهیم آموزشی و تربیتی به صورت نظام مند و ساختار یافته در اختیار کودکان و نوجوانان قرار گیرد و محیطی با نشاط و مدرسه دوست داشتنی را به تصویر بکشاند. در این سند و در بخش هفتم (شایستگی های پایه) و در قسمت مربوط به عمل؛ به کارگیری فناوری اطلاعات و ارتباطات در کار و زندگی آورده شده است. از طرفی حوزه ششم تربیت و یارگیری به کار و فناوری اختصاص یافته است. که در آن؛ کسب مهارت های عملی برای زندگی کارآمد و بهره ور و کسب شایستگی های مرتبط با فناوری و علوم وابسته، به ویژه فناوری اطلاعات و ارتباطات (فاوا)، جهت تربیت فناورانه و زندگی سالم در فضای مجازی و نیز آمادگی ورود به حرفه و شغل در بخش های مختلف اقتصادی و زندگی اجتماعی گنجانده شده است. هم چنین شایستگی های مربوط به فناوری اطلاعات و ارتباطات به عنوان یکی از چهار دسته شایستگی قلمرو این حوزه شناخته شده است. جهت گیری های کلی در سازماندهی محتوا و آموزش در این حوزه در دوره آموزش عمومی به صورت عینی، تجربی و عمدتاً در هم تنیده با دیگر حوزه های تربیت و یادگیری و از طریق تجربه در محیط های یادگیری واقعی و متنوع کسب خواهد شد. در تدوین فعالیت های یادگیری این حوزه در کلیه دوره های تحصیلی، دیدگاه فناورانه حاکم خواهد بود. فناوری اطلاعات و ارتباطات علاوه بر تلفیق با سایر حوزه های یادگیری می تواند به صورت مستقل ارائه شود (برنامه درسی ملی جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۹۱).

فصلنامه پیشرفتهای نوین در مدیریت آموزشی، سال اول شماره ۳، بهار ۱۴۰۰، پیاپی ۳

مقایسه تطبیقی برنامه های درسی مربوط به سواد رسانه ای بین کشورهای کانادا، ژاپن و ایران | ۸۸

در ایران هم با وجود گذشت سه دهه از گسترش موضوع آموزش سواد رسانه‌ای به عموم مردم، طی سال‌های اخیر ضرورت این موضوع درک شده است و «انجمن سواد رسانه ای» به عنوان متولی فعالیت در این حیطه مشغول کار شده است. از تازه‌ترین فعالیت‌های این انجمن در ایران انتشار الکترونیکی بیش از ۸۰ عنوان کتاب رایگان در حوزه رسانه، فضای مجازی و سواد رسانه‌ای (به مدت یک ماه) بود که از این میان ۵ عنوان بیشترین میزان استقبال مخاطبان را به همراه داشته است. این کتاب‌ها عبارتند از: «فضای مجازی و سواد رسانه ای» نوشته جابر پوریانی، معصومه نصیری، «سواد رسانه‌ای و خانواده» نوشته معصومه نصیری، «سواد رسانه‌ای در عصر دیجیتال» ترجمه علی شایان فر، «سواد رسانه‌ای و مدیریت بحران» نوشته مصطفی ساوه درودی و مرتضی چشمه نور و «عملیات روانی از نظریه تا عمل» نوشته محمد میرسمیعی و جابر پوریانی (خبرگزاری مهر، ۱۳۹۸).

از طرفی از اواسط دهه هشتاد شمسی، سواد رسانه ای جای خود را در میان کتاب‌های دانشگاهی باز کرد و استادان ارتباطات و رسانه مقالات متعددی را ترجمه و تألیف کردند. تأکید نخبگان دانشگاهی و رسانه ای بر ضرورت آموزش سواد رسانه ای به اقشار مختلف جامعه سبب شد تا در سال‌های اخیر هم اندیشی‌ها و همایش‌های زیادی با موضوع سواد رسانه ای در فرهنگسراها و مدارس کلان شهرهای کشور برگزار شود. مخاطبان این همایش‌ها عمدتاً قشر فرهنگی و اولیا و مربیان مدارس بودند. هم‌چنین در برخی از مدارس نیز کلاس‌های فوق برنامه با این موضوع برگزار شده است؛ اما در نظام آموزش عمومی، ((سواد رسانه ای)) از سال ۱۳۹۱ در برنامه درسی تفکر و پژوهش پایه هشتم، سال ۱۳۹۲ در برنامه درسی تفکر و سبک زندگی پایه هفتم، سال ۱۳۹۳ در برنامه های درسی تفکر و سبک زندگی و مطالعات اجتماعی پایه هشتم، در سال ۱۳۹۴ در برنامه درسی زبان انگلیسی پایه نهم، به طور مستقیم و غیرمستقیم با رعایت نظام معیار و مصالح ملی و شرایط بومی پیگیری شد. از سال ۱۳۹۵ با برنامه درسی اختصاصی ((تفکر و سواد رسانه ای)) پایه دهم به استناد مصوبه شورای عالی آموزش و پرورش، ((آموزش سواد رسانه ای)) به طور رسمی وارد نظام آموزشی شد (دانشور و همکاران، ۱۳۹۸).

جدول (۱): اجرای برنامه درسی سواد رسانه ای را در ابعاد و رویکردهای مختلف در سه کشور مورد مطالعه

ایران	ژاپن	کانادا	ابعاد
کاملاً متمرکز	متمرکز با اختیار تعدیل و حذف به مدارس	غیرمتمرکز	نوع نظام آموزشی
از سال ۲۰۱۲ در سند برنامه درسی ملی	در دهه ۸۰ میلادی از سوی وزارت پست و مخابرات	در دهه ۷۰ میلادی توسط وزارت آموزش و پرورش	شروع
بر تربیت فناورانه و زندگی سالم در فضای مجازی	بر سواد اطلاعاتی	بر سواد رسانه ای	تاکید
کسب مهارت های عملی	مهارت استفاده از رایانه	تجزیه و تحلیل اطلاعات	به معنای

فصلنامه پیشرفتهای نوین در مدیریت آموزشی، سال اول شماره ۳، بهار ۱۴۰۰، پیاپی ۳

مقایسه تطبیقی برنامه های درسی مربوط به سواد رسانه ای بین کشورهای کانادا، ژاپن و ایران | ۸۹

برای زندگی کارآمد و بهره ور			
به کار گیری فاوا در کار و زندگی	استفاده از موثر از اطلاعات	انتقادی	رویکرد
بسیار محدود عوامل مرتبط	ناکافی میان عوامل مرتبط	همه عوامل مرتبط	مشارکت
اطلاعات موثقی در دست نیست	عدم همکاری کافی مراکز دانشگاهی و مدارس	مراکز دانشگاهی با مدارس	همکاری
.....	عدم برگزاری کنفرانس سالیانه سواد رسانه ای	برگزاری کنفرانس سالیانه سواد رسانه ای	پیگیری
صرفاً برگزاری یک آزمون ترمی در مدارس در یک پایه تحصیلی	در طول زمان با استفاده از آزمودنی ها قابل آزمون و ارزشیابی است	در طول زمان با استفاده از آزمودنی ها قابل آزمون و ارزشیابی است	ارزیابی

جدول(۲): اهداف اجرای برنامه درسی سواد رسانه ای در سه کشور

اهداف	کشور
۱- کسب مهارت در مدیریت محتوای رسانه ای ۲- شناخت تاثیرپذیری های ممکن در استفاده از رسانه ها ۳- افزایش پتانسیل برای ایجاد گفتمان دموکراتیک ۴- انتقاد از فرهنگ آمریکایی ۵- تربیت شهروندانی با تفکر انتقادی و یادگیرندگان مادام العمر ۶- کارآفرینی	کانادا
۱- فراگیری تکنیک های فنی رسانه ای ۲- امکان بقا در جامعه اطلاعاتی پیشرفته آینده	

فصلنامه پیشرفتهای نوین در مدیریت آموزشی، سال اول شماره ۳، بهار ۱۴۰۰، پیاپی ۳

مقایسه تطبیقی برنامه های درسی مربوط به سواد رسانه ای بین کشورهای کانادا، ژاپن و ایران | ۹۰

ژاپن	۳- درک رسانه ۴- درک انتقادی پیام ها ۵- توانایی بیان عقاید از طریق رسانه ها ۶- توانایی برقراری تعامل و ارتباط از طریق رسانه ها
ایران	۱- کسب مهارت های عملی برای زندگی کارآمد و بهره ور ۲- کسب شایستگی های مرتبط با فناوری و علوم وابسته ۳- تربیت فناورانه و زندگی سالم در فضای مجازی ۴- آمادگی ورود به حرفه و شغل در بخش های مختلف اقتصادی و اجتماعی

از حیث اهداف؛ کسب مهارت در مدیریت محتوای رسانه ای، درک رسانه و کسب شایستگی های مرتبط با فناوری و علوم وابسته و هم چنین شناخت تاثیرپذیری های ممکن در استفاده از رسانه ها، امکان بقا در جامعه اطلاعاتی پیشرفته آینده و کسب مهارت های عملی برای زندگی کارآمد و بهره ور اهداف مشترک در سه برنامه درسی کشورهای مورد مطالعه می باشد. افزایش پتانسیل برای ایجاد گفتمان دموکراتیک و توانایی بیان عقاید از طریق رسانه ها و هم چنین تربیت شهروندانی با تفکر انتقادی و یادگیرندگان مادام العمر و درک انتقادی پیام ها هدف مشترک دو کشور کانادا و ژاپن است. و کارآفرینی و آمادگی ورود به حرفه و شغل در بخش های مختلف اقتصادی و اجتماعی هدف مشترک دو کشور کانادا و ایران می باشد.

از طرفی انتقاد از فرهنگ آمریکایی مختص برنامه درسی سواد رسانه ای کانادا است. فراگیری تکنیک های فنی رسانه ای و توانایی برقراری تعامل و ارتباط از طریق رسانه ها اختصاص به ژاپن دارد و تربیت فناورانه و زندگی سالم در فضای مجازی به ایران مربوط است.

اهداف برنامه های درسی سواد رسانه ای در سه کشور:

جدول زیر؛ جدول ارزش اهداف اجرای برنامه درسی سواد رسانه ای در سه کشور کانادا، ژاپن و ایران را نشان می دهد. ابتدا معادله اولیه را و سپس با تقلیل معادله اولیه برای رسیدن به استلزام اصلی به معادله استلزام اصلی می رسیم و در نهایت با کمیته سازی از طریق استلزام اصلی به معادله نهایی دست می یابیم.

فصلنامه پیشرفتهای نوین در مدیریت آموزشی، سال اول شماره ۳، بهار ۱۴۰۰، پیاپی ۳

مقایسه تطبیقی برنامه های درسی مربوط به سواد رسانه ای بین کشورهای کانادا، ژاپن و ایران | ۹۱

جدول(۳): مقایسه اهداف اجرای برنامه درسی سواد رسانه ای در سه کشور مورد مطالعه

اهداف	کانادا	ژاپن	ایران
کسب مهارت در مدیریت محتوای رسانه ای، درک رسانه و کسب شایستگی های مرتبط با فناوری و علوم وابسته A	۱	۱	۱
شناخت تاثیرپذیری های ممکن در استفاده از رسانه ها، امکان بقا در جامعه اطلاعاتی پیشرفته آینده و کسب مهارت های عملی برای زندگی کارآمد و بهره ور B	۱	۱	۱
افزایش پتانسیل برای ایجاد گفتمان دموکراتیک و توانایی بیان عقاید از طریق رسانه ها C	۱	۱	۰
تربیت شهروندانی با تفکر انتقادی و یادگیرندگان مادام العمر و درک انتقادی پیام ها D	۱	۱	۰
کارآفرینی و آمادگی ورود به حرفه و شغل در بخش های مختلف اقتصادی و اجتماعی E	۱	۰	۱
انتقاد از فرهنگ آمریکایی F	۱	۰	۰
فراگیری تکنیک های فنی رسانه ای و توانایی برقراری تعامل و ارتباط از طریق رسانه ها G	۰	۱	۰
تربیت فناورانه و زندگی سالم در فضای مجازی H	۰	۰	۱

معادله اولیه اهداف برنامه درسی سواد رسانه ای در سه کشور:

$$K=ABCDEFgh+ABCDefGh+ABcdEfgH$$

تقلیل معادله اولیه برای رسیدن به معادله استلزام اصلی:

$$ABCDefGh : ABCDh \text{ با } ABCDEFgh$$

$$ABcdEfgH : ABEG \text{ با } ABCDEFgh$$

$$ABcdEfgH : ABf \text{ با } ABCDefGh$$

$$K= ABCDh+ ABEG+ ABf$$

معادله استلزام اصلی

فصلنامه پیشرفتهای نوین در مدیریت آموزشی، سال اول شماره ۳، بهار ۱۴۰۰، پیاپی ۳

مقایسه تطبیقی برنامه های درسی مربوط به سواد رسانه ای بین کشورهای کانادا، ژاپن و ایران | ۹۲

نگاره استلزام اصلی: طرح و تدبیر کمینه سازی.

استلزام اصلی	ABCDEFgh	ABCDefGh	ABcdEfgH
ABCDh	×	×	
ABEg	×		×
ABf		×	×

یک بررسی ساده نشان می دهد که کم ترین استلزامات اصلی مورد نیاز برای تحت پوشش قرار دادن کلیه عبارات یا جملات اصلی اولیه، دو مورد است. استلزامات اصلی ABCDh و ABf سه عبارت بولی اولیه را زیر پوشش خود می برند. این معادله نهایی بولی فقط دربردارنده استلزامات اصلی منطقاً ضروری است:

$$K = ABCDh + ABf = AB(CDh + f)$$

این معادله کسب مهارت در مدیریت محتوای رسانه ای، درک رسانه و کسب شایستگی های مرتبط با فناوری و علوم وابسته و شناخت تأثیرپذیری های ممکن در استفاده از رسانه ها، امکان بقا در جامعه اطلاعاتی پیشرفته آینده و کسب مهارت های عملی برای زندگی کارآمد و بهره ور را اهداف مشترک اجرای برنامه درسی سواد رسانه ای در این سه کشور می داند. از طرفی افزایش پتانسیل برای ایجاد گفتمان دموکراتیک و توانایی بیان عقاید از طریق رسانه ها، تربیت شهروندانی با تفکر انتقادی و یادگیرندگان مادام العمر و درک انتقادی پیام ها و عدم تربیت فناورانه و زندگی سالم در فضای مجازی یا عدم انتقاد از فرهنگ آمریکایی از دیگر اهداف اجرای برنامه درسی سواد رسانه ای است.

ابعاد و رویکردها:

از نظر نوع نظام آموزشی دو کشور کانادا و ژاپن تقریباً دارای نظام آموزشی شبیه بهم بوده و ایران با آنان تفاوت شکلی و اجرایی کاملاً واضحی دارد. از طرفی تأکید بر کارآفرینی در برنامه های درسی کانادا نمود پررنگی دارد در حالی که در ژاپن تکیه بر رشد متوازن و همه جانبه است و در ایران ایجاد شایستگی های لازم جهت درک و اصلاح موقعیت مورد تأکید است. از یک بعد نظر به نگاه کارآفرینانه در برنامه های درسی کانادا و آمادگی ورود به حرفه و شغل در ایران می تواند وجه تشابه دو کشور است.

نگاه منتقدانه به رسانه ها وجه تشابه دو کشور کانادا و ژاپن است، در حالی که کسب مهارت ها و شایستگی های لازم برای زندگی مورد نظر ایران و ژاپن می باشند. از سوی دیگر تأکید بر سواد رسانه ای در کانادا، سواد اطلاعاتی در ژاپن و تربیت فناورانه برای زندگی سالم در ایران وجوه متمایز این سه کشور است.

فصلنامه پیشرفتهای نوین در مدیریت آموزشی، سال اول شماره ۳، بهار ۱۴۰۰، پیاپی ۳

مقایسه تطبیقی برنامه های درسی مربوط به سواد رسانه ای بین کشورهای کانادا، ژاپن و ایران | ۹۳

جدول شماره ۴ جدول ارزش ابعاد و رویکردهای مختلف برنامه درسی سواد رسانه ای در سه کشور است. ابتدا معادله اولیه را و سپس با تقلیل معادله اولیه برای رسیدن به استلزام اصلی به معادله استلزام اصلی می رسیم و در نهایت با کمینه سازی از طریق استلزام اصلی به معادله نهایی دست می یابیم.

جدول(۴): مقایسه ابعاد و رویکردهای مختلف برنامه درسی سواد رسانه ای در سه کشور

ایران	ژاپن	کانادا	ابعاد
۱	۰	۱	رویکرد کارآفرینی و آمادگی ورود به حرفه و شغل A
۰	۱	۱	رویکرد انتقادی B
۰	۱	۰	رشد متوازن و همه جانبه C
۱	۱	۰	کسب مهارت ها و شایستگی های لازم برای زندگی D
۱	۰	۰	شایستگی های لازم جهت درک و اصلاح موقعیت E
۰	۰	۱	تاکید بر سواد رسانه ای F
۰	۱	۰	تاکید بر سواد اطلاعاتی G
۱	۰	۰	تاکید بر تربیت فناورانه برای زندگی سالم H

معادله اولیه ابعاد و رویکردهای برنامه درسی سواد رسانه ای:

$$S = ABCdeFgh + aBCDefGh + AbcDEfgH$$

تقلیل معادله اولیه برای رسیدن به معادله استلزام اصلی:

$$aBCDefGh: Beh \text{ با } ABCdeFgh$$

$$AbcDEfgH: Acg \text{ با } ABCdeFgh$$

$$AbcDEfgH: Df \text{ با } aBCDefGh$$

فصلنامه پیشرفتهای نوین در مدیریت آموزشی، سال اول شماره ۳، بهار ۱۴۰۰، پیاپی ۳

مقایسه تطبیقی برنامه های درسی مربوط به سواد رسانه ای بین کشورهای کانادا، ژاپن و ایران | ۹۴

Beh+Acg+Df معادله استلزام اصلی :

نگاره استلزام اصلی: طرح و تدبیر کمینه سازی.

استلزام اصلی	ABcdeFgh	aBCDefGh	AbcDEfgH
Beh	×	×	
Acg	×		×
Df		×	×

بنابراین معادله نهایی بولی که دربردارنده استلزامات اصلی به صورت زیر است:

$$S=Beh+Df$$

معادله نهایی بولی می گوید: رویکرد انتقادی، عدم شایستگی های لازم جهت درک و اصلاح موقعیت و عدم تاکید بر تربیت فناورانه برای زندگی سالم یا کسب مهارت ها و شایستگی های لازم برای زندگی و عدم تاکید بر سواد رسانه ای ابعاد و رویکردهای برنامه درسی سواد رسانه ای در سه کشور مورد مطالعه هستند.

نتیجه گیری و پیشنهاد

سواد رسانه ای به عنوان یکی از الزامات دنیای امروز در کشورهای مختلف از جمله کشورهای مورد مطالعه پژوهش مطرح شده است. و هر کدام در برنامه های درسی آموزش و پرورش خود به دنبال تحقق اهداف تعریف شده هستند.

با توجه به هدف توانایی برقراری ارتباط از طریق رسانه ها در ژاپن و مهارت تفکر انتقادی در کانادا و ژاپن، یافته های این پژوهش با پژوهش راموس و همکاران (۲۰۱۸) که داشتن سواد رسانه ای در دانش آموزان را موجب بدست آوردن مهارت های لازم و انتقادی و هم چنین تعامل مدنی و افزایش آگاهی در مردم می شود همخوانی دارد. هدف تربیت فناورانه به عنوان یکی از یافته های اهداف برنامه درسی سواد رسانه ای در ایران با پژوهش میساریس (۲۰۰۶) که افراد را مصرف کننده آگاه می داند مطابقت دارد. از طرفی تاکید بر سواد رسانه ای در کانادا و سواد اطلاعاتی در ژاپن با یافته های پژوهش میروویتز (۲۰۰۶) در یک راستا است. از آن جا که بر طبق یافته های پژوهش مشارکت در ژاپن میان عوامل مرتبط ناکافی است، این یافته با یافته های پژوهش گاتزن (۲۰۰۱) مطابقت دارد. هم چنین انتقاد از فرهنگ آمریکایی در برنامه های درسی سواد رسانه ای در کانادا با پژوهش حسینی (۱۳۹۲) که سواد رسانه ای را راهبرد استحکام هویت ملی و فردی می داند، انطباق دارد. و بالاخره اهداف مشترک برنامه های درسی سواد رسانه ای در سه کشور کانادا، ژاپن و ایران از جمله کسب مهارت در مدیریت محتوای رسانه ای، امکان بقا در جامعه اطلاعاتی پیشرفته آینده و ... با پژوهش نصیری و همکاران (۱۳۹۱) که اهمیت آموزش سواد رسانه ای در قرن ۲۱ را بررسی کرده است کاملاً منطبق بوده و همخوانی دارد.

مطابق جدول ۳؛ کسب مهارت در مدیریت محتوای رسانه ای، درک رسانه و کسب شایستگی های مرتبط با فناوری و علوم وابسته و شناخت تاثیرپذیری های ممکن در استفاده از رسانه ها، امکان بقا در جامعه اطلاعاتی پیشرفته آینده و کسب مهارت های عملی برای زندگی کارآمد و بهره ور در هر سه کشور جزء اهداف اجرای برنامه درسی می باشد. افزایش پتانسیل برای ایجاد گفتمان دموکراتیک و توانایی بیان عقاید از طریق رسانه ها و تربیت شهروندانی با تفکر انتقادی و یادگیرندگان مادام العمر و درک انتقادی پیام ها در دو کشور کانادا و ژاپن مشترک است. و کارآفرینی و آمادگی ورود به حرفه و شغل در بخش های مختلف اقتصادی و اجتماعی از اهداف مشترک دو کشور کانادا و ایران می باشد. اما انتقاد از فرهنگ آمریکایی در کانادا، فراگیری تکنیک های فنی رسانه ای و توانایی برقراری تعامل و ارتباط از طریق رسانه ها در ژاپن و تربیت فناورانه و زندگی سالم در فضای مجازی در ایران به عنوان اهداف خاص هر کشور محسوب می شود.

با استفاده از جبر بولی؛ درک رسانه و کسب شایستگی های مرتبط با فناوری و علوم وابسته و شناخت تاثیرپذیری های ممکن در استفاده از رسانه ها، امکان بقا در جامعه اطلاعاتی پیشرفته آینده و کسب مهارت های عملی برای زندگی کارآمد و بهره ور را اهداف مشترک اجرای برنامه درسی سواد رسانه ای در این سه کشور می باشد. از طرفی افزایش پتانسیل برای ایجاد گفتمان دموکراتیک و توانایی بیان عقاید از طریق رسانه ها، تربیت شهروندانی با تفکر انتقادی و یادگیرندگان مادام العمر و درک انتقادی پیام ها و عدم تربیت فناورانه و زندگی سالم در فضای مجازی یا عدم انتقاد از فرهنگ آمریکایی از دیگر اهداف اجرای برنامه درسی سواد رسانه ای است.

مطابق جدول ۴؛ رویکرد کارآفرینی و آمادگی ورود به حرفه و شغل در کانادا و ایران، رویکرد انتقادی در کانادا و ژاپن، کسب مهارت ها و شایستگی های لازم برای زندگی در ژاپن و ایران، تاکید بر سواد رسانه ای در کانادا، رشد متوازن و همه جانبه و تاکید بر سواد اطلاعاتی در ژاپن

فصلنامه پیشرفتهای نوین در مدیریت آموزشی، سال اول شماره ۳، بهار ۱۴۰۰، پیاپی ۳

مقایسه تطبیقی برنامه های درسی مربوط به سواد رسانه ای بین کشورهای کانادا، ژاپن و ایران | ۹۶

و شایستگی های لازم جهت درک و اصلاح موقعیت و تاکید بر تربیت فناورانه برای زندگی سالم در ایران به عنوان رویکردها و ابعاد اجرای برنامه درسی سواد رسانه ای محسوب می گردد.

با استفاده از جبر بولی؛ رویکرد انتقادی، عدم شایستگی های لازم جهت درک و اصلاح موقعیت و عدم تاکید بر تربیت فناورانه برای زندگی سالم یا کسب مهارت ها و شایستگی های لازم برای زندگی و عدم تاکید بر سواد رسانه ای ابعاد و رویکردهای برنامه درسی سواد رسانه ای در سه کشور مورد مطالعه هستند.

و بالاخره با نگاه به چالش های آموزش سواد رسانه ای در ایران پیشنهاد می شود:

- ۱- نیروی انسانی ماهر و متخصص در این رشته تربیت شود که این به نیازسنجی و جذب دانشجو معلم در دانشگاه فرهنگیان بر می گردد.
- ۲- همه عوامل تاثیر گذار از جمله فراگیران، اولیای مدارس و خانواده ها باید نگاه جدی و ضرورت طلبانه به سواد رسانه ای داشته باشند. این امر می تواند در جلسات شورای دبیران، شورای دانش آموزی و آموزش خانواده لحاظ شود.
- ۳- فراهم آوردن تجهیزات سخت افزاری و نرم افزاری لازم برای اجرای برنامه درسی سواد رسانه ای که این مهم نیازمند همکاری، همیاری و کمک همه نهادها، سازمان ها و مراکزی چون دولت، صنعت، شهرداری ها، سازمان های مردم نهاد (سمن ها) و ... است که با نگاه مثبت به این مقوله وارد عمل شوند.

فصلنامه پیشرفتهای نوین در مدیریت آموزشی، سال اول شماره ۳، بهار ۱۴۰۰، پیاپی ۳

مقایسه تطبیقی برنامه های درسی مربوط به سواد رسانه ای بین کشورهای کانادا، ژاپن و ایران | ۹۷

منابع

- افراسیابی، محمدصادق. (۱۳۹۸). سواد رسانه ای از الف تا ی (مفاهیم، مهارت ها، کارکردهای سواد رسانه ای از منظر اساتید و صاحب نظران). انتشارات پشتیبان. تهران
- افراسیابی، محمدصادق. (۱۳۹۰). شبکه های اجتماعی اینترنتی و سبک زندگی جوانان: مطالعه موردی بزرگ ترین جامعه مجازی ایرانیان. پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه امام صادق (ع). تهران
- آقازاده، احمد. (۱۳۹۷). آموزش و پرورش تطبیقی. انتشارات سمت، تهران
- بری، مارک. آدامسون، باب. میسن، مارک. (۱۳۸۹). پژوهش های تطبیقی در آموزش و پرورش (رویکرد و روش). ترجمه دکتر عباس معدن دار آرنی و دکتر پروین عباسی. انتشارات آبیژ. تهران
- بنی عامریان، مریم و همکاران. (۱۳۹۶). مطالعه تطبیقی برنامه درسی فنی و حرفه ای (رسمی و آکادمیک) با تاکید بر قصد کارآفرینانه در بین کشورهای کانادا، آلمان و هندوستان با ایران. فصل نامه مطالعات برنامه درسی ایران. (۴۵)؛ ۱۲؛ ۱۷۴-۱۴۳.
- تقی زاده، عباس. کیا، علی اصغر. (۱۳۹۳). نیازسنجی برنامه آموزش سواد رسانه ای در مدارس. فصل نامه مطالعات فرهنگ-ارتباطات. (۲۶)؛ ۱۵-۱۰۳-۷۹.
- حسین زاده، اکبر. محمدی لرستانی، مرتضی. (۱۳۸۹). سواد رسانه ای، ضرورت دنیای امروز. کلیات اطلاعات، ارتباطات و دانش شناسی (کتاب ماه)؛ ۷۶-۷۰.
- حسینی، سید بشیر. (۱۳۹۲). سواد رسانه ای راهبرد استحکام هویت فردی و ملی. فصل نامه مطالعات ملی. (۵۴)؛ ۱۴-۱۲۰-۹۹.
- خبرگزاری مهر. ۱۳۹۸؛ دی ماه.
- دانشور، میترا و همکاران. (۱۳۹۸). تفکر و سواد رسانه ای. سازمان پژوهش و برنامه ریزی وزارت آموزش و پرورش. تهران.
- سایت وزارت آموزش و پرورش کانادا. برنامه تجاری ۲۰۱۹ تا ۲۰۲۳.
- سلسبیلی، نادر. (۱۳۹۷). برنامه درسی ملی در نگاهی جهانی. انتشارات مدرسه. تهران.
- سند برنامه درسی ملی جمهوری اسلامی ایران، (۱۳۹۱).
- شکرخواه، یونس. (۱۳۸۵). سواد رسانه ای یک مقاله عقیده ای. فصل نامه رسانه. (۴)؛ ۱۷-۳۲-۲۷.

فصلنامه پیشرفتهای نوین در مدیریت آموزشی، سال اول شماره ۳، بهار ۱۴۰۰، پیاپی ۳

مقایسه تطبیقی برنامه های درسی مربوط به سواد رسانه ای بین کشورهای کانادا، ژاپن و ایران | ۹۸

- طالبان، محمدرضا. (۱۳۸۸). درآمدی روش شناسانه بر تحلیل بولی فوران از انقلاب ایران. فصل نامه علوم اجتماعی. (۴۳-۴۲)؛ ۴۵۵-۴۹۴
- علم الهدی، عبدالرسول. نوروزی اقبالی، محمد جواد. (۱۳۹۵). ارتباط سالم در شبکه های اجتماعی. پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات. تهران
- کارمانی، دانیل. (۱۳۹۶). مقدمه ای بر روش تحقیق تطبیقی با جبر بولین. ترجمه عباس معدان دار آرنی و دیگران. انتشارات آبیژ. تهران
- کوثری، مسعود. (۱۳۸۶). جهان فرهنگی کاربران ایرانی در شبکه دوست یابی اورکات. پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات. تهران.
- معدن دار آرنی، عباس. (۱۳۹۴). مطالعات تطبیقی در آموزش و پرورش: کاربری روش های جدید تحقیق. فصل نامه خانواده و پژوهش. (۲)؛ ۱۲-۹۰؛ ۶۹-۹۰
- نصیری، بهاره، بخشی، بهاره، هاشمی، سید محمود. (۱۳۹۱). اهمیت آموزش سواد رسانه ای در قرن ۲۱. فصل نامه مطالعات رسانه ای. (۱۸)؛ ۷-۱۵۸-۱۴۹.
- نصیری، بهاره، عقیلی، سید وحید. (۱۳۹۱). بررسی آموزش سواد رسانه ای در کشورهای کانادا و ژاپن. فصل نامه نوآوری های آموزشی. (۴۱)؛ ۱۱-۱۵۹-۱۳۷.
- هاشمی زاده، سید رضا. انصاری نسب، بنیامین. (۱۳۹۵). عصر مجازی (تاملی بر کارکردها و رویکردهای جامعه مجازی). انتشارات تیسرا. تهران

فصلنامه پیشرفتهای نوین در مدیریت آموزشی، سال اول شماره ۳، بهار ۱۴۰۰، پیاپی ۳

مقایسه تطبیقی برنامه های درسی مربوط به سواد رسانه ای بین کشورهای کانادا، ژاپن و ایران | ۹۹

- Belinha s. de Abreu, Paul Mihailidis, Alice y.l Lee, Jad Melki, Julian McDougall.(۲۰۱۷). International Handbook of Media Literacy Education. Taylor & francis group.
- Brawn,Ja (۲۰۰۶). Media literacy perspectives. *Journal of Communication*. ۴۸(۱): ۴۴-۵۷
- Bulger, M & Davison, P. (۲۰۱۸). The Promises, Challenges, and Futures of Media Literacy. Recuperado de: https://datasociety.net/pubs/oh/DataAndSociety_Media_Literacy_۲۰۱۸.pdf.
- Center for media literacy(CML) : ۲۰۲۰
- Donna E. Alvermann & Rachel Kaminski Sanders(۲۰۱۹) Adolescent Literacy in a Digital World
- Gatzen,Barbara (۲۰۰۱). Media and Communication in Japan. *electronic journal of contemporary japanese studies*.
- Iias.asia(۲۰۲۰)
- Kellner, Douglas. Share, Jeff. (۲۰۱۹). Thecritical media literacy Guide. Volume۲. ۶۲-۷۹
- Livingstone, Sonia (۲۰۱۰),Media Literacy and the Challenge of New Information and Communication Technologies, [The Communication Review](#), ۷(۱): ۳-۱۴
- **Messaris,P.** (۲۰۰۶). Visual Aspects of Media Literacy .*Journal of Communication*. ۴۸(۱): ۷۰-۸۰
- [Meyrowitz](#),Joshua. (۲۰۰۶). Multiple Media Literacies.*Journal of Communication*. ۴۸(۱): ۹۶-۱۰۸
- Moor house, Emily. Brooks, Hayley. (۲۰۲۰). Critical media literacy approaches to violence prevention: A research note. *Journal of Media Literacy Education*, ۱۲(۱), ۸۴-۹۹
- Potter, W. James (۲۰۱۰). "The State of Media Literacy". *Journal of Broadcasting & Electronic Media* . ۵۴(۴): ۶۷۵-۶۹۶
- Ramos-Soler, Irene; López-Sánchez, Carmen; Torrecillas-Lacave, Teresa (۲۰۱۸). "Online risk perception in young people and its effects on digital behaviour". *Comunicar (in Spanish)*. ۲۶ (۵۶): ۷۱-۷۹.
- Supsakova, Bozena (۲۰۱۶). "Media Education of Children a Youth as a Path to Media Literacy". *ProQuest* . ۷ (۱).

فصلنامه پیشرفتهای نوین در مدیریت آموزشی، سال اول شماره ۳، بهار ۱۴۰۰، پیاپی ۳

مقایسه تطبیقی برنامه های درسی مربوط به سواد رسانه ای بین کشورهای کانادا، ژاپن و ایران | ۱۰۰

- Ted Kesler&Pablo.P.L&Brian T. Nolan(۲۰۱۶). What's Our Position? A Critical Media Literacy Study of Popular Culture Websites With Eighth-Grade Special Education Students. Journal Reading &Writing Quarterly ۳۲(۱) :۱-۲۶