

ارزشیابی پایانی تفکر و سواد رسانه‌ای (اختیاری) پایه دهم مشترک کلیه رشته و شاخه‌های دوره دوم

نام و نام خانوادگی محقق: شهناز هاشمی

ناظر: دکتر محمد حسنی

زمان اتمام: تیرماه ۱۳۹۶

سفارش دهنده: دفتر تالیف و برنامه‌ریزی درسی

۱- مقدمه

با شروع سال تحصیلی ۹۵ برای اولین بار در سیستم آموزش رسمی سواد رسانه‌ای آموزش داده شد. این کتاب برای دوره دوم متوسطه و پایه تحصیلی دهم و یازدهم کلیه رشته‌ها تألیف شده است. البته این درس به صورت انتخابی است و مدارس با توجه به شرایط و نیاز مدرسه از بین سه درس سواد رسانه‌ای، هنر و کارآفرینی یکی را انتخاب کرده و برگزار خواهند کرد.

کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای برای کلیه رشته‌هاست و در هفته ۲ ساعت برای این درس در نظر گرفته شده است و انتظارات عملکردی به طور نسبی در طول سال تحصیلی ۵۶ ساعت پیش بینی شده است به عبارت دیگر در سال تحصیلی ۲۸ جلسه آموزشی معادل ۵۶ ساعت آموزش برای این درس در نظر گرفته شده است.

این درس به صورت جزئی از یک بسته آموزشی وارد فرایند اجرا شد و تنها از کتاب درسی تشکیل نشده است. علاوه بر تالیف آن، لوح فشرده (DVD) حدوداً حاوی ۵۰ کلیپ تهیه شده است که معلمان در کلاس درس از آن می‌توانند بهره مند شوند. علاوه بر اینها دفتر تالیف سازمان پژوهش و برنامه ریزی آموزشی کتاب راهنمای معلم را برای اینکه معلمان عزیز با روشهای تدریس و رویکرد این برنامه درسی آشنا شوند تهیه نیز نموده است و معلمان سراسر کشور می‌توانند کتاب راهنمای معلم را از سایت سازمان پژوهش دریافت نمایند. روش تدریس این کتاب معلم محور نبوده و دانش‌آموزان در کلاس درس و در فرایند یادگیری مشارکت فعال خواهند داشت. با توجه به پیشرفت روز افزون فناوری و تأثیر پذیری رسانه‌ها از آن محتوای کتاب هر سال به روز رسانی خواهد شد. البته آنچه اهمیت دارد شایستگی‌های اساسی دانش‌آموزان است نه مفاهیمی که هرروز دستخوش تغییرند.^۱

مولفین کتاب اعلام کرده‌اند معلمینی که در رشته علوم ارتباطات اجتماعی، جامعه شناسی، علوم اجتماعی و فناوری ارتباطات و اطلاعات تحصیل کرده‌اند شایستگی تدریس این درس دارند. طبق برنامه ریزی انجام شده در هفته سوم شهریور ماه ۱۳۹۵ کلاس آموزش تربیت مدرس این درس در تهران برگزار شد و حدود ۱۰۰ معلم مجرب و آشنا به روشهای نوین تدریس از سراسر ایران در این کلاسها به مدت ۳۲ ساعت شرکت داشتند هدف این کلاس آشنا کردن مدرسان به رویکرد، مدل آموزش و اهداف برنامه درسی سواد رسانه‌ای بود. مدرسان پس از آموزش، هر یک برای معلمان این درس در استانهای خود کلاسهای آموزش خدمت را برگزار کردند.

^۱ نام کتاب: تفکر و سواد رسانه‌ای (۱۳۹۵). رشد معلم، ویژه نامه پایه دهم، شماره ۲۹۹، دوره سی و پنجم، ص ۵۳-۵۴

۲- بیان مسئله

هدف درس تفکر و سواد رسانه‌ای پرورش شایستگی‌های زیر به دانش‌آموزان است.

• مدیریت بهره‌مندی از رسانه‌ها

• توانایی نقد و بررسی هوشمندانه پیام در ارتباطات انسانی و جمعی

• توانایی تولید مؤثر پیام به وسیله رسانه‌های در دسترس دانش‌آموزان

منظور مدیریت استفاده از رسانه‌ها توجه به رژیم رسانه‌ایست به زبان ساده، سواد رسانه‌ای مثل یک رژیم غذایی است که هوشمندانه مراقب است که چه موادی مناسب هستند و چه موادی مضر؛ چه چیزی را باید مصرف کرد و چه چیزی را نباید استفاده کرد و یا این که میزان مصرف هر ماده بر چه مبنایی باید استوار باشد.

یکی دیگر از اهداف درس سواد رسانه‌ای آموزش برای کسب توانایی بررسی و تحلیل و همچنین نقد پیام‌های رسانه‌ای از ابعاد گوناگون است. به طور مثال دانش‌آموز با سواد رسانه‌ای می‌تواند سبک زندگی القا شده در پیام را شناسایی کند یعنی الگویی را که رسانه‌ها بر افکار و اعمال و زندگی او اعمال می‌کنند می‌فهمد و تشخیص می‌دهد. از طرف دیگر سواد رسانه‌ای می‌تواند به دانش‌آموزان بیاموزد که از حالت انفعالی و مصرفی خارج شده و به معادله متقابل و فعالانه‌ای وارد شوند و بتوانند تولید محتوا بکنند که در نهایت به نفع خود آنان باشد.

الگوی آموزش یعنی انتخاب محتوا و سازماندهی کتاب سواد رسانه‌ای مسئله محور است و موضوعاتی مطرح شده است که مسائل دانش‌آموزان و نیاز آنها به کسب آگاهی است. به منظور پاسخگویی به نیازهای متنوع و شرایط فرهنگی و اجتماعی مدارس، چهار جلسه از این کلاس در سال برای طراحی فعالیتهای اختیاری در نظر گرفته شده است. در انتخاب محتوا، با محوریت رسانه‌ها، مثال‌ها از ارتباطات انسانی و رسانه‌ای انتخاب شده است. تا دانش‌آموزان یادگیری خود را به روابط انسانی نیز تعمیم دهند.

ارزشیابی از کتاب‌های درسی تفکر و سواد رسانه‌ای ماهیت ارزشیابی اجرای آزمایشی را دارد. در واقع این ارزشیابی با هدف اصلاح و بهبود کتاب‌های درسی بر اساس تجارب میدانی صورت می‌گیرد. در این ارزشیابی کتاب درسی در حین اجرا مورد بررسی قرار می‌گیرد به عبارتی تلاش می‌شود از تجارب مبتنی بر تدریس و یادگیری این کتاب‌ها (تجارب زیسته و نظرات دبیران/مشاهدات کارشناسان و تجارب زیسته و نظرات دانش‌آموزان) اطلاعات گردآوری شده و در باره کیفیت کتاب‌های درسی قضاوت شود. بخش تجارب زیسته دبیران و دانش‌آموزان و نظر کارشناسان در یک محدوده زمانی صورت می‌گیرد. زیرا با توجه به محدودیت زمانی برای ارائه یافته‌های ارزشیابی به مؤلفان و برنامه‌ریزان در راستای آماده سازی کتاب و چاپ سپاری آن، اطلاعات ناظر به تجارب تدریس و یادگیری کتاب‌ها مشاهدات در بازه زمانی سال تحصیلی (۹۵-۹۶) گردآوری شده است.

۳- اهمیت و ضرورت اجرای پژوهش

امروزه در دنیایی زندگی می‌کنیم که خواه ناخواه در شرایط رسانه‌ای قرار دارد. فضای رسانه‌ای پیرامون ما سرشار از اطلاعات است و ما نیاز داریم تا در برابر چنین فضایی، یک رژیم مصرف رسانه‌ای اتخاذ کنیم و در انتخاب هایمان دقت کنیم. برای دستیابی به این رژیم مصرفی نیازمند آموزش رسانه‌ای به تمام مردم به خصوص کودکان و نوجوانان هستیم.

کشورهای مختلف تلاش کرده‌اند از طریق برنامه‌های درسی، آموزش‌های سواد رسانه‌ای را وارد نظام آموزشی خود کنند. برنامه درسی، به محتوای رسمی و غیر رسمی، فرایند، محتوا، آموزش‌های آشکار و پنهانی اطلاق می‌گردد که به وسیله‌ی آنها فراگیر تحت هدایت مدرسه، دانش لازم را به دست می‌آورد، مهارت‌ها را کسب می‌کند و گرایشها، قدرشناسی‌ها و ارزشها را در خود تغییر می‌دهد. (ملکی، ۱۳۹۱، ص ۳۴)

به اعتقاد پاتر از پیشگامان سواد رسانه‌ای، دانشجویان و دانش‌آموزان معمولاً فکر می‌کنند که چیزهای زیادی می‌دانند و آن‌هم به دلیل صرف وقت در کانال‌های رسانه‌ای و تأثیرات ویژه‌ی تصاویر است اما متأسفانه حتی از درک اولیه صنعت رسانه‌ای و اثرات آن بی‌خبرند. تعداد کمی از آنها قادرند منافع و یا طبیعت اقتصادی رسانه را معنا کنند. تعداد کمی از آنها می‌دانند که رسانه در بینش آنها مؤثر است و بدان شکل می‌دهد. پاتر، استدلال می‌کند که افرادی که دارای سواد رسانه‌ای هستند به طور خودکار، زمان کمتری را، برای پردازش پیام‌های رسانه‌ای صرف می‌کنند (پاتر، ۲۰۰۸، ص ۶۱).

نوجوانان از مهم‌ترین و در عین حال آسیب‌پذیرترین اقشار جامعه هستند. آموزش و پرورش با شناخت روح زمانه و نیازهای نشأت‌گرفته از آن، با تألیف کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای می‌خواهد پاسخگوی تقاضای مبتنی بر شرایط جدید باشد و خود را با آن منطبق کند. ارزشیابی ورود کتاب درسی تفکر و سواد رسانه‌ای برای نوجوانان، شرایط اجرا و محتوای کتاب را از منظر معلمان و دانش‌آموزان توصیف می‌کند.

۴- هدف‌های پژوهش

- شناسایی نقاط ضعف محتوای بسته آموزشی تفکر و سواد رسانه‌ای بر اساس نظرات دبیران و کارشناسان
- شناسایی نقاط ضعف یا مشکلات بسته آموزشی تفکر و سواد رسانه‌ای در حین اجرا (مبتنی بر تجارب تدریس و یادگیری)
- شناسایی نقاط ضعف شرایط اجرایی از منظر فرایند آماده‌سازی اجرای بسته آموزشی تفکر و سواد رسانه‌ای
- ارائه پیشنهادها و اصلاحی برای کاهش نقاط ضعف بسته آموزشی تفکر و سواد رسانه‌ای در ابعاد فوق

۵- سوال‌های پژوهش

- نقاط ضعف محتوای کتاب درسی تفکر و سواد رسانه‌ای از منظر ملاک‌های مرتبط با یادگیرنده، زیبایی‌شناسی و سازماندهی بر اساس نظرات دبیران و کارشناسان کدام است؟
- نقاط ضعف محتوای لوح فشرده تفکر و سواد رسانه‌ای از منظر ملاک‌های مرتبط با یادگیرنده، زیبایی‌شناسی و سازماندهی بر اساس نظرات دبیران و کارشناسان کدام است؟
- نقاط ضعف بسته آموزشی تفکر و سواد رسانه‌ای در شرایط اجرا از منظر فرایند یاددهی یادگیری بر اساس نظرات و تجارب دبیران و دانش‌آموزان در مدرسه کدامند؟
- مشکلات (نقاط ضعف) اجرایی بسته آموزشی تفکر و سواد رسانه‌ای در محیط مدرسه و کلاس از منظر فرایند آماده‌سازی اجرای بسته آموزشی بر اساس نظرات و تجارب دبیران و دانش‌آموزان کدامند؟
- راهکارهای بهبود نقاط ضعف بسته آموزشی تفکر و سواد رسانه‌ای در دو بعد محتوا و اجرا در پایه دهم متوسطه نظری کدامند؟

۶- روش پژوهش

عمل ارزشیابی صرف نظر از موضوع ارزشیابی نیازمند چند گام است. نخست باید ایده ای در باره وضع مطلوب موضوع ارزشیابی و مؤلفه‌های ملاک‌هایی در نظر داشت این گام توصیف وضع مطلوب موضوع ارزشیابی نام دارد. سپس باید در باره مؤلفه‌های موضوع ارزشیابی اطلاعاتی جمع آوری نمود این گام در واقع همان توصیف وضع موجود موضوع مورد ارزشیابی است. در گام بعد باید بین دو وضع مطلوب و موجود مقایسه‌ای صورت داد تا فاصله وضع مطلوب و موجود شناخته شود در گام نهایی با نظر داشت به این فاصله در باره نقاط ضعف و قوت موضوع مورد نظر یعنی کتاب درسی تصمیم گیری می‌شود. هرگاه ملاک‌های وضع مطلوب و اطلاعات به دست آمده از وضع موجود به صورت کیفی تدوین و جمع آوری شود. طرح ارزشیابی کیفی خواهد بود. با توجه به ویژگی‌های این مطالعه می‌توان گفت که یک مطالعه کیفی است زیرا هم داده‌ها کیفی است و هم تحلیل داده‌ها به صورت کیفی انجام می‌گیرد.

۷- جامعه آماری

- دبیران کتاب سواد رسانه‌ای
- کارشناسان مربوطه
- دانش‌آموزانی که درس سواد رسانه‌ای دارند

۸- حجم نمونه و روش نمونه‌گیری

برای بسته آموزشی تفکر و سواد رسانه‌ای سه استان آذربایجان غربی، کهگلویه و بویر احمد و شهرستان‌های استان تهران در نظر گرفته شده است. در هر استان توسط رئیس گروه تحلیل محتوا و رئیس گروه تحقیق و پژوهش اطلاعات گرد آوری و از طریق سامانه به پژوهشگر ارسال شد.

در هر استان چهار گروه کانونی بر اساس دستور العمل پیوست شکل می‌گیرد. که اعضای آن بر اساس ملاکها مشخص انتخاب می‌گردد. در واقع در این بخش نمونه‌گیری هدفمند است. افراد منتخب گروه کانونی عبارتند از:

سه دبیر متخصص پایه با ویژگی‌های:

- ✓ با حداقل ده سال سابقه تدریس در درس مطالعات اجتماعی، فناوری ارتباطات و اطلاعات
- ✓ حداقل مدرک کارشناسی ترجیحاً علوم ارتباطات اجتماعی، علوم اجتماعی، جامعه‌شناسی، فناوری اطلاعات و ارتباطات و علوم تربیتی
- ✓ داشتن ساعت تدریس در درس تفکر و سواد رسانه‌ای در سال جاری
- ✓ گذراندن دوره ضمن خدمت مربوطه
- ✓ علاقه مند بودن به مشارکت

سرگروه آموزشی

یک نفر متخصص موضوعی از دانشگاه فرهنگیان یا دانشگاه‌های دیگر با ویژگی:

- ✓ آشنای با برنامه‌ریزی درسی و کتاب های درسی
 - ✓ آشنایی با روش ها و فنون تدریس و طراحی آموزشی
 - ✓ آشنا با موضوع رسانه‌ها
 - ✓ برای عضویت در گروه کانونی معیارهای هنری و زیبایی‌شناسی یک متخصص آشنا با مسایل هنری و تصویرگری کتاب ها
- مسئول کمیته راهبری درس در استان

نمونه دبیران و دانش‌آموزان به این صورت انتخاب می‌گردد که در مرکز هر استان دو دبیرستان دخترانه و دو دبیرستان پسرانه انتخاب می‌شود و دو دبیرستان از مناطق برخوردار و دو دبیرستان از مناطق کم برخوردار یا حاشیه‌ای. در هر دبیرستان با یک دبیر درس مربوطه و چهار دانش‌آموز پایه دهم مصاحبه صورت می‌گیرد. یعنی در مجموع در هر استان چهار دبیر و ۱۶ دانش‌آموز و در سه استان دوازده دبیر و چهل هشت دانش‌آموز.

۹- ابزار های گرد آوری اطلاعات

- گروه های کانونی
- مصاحبه فردی دانش آموزی
- مصاحبه فردی دبیران

۱۰- نتایج و یافته‌های پژوهش

- یکی از اهداف درس سواد رسانه‌ای که به نظر می‌رسد هدف آرمانی است و در این کتاب به آن نمی‌تواند برسد آموزش دانش‌آموزانی است که از «حالت انفعالی و مصرفی خارج شده و به معادله متقابل و فعالانه‌ای وارد شوند و بتوانند تولید محتوا بکنند». هدف تولید محتوا برای این کتاب یک هدف آرمانی است هم اینکه در این سطح خیلی زود است و در این خصوص آموزشی داده نشده است. تولید یک مهارت پیچیده‌ای است. دانش‌آموزان در فضای شبکه های اجتماعی بازنشر می‌کنند.

-الگوی آموزش یعنی انتخاب محتوا و سازماندهی کتاب سواد رسانه‌ای مسئله محور است و موضوعاتی مطرح شده است که مسائل دانش‌آموزان و نیاز آنها به کسب آگاهی است. اما این الگو بیشتر تبدیل به بازگو کردن جنبه های منفی رسانه‌ها شده است و به قول برخی از منتقدین در شبکه های اجتماعی کتاب رسانه هراسی است تا رسانه شناسی. به نظرم به جنبه های مثبت رسانه‌ها کم توجه شده است که اگر از جنبه مثبت آن خوب استفاده نشود خود مسئله محور می‌گردد. به طور مثال نقش نظارتی رسانه‌ها اگر به خوبی انجام نشود بعضی از افراد و سودجویان استفاده می‌کنند مثل محصولات غذایی که با کیفیت پایین تولید می‌شود، یا موسسات مالی که بدون مجوز فعالیت می‌کنند. آموزشگاههایی

که مدارک بدون اعتبار صادر می کنند که خیلی از موارد را رسانه‌ها به اطلاع مردم می‌رسانند و بعد مسئولین وارد عمل می‌شوند. یا پویش‌های مردمی که در شبکه‌های اجتماعی رخ می‌دهد. مثل پویش شلوار جین که بر علیه نخست وزیر اسرائیل اجرا شده بود. یا پویش مردمی که برای نجابت خانم کلباسی انجام شد (به اتهام کشتن بچه‌ای در هند). این هم نوعی نگاه مسئله محور است که اگر ما به خوبی از قدرت رسانه‌ها استفاده نکنیم دچار مسئله خواهیم شد.

- در مورد تصاویر کتاب:

در کتاب از ۱۶۸ تصویر اصلی و ۷ آیکون تکرار شونده استفاده شده است.

کارکرد تصاویر اصلی تعمیق یادگیری مضمون درس و کارکرد آیکون‌ها، راهنمایی سریع دانش‌آموز به نوع فعالیت است. از نظر تهیه کنندگان ویژگی‌های زیر در انتخاب تصاویر مد نظر بوده است:

- در خدمت متن بودن تصاویر برای درک بهتر مباحث تخصصی کتاب

- ارتباط برقرار کردن مخاطب با تصاویر به لحاظ ویژگی‌های سنی (نیازها، علایق، توانایی‌ها)

- انتخاب تصاویر با رعایت ملاحظات جنسیتی (قابلیت ارائه در کلاس‌های دخترانه و پسرانه به صورت مشترک)

- فراهم آوردن حداقل محتوای تصویری، با توجه به تفاوت میزان دسترسی معلمان و دانش‌آموزان سراسر کشور

با جمع بندی از تصاویر ارائه شده در کتاب می‌توان گفت:

- تصاویر استفاده شده تصاویر تولیدی نیستند و همه برگرفته احتمالاً از سایتهای یا آرشیو عکسهاست.

- بعضی از تصاویر، نیستند گویا سواد رسانه‌ای فقط در مواجهه با رسانه‌های برون مرزی است. یا اینکه رسانه‌های داخلی بدون نقص هستند. مثل تصاویر ۴۰ و ۳۶ و ۳۹ و ۴۲ و ۴۶ و ۶۳ و ۷۴ و ۱۲۵ و ۱۲۶ و ۱۳۸

- تصاویر کتاب بار معنایی منفی از رسانه‌ها دارد از ترویج خشونت، هراس، بی نظمی مثل تصاویر صفحات: ۳-۶-۱۰-۲۲-۲۶-۲۹-۳۰-۳۴-۳۶-۳۷-

- هاشوری که در زیر عکسها وجود دارد آیا جنبه زیبایی دارد؟ مثل ۱۴-۱۶-۱۷-۳۹-۴۰-

- اکثر عکسها زیر نویس ندارند. در حالیکه زیرنویس عکسها می‌تواند در فهم عکسها و یادگیری مؤثر باشد.

- یکی از مشکلات اساسی اجرای درس «تفکر و سواد رسانه‌ای» نبود معلم متخصص در این حوزه است با اینکه سعی شده بود که از دبیران علوم اجتماعی، جامعه شناسی و در صورت عدم دسترسی از معلمان دینی و تربیتی استفاده شود اما شنیده شده که در مدارس کمبود ساعت معلم شیمی، ریاضی و . . . با ۲ ساعت درس تفکر و سواد رسانه‌ای پُر و تکمیل شده است.

- دوره‌های آموزش خدمت در زمان مناسب برگزار نشده بود و مدت آموزش نمی‌توانست برای کتاب جدیدی که تازه متولد شده است کافی باشد. در ضمن شیوه آموزش‌های ضمن خدمت خود نیز به روش سنتی صورت می‌گیرد و واقعا قابل توجه است وقتی توصیه می‌شود که معلمان در کلاسهای درس از شیوه‌های فعال آموزشی استفاده کنند خود کلاسهای ضمن خدمت به شیوه سخنرانی و غیر فعال برگزار می‌گردد.

- مشکل حجم کتاب و زمان تدریس از مسائل همیشگی کتابهای درسی است. مسلماً روشهای تدریس فعال و مشارکت دانش‌آموزان در کلاس وقت بیشتری را نسبت به آموزشهای منفعلانه و سخنرانی می‌گیرد. این هنر معلم است در حالی که دانش‌آموزان فعالانه در کلاس مشارکت و گفتگو می‌کنند بتواند مدیریت زمان کند و به کمک دانش‌آموزان بحث را جمع نماید.

۱۱- پیشنهادها

۱. از آنجا که کتاب‌های درسی جز کتابهای مهم هر جامعه‌ای است که همیشه به عنوان سند باقی خواهند ماند لازم است به اندازه کافی در تهیه آن دقت و سلیقه صرف نمود و تمام عکسها تولید و خاص این کتاب تهیه شود. حتی دانشگاه‌های هنر بویژه دانشگاه‌هایی که رشته عکاسی دارند میتوانند در این پروژه‌ها با سازمان پژوهش و برنامه ریزی درسی همکاری نمایند.

۲. پودمان آموزشی برای معلمان درس تفکر و سواد رسانه‌ای تهیه شود و حتماً معلمانی که منتخب می‌شوند این درس را بدهند پودمان آموزشی مربوطه را بگذارند. این پودمان آموزشی می‌تواند شامل ۵-۶ درس و در حدود ۲۰۰ ساعت آموزشی باشد. دانشگاه جامع علمی کاربردی، می‌تواند این پودمانهای آموزشی را تهیه و اجرا نماید. البته اجرای این طرح اگر از همین امسال شروع شود تا پوشش همه معلمان ممکن است چند سالی طول بکشد ولی تمهیدی است اساسی که هزینه و بار مالی زیادی را به دوش وزارتخانه نخواهد داشت.

۳. انتخاب تعداد بیشتری از دروس به صورت انتخابی می‌تواند تا حدودی حجم کتاب در اختیار معلم باشد تا این مشکل را مدیریت کند و به نظرم این مشکل هم با تجربه معلم کمتر خواهد شد.

منابع

پاتر، ۱۹۹۸؛ نقل از دیویس، ۱۹۹۲: ۸

پاتر، جیمز دبلیو (۱۳۹۳) نظریه سواد رسانه‌ای رهیافتی شناختی. ترجمه ناصر اسدی، محمد سلطانی فر و شهناز هاشمی، تهران: سیمای شرق.

ملکی، حسن (۱۳۹۱) برنامه‌ریزی درسی، (راهنمای عمل).، تهران: انتشارات مدرسه.