

تأثیر آموزش سواد رسانه‌ای مبتنی بر فناوری بر میزان آگاهی دانش‌آموزان^۱

لیلا نیازی*

اسماعیل زارعی زوارکی**

خدیدجه علی آبادی***

تاریخ دریافت: ۹۵/۰۶/۰۸

تاریخ پذیرش: ۹۵/۰۸/۱۵

چکیده

پژوهش حاضر به منظور بررسی تأثیر دوره آموزش سواد رسانه‌ای مبتنی بر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر میزان آگاهی دانش‌آموزان دوره دوم مقطع ابتدایی شهر تهران در سال تحصیلی ۱۳۹۴-۹۵ صورت پذیرفته است. روش تحقیق از نوع شبه آزمایشی و جامعه آماری شامل تمام دانش‌آموزان دوره دوم ابتدایی شهر تهران بود، که با استفاده از روش

۱- «بخشی از هزینه‌های این پژوهش، توسط مرکز توسعه فناوری اطلاعات و رسانه‌های دیجیتال تأمین شده است.»

* کارشناس ارشد تکنولوژی آموزشی دانشگاه علامه طباطبائی (نویسنده مسئول). l_niazi97@yahoo.com

** دانشیار دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی دانشگاه علامه طباطبائی. ezaraii@yahoo.com

*** دانشیار دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی دانشگاه علامه طباطبائی. aliabadikh@atu.ac.ir

نمونه‌گیری هدفمند ۴۰ نفر از دانش‌آموزان انتخاب و به‌صورت تصادفی به دو گروه کنترل و آزمایش تقسیم شدند. ابزار جمع‌آوری داده‌ها در این پژوهش، آزمون محقق ساخته آگاهی که میزان پایایی آزمون از طریق محاسبه ضریب آلفای کرونباخ ۷۹/۰ به دست آمد. پس از اجرای پیش‌آزمون بر روی هر دو گروه، گروه آزمایش طی شش جلسه با استفاده از نرم‌افزار چندرسانه‌ای محقق ساخته آموزش دیدند و گروه کنترل به‌دوراز متغیر مستقل نگاه داشته شدند. پس از اتمام آموزش از هر دو گروه پس‌آزمون به عمل آمد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش‌های آماری در دو سطح توصیفی (شاخص‌های مرکزی و پراکندگی) و استنباطی (تحلیل کوواریانس چندمتغیری) استفاده شده است.

نتایج به دست آمده نشان داد که آموزش سواد رسانه‌ای مبتنی بر فناوری اطلاعات و ارتباطات باعث افزایش میزان آگاهی دانش‌آموزان از سواد رسانه‌ای شده است.

نتایج این پژوهش در راستای سایر پژوهش‌های انجام شده، بیانگر نقش مثبت استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات در آموزش سواد رسانه‌ای و افزایش آگاهی در ارتباط با مؤلفه‌های اساسی سواد رسانه‌ای بود.

واژه‌های کلیدی: آگاهی، آموزش سواد رسانه‌ای، فناوری اطلاعات و ارتباطات.

۱. مقدمه و بیان مسئله

بر اساس تعریف یونسکو در سال ۱۹۵۱ به فردی که توانایی درک خواندن و نوشتن متنی ساده در زندگی روزانه خود را داشت فرد باسواد گفته می‌شد، همگام با رشد و پیشرفت‌های وسیع در حوزه فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات و سایر تحولات متأثر از این پیشرفت‌ها مفهوم سواد نیز تغییر کرده است.

با پیدایش و گسترش انقلاب تکنولوژی در دهه ۱۹۸۰ جهان به مرحله جدیدی گام نهاد، که در آن رسانه‌ها ضمن تکامل و تنوع، به یکی از اجزای اصلی جوامع بشری تبدیل شده‌اند. بنابراین برای این که بتوان در برابر رسانه‌های متعدد، مخاطبینی داشت که در کنار بهره‌برداری آگاهانه و فعالانه از این رسانه‌ها، خود را در مقابل چالش‌ها حفظ نمایند، باید سواد جدیدی ایجاد کرد. پس نیازمند ارائه تعریف گسترده‌تری از سواد و افزایش فضای مفهومی آن هستیم؛ که معمولاً به معنای توانایی خواندن و نوشتن صرف نیست بلکه بهره‌مندی از تفکر منتقدانه در برخورد با رسانه‌هاست که از آن به‌عنوان "سواد رسانه‌ای" یاد می‌شود، این آموزش روش و چارچوب جدیدی فراهم می‌کند که برای زندگی شهروندی قرن ۲۱ ضروری است (دهقان شاد و محمودی کوکنده، ۱۳۹۱).

بر اساس تعریفی که کارشناسان حوزه ارتباطات در سال ۲۰۰۱ ارائه داده‌اند و پایگاه اینترنتی سواد رسانه‌ای کانادا^۱، آن را منتشر کرده است؛ سواد رسانه‌ای توانایی دستیابی، تجزیه و تحلیل، نقد، ارزیابی و ایجاد ارتباط به گونه‌های مختلف پیام‌های رسانه‌ای است. فرد واجد این مهارت قادر است به‌صورت منتقدانه، درباره آنچه در کتاب، روزنامه، مجله، تلویزیون، رادیو، فیلم، موسیقی، تبلیغات، بازی‌های ویدئویی، اینترنت و... می‌بیند، می‌خواند و می‌شنود، فکر کند. سواد رسانه‌ای توسط برنامه درسی آنتاریو^۲ (۲۰۰۶) به‌عنوان درک آگاهانه و انتقادی از ماهیت رسانه‌ها، تکنیک‌های مورد استفاده توسط آن‌ها و تأثیر این تکنیک‌ها، تعریف شده است. آنجل^۳ (۲۰۰۵) استدلال می‌کند با آگاهی یافتن نسبت به چگونگی ایجاد اطلاعات توسط رسانه‌ها، حتی کودکان نیز قادر خواهند بود آزادی عمل بیشتری داشته باشند. به‌علاوه معلمان و استادانی که مهارت‌های سواد رسانه‌ای را کسب می‌کنند، می‌توانند به اشاعه دهندگان

1. <http://www.mediasmarts.com>
2. The Ontario Education
3. Angell

اطلاعات تأثیرگذار تبدیل شوند و فاصله میان برنامه‌های آموزشی و برنامه‌های اجتماعی را بردارند تا در نهایت به مصرف‌کنندگان (مخاطبان) منتقد و تیزبینی با تفکر انتقادی مبدل شوند.

به‌طور کلی سه جنبه سواد رسانه‌ای عبارتند از:

۱. ارتقای آگاهی نسبت به الگوی مصرف رسانه‌ای و یا به عبارت بهتر تعیین میزان و نحوه مصرف محصولات رسانه‌ای از منابع رسانه‌ای گوناگون
۲. آموزش مهارت‌های مطالعه یا تماشای انتقادی
۳. تجزیه و تحلیل اجتماعی، سیاسی و اقتصادی رسانه‌ها که در نگاه اول قابل مشاهده نیست (سلطانی فر، ۱۳۸۵).

آموزش سواد رسانه‌ای رویکردی را تشویق می‌کند که همواره به دنبال کاوش و پاسخگویی به سؤالاتی نظیر: «چه کسی مخاطب یک محتوای رسانه‌ای است و چرا؟»، «از چشم‌انداز چه کسی یک روایت گفته می‌شود؟» «چگونه کدها و المان‌های خاص، آن چیزهایی را که ما می‌بینیم، می‌شنویم یا می‌خوانیم را تحت تأثیر قرار می‌دهند؟» و «تفسیرهای مختلف مخاطبان از محتواهای یکسان رسانه‌ای چگونه صورت می‌گیرد است (MediaLiteracyWeek¹). آموزش رسانه‌ای به گفته کریشین کومار، آموزش تحلیل اجتماعی انتقادی رسانه است برای آگاهی و فهم بیش‌تر نحوه کار رسانه، شناخت کسانی که آن را کنترل کرده و شکل می‌دهند، نقش متخصصان، تبلیغات فروش و روابط عمومی در شکل دادن به محتوای رسانه و شیوه‌های مختلفی که مخاطبان با آن پیام‌های رسانه را تفسیر می‌کنند. بنابراین هدف اصلی آموزش سواد رسانه‌ای، هشیار کردن و اختیار بخشی در مواجهه با رسانه و برنامه‌ها و محتوای آن است. آموزش رسانه به افراد می‌آموزد که پیام را تفسیر و تولید کنند، مناسب‌ترین رسانه را انتخاب کنند و نقش بیشتری در تأثیرپذیری از آن‌ها به عهده گیرند (حسن‌زاده، ۱۳۸۲). آموزش سواد

1. Available at: http://www.medialiteracyweek.ca/en/101_whatism.htm.

رسانه‌ای به‌خصوص با تأکید بر استقلال انتقادی، مانع از آن می‌شود که دانش‌آموزانی تربیت شوند که احتمالاً در بقیه عمر خود یا به صداقت تصاویر و بازنمایی‌های رسانه‌ای به‌صورت کاملاً بی‌پایه، ایمان بیاوردند و یا به شیوه‌ای به همان اندازه خطرناک، دچار شکاکیتی بدون داشتن قوه تشخیص شوند و رسانه‌ها را منشأ و دلیل هرگونه آسیب‌های اجتماعی، خشونت و بی‌اخلاقی بدانند (تقی زاده، ۱۳۹۳).

در دنیای معاصر رسانه‌ها دارای گونه‌ها و پیچیدگی فراوانی هستند. شناخت و ادراک انسان از اتفاقات و رویدادهای اطراف خود روزبه‌روز اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. افراد مختلف ممکن است از یک اتفاق واحد، برداشت و نگرش‌های مختلفی داشته باشند زیرا سطح تجربیات و آگاهی افراد متفاوت است و رسانه‌ها نیز این عوامل را از دیدگاه‌های گوناگون بررسی می‌کنند؛ بنابراین حافظه مخاطبان پیوسته مطلبی را جایگزین مطلب قبلی می‌کند (طلوعی، ۱۳۹۱).

آگاهی و دانش توانایی فراگیر برای حفظ کردن، یادآوردن، تعریف کردن، تشخیص یا شناسایی اطلاعاتی خاص مانند: حقایق، قوانین، اصول، شرایط و اصطلاحاتی که وجود دارد است (کریمی، ۱۳۷۹). برای آن که مخاطبان اختیار و کنترل خود را به دست رسانه‌ها نسپارند باید سطح دانش و آگاهی خود را به سطوح بالاتر افزایش دهند و درنهایت دست به تولید علم بزنند و درواقع یادگیری معناداری داشته باشند و بتوانند روابط حاکم میان اجزا و عناصر پیام را درک کنند؛ زیرا محصول یادگیری مهم نیست بلکه فرایند یادگیری یعنی همان نکته‌ای که سواد رسانه‌ای به آن تأکید دارد از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. از آنجا که رسانه‌ها عرضه‌کننده اطلاعات و منابع بی‌شماری هستند که قدرت بالایی در شکل‌دهی و انتقال ارزش‌ها در جامعه دارند، پس افزایش میزان استفاده از رسانه‌ها بدون برخورد آگاهانه با آن‌ها می‌تواند ما را از حالت مشارکت‌کننده فعال به بیننده منفعل و غیر پویا در مقابل پیام‌های رسانه‌ها درآورد (طلوعی، ۱۳۹۱). هدف سواد رسانه‌ای افزایش آگاهی ما نسبت به اشکال

مختلف پیام‌های رسانه‌ای است که در زندگی روزانه‌مان با آن‌ها مواجه می‌شویم. سواد رسانه‌ای به شهروندان کمک می‌کند تا درک کنند رسانه‌ها چگونه به بینش‌ها و باورهای مردم نفوذ می‌کنند، به فرهنگ عمومی شکل می‌دهند و بر تصمیم‌گیری‌های انسان‌ها تأثیر می‌گذارند (طاهریان، ۱۳۸۷). افراد با داشتن سواد رسانه‌ای در برابر اطلاعات رسانه‌ای آگاهی بیشتری خواهند داشت؛ زیرا پیام‌هایی را که به‌منظور تأثیرگذاری برای مخاطبان طراحی و ارسال شده را در سطوح گوناگون مورد شناسایی و تحلیل قرار می‌دهند و سرانجام دست به انتخاب می‌زنند. حتی با آگاهی یافتن از چگونگی تولید اطلاعات توسط رسانه‌ها، کودکان نیز می‌توانند با اندک مهارت و دانش خود تسلط بیشتری بر محتوای پیام رسانه‌ها داشته باشند و تحت تأثیر پیام‌های مخرب و خشونت‌بار رسانه‌ها قرار نگیرند (طلوعی، ۱۳۹۱).

۲. مبانی نظری پژوهش

۲-۱. آموزش سواد رسانه‌ای

باید توجه داشت که سواد رسانه‌ای به‌صورت خود به خودی در افراد به وجود نمی‌آید و با سیستم آموزشی منسجم امکان‌پذیر است (دلاور، خانیکی و شاه‌حسینی، ۱۳۹۴). جنبش آموزش سواد رسانه‌ای در کشورهای مختلف به راه افتاده است و ما در این زمینه با تأخیر روبه‌رو هستیم. هرچند که همه شهروندان به آموزش سواد رسانه‌ای نیاز دارند اما دانش‌آموزان از مخاطبان اصلی آن هستند، بهره‌مندی مؤثر از رسانه‌ها و فناوری به‌ویژه در جامعه دانش‌آموزی به‌عنوان زیربنای توسعه انسانی ضروری است، بخصوص از سال‌های اولیه مدرسه به دلیل زیر بنایی بودن، آموزش در این سنین اهمیت ویژه‌ای دارد (دلاور، خانیکی و شاه‌حسینی، ۱۳۹۴). فراگیری و آموزش سواد رسانه‌ای امروزه برای کودکان یک ضرورت به‌حساب می‌آید. علت این تأکید کاملاً بدیهی است. کودکان عصر حاضر در یک محیط رسانه‌ای اشباع‌شده به سر می‌برند و به همان اندازه که

می‌خوانند، می‌تماشا می‌کنند. شاید بتوان از میزان حضور کودکان در معرض رسانه‌ها تا حدی کاست ولی هرگز نمی‌توان کودکان را از رسانه‌ها جدا کرد، از این رو بهتر است که آن‌ها را با رژیم مصرف رسانه‌ای و تفکر انتقادی آشنا کنیم و به این مقوله بپردازیم که کودکان به چه میزان تلویزیون تماشا می‌کنند و چقدر از وقت خود را با سی‌دی و چقدر از آن را با روزنامه‌ها و رسانه‌های دیگر می‌گذرانند (شکر خواه به نقل از طلوعی، ۱۳۹۱). بنابراین بهترین زمان برای پایه‌گذاری مهارت‌های تفکری و آموزش سواد رسانه‌ای، دوران پیش از دانشگاه و دبستان است؛ چراکه هنوز ذهن افراد کاملاً بر اساس قراردادهای اجتماعی بسته نشده و نیز این که کودکان مخاطبان خاص رسانه‌ای هستند (دلاور، خانیکی و شاه‌حسینی، ۱۳۹۴). نهاد تعلیم و تربیت وظیفه دارد ضمن پاسخگویی به نیازهای جامعه و مطالبات اجتماعی، رسالت تربیتی خود را به‌درستی انجام دهد. یکی از این نیازها، آموزش سواد رسانه‌ای است که در سند تحول راهبردهای آموزش و پرورش (۱۳۹۰) نیز بر آن تأکید شده است.

مرکز سواد رسانه‌ای^۱، پنج پرسش کلیدی ساختار شکن را مطرح می‌کند که به تجزیه و تحلیل پیام‌های رسانه‌ای کمک قابل توجهی می‌کند و در واقع مقوله‌های اصلی آموزش سواد رسانه‌ای محسوب می‌شوند:

۱. چه کسی این پیام را خلق کرده است؟ (شناخت مؤلف پیام)
۲. از چه تکنیک خلاقانه‌ای برای جلب توجه مخاطب استفاده شده است؟ (تشخیص قالب یا ساختار)
۳. چه میزان ممکن است انسان‌های متفاوت برداشت‌های متفاوتی از این پیام‌ها داشته باشند (بررسی مخاطب)
۴. چه ارزش‌ها، سبک‌های زندگی و دیدگاه‌هایی در این پیام بازنمایی و یا حذف می‌شوند؟ (بررسی محتوا)

۵. چرا این پیام ارسال شده است؟ (هدف نهایی از طراحی و ارسال پیام).

هر یک از پنج سؤال یاد شده به ترتیب به پنج تفکر بنیادی زیر درباره سواد رسانه‌ای مربوط می‌شوند:

۱. تمام پیام‌های رسانه‌ای ساخته می‌شوند (مربوط به مؤلف پیام)

۲. پیام‌های رسانه‌ای با استفاده از زبان خلاقانه با قواعد خود، ساخته می‌شوند (مربوط به قالب پیام)

۳. افراد مختلف یک پیام رسانه‌ای واحد را به اشکال متفاوت تجربه یا دریافت می‌کنند (مربوط به مخاطب)

۴. رسانه‌ها ارزش‌ها و دیدگاه‌های مختلفی دارند (مربوط به محتوا).

بیشتر پیام‌های رسانه‌ای برای به دست آوردن منفعت و یا قدرت، سازمان‌دهی می‌شوند (مربوط به هدف از ارسال پیام) (طلوعی، ۱۳۹۱).

۲-۲. رویکردهای جدید در آموزش سواد رسانه‌ای

هرچند که تجربه آموزش سواد رسانه‌ای، در عمر نه‌چندان طولانی خود مراحل مختلفی را در سایر کشورها پشت سر گذاشته و تحقیقاتی در این زمینه انجام شده اما در همه موارد چه در زمینه آموزش و چه در زمینه پژوهش از یک روش استفاده نگردیده است. در هر کشور نوع روش آموزشی و محتوا، تحت تأثیر سیاست‌گذاری‌های نظام آموزشی آن کشور قرار دارد. در برخی کشورها، تمرکز روی مهارت کار با رسانه‌ها، تسلط فناورانه و کم کردن شکاف دیجیتالی است. در برخی به‌ویژه در کشورهای با تنوع فرهنگی و مهاجرپذیر از آموزش سواد رسانه‌ای برای آموزش زبان، هنر، آموزش شهروندی و تطابق فرهنگی بهره می‌گیرند. در تعدادی بر تفکر انتقادی صحنه گذاشته می‌شود. برخی دوره‌ها، بر رسانه‌های تصویری و فیلم یا جستجوی بهره‌مندی از اطلاعات تمرکز می‌کنند. گروهی آموزش کودکان و گروهی بزرگسالان را مهم می‌دانند (شیباتا، ۲۰۰۲، باکینگهام، ۱۳۸۹، نصیری و عقیلی، ۱۳۹۱).

آموزش سواد رسانه‌ای از راه رسانه‌ها و به‌ویژه رسانه اینترنت، مورد توجه بسیاری از نهادهای بین‌المللی، دولت‌ها و نهادهای مردمی فعال در حوزه آموزش سواد رسانه‌ای بوده است. کشور کانادا به‌عنوان یکی از موفق‌ترین الگوهای آموزش سواد رسانه‌ای در جهان، علاوه بر آموزش سواد رسانه‌ای در برنامه درسی مدارس این کشور، با تشکیل انجمن‌های متعدد و فراوان آموزش سواد رسانه‌ای، از جمله «انجمن آگاهی رسانه‌ای» اقدامات مؤثری در این زمینه انجام داده است (شپیری، ۱۳۹۲).

۲-۳. فناوری اطلاعات و ارتباطات و آموزش سواد رسانه‌ای

در دهه‌های اخیر رویکردهای سنتی یادگیری و تدریس با ظهور فناوری‌های نوین مانند چند رسانه‌ای‌ها، فرا رسانه‌ای‌ها و ارتباط از راه دور دچار تغییر و تحول اساسی شده است. با ورود فناوری‌های کمکی به‌ویژه فناوری اطلاعات و ارتباطات در نظام آموزشی، در تمام دوره‌ها و سطوح تحصیلی شاهد تحولات چشمگیری در کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه بوده‌ایم (زارعی زوارکی، قاسم تبار و مؤمنی راد، ۱۳۹۳). افزایش روزافزون استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات تحولی عظیم را در تمام حوزه‌ها و از همه مهم‌تر حوزه آموزش و یادگیری نوید می‌دهد. با پیدایش استقبال از چند رسانه‌ای‌ها در قالب استفاده از نرم‌افزارهای آموزشی تأثیر چشمگیری به وجود آمد و باعث شد تا تأثیرات آن‌ها در نظام‌های آموزشی به‌ویژه در فرایند یاددهی و یادگیری مورد توجه قرار گیرد (گریسون و آندرسون^۱، ۲۰۰۳). آران^۲ (۱۹۹۶) به نقل از کیا و فتوحی کندلجی (۱۳۹۴) معتقد است امکانات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری موجود، بشریت را به سمت یک انقلاب بزرگ آموزشی سوق می‌دهد. امروزه سؤال اساسی نظام آموزشی در تمام کشورها این نیست که از فناوری‌های کمکی در فرایند یادگیری و تدریس استفاده کنیم یا از آن بهره نگیریم، بلکه سؤال کلیدی و بنیادی آن است که

1. Garrison and Anderson
2. Arant

چگونه می‌توانیم فناوری را با فرایند یادگیری و تدریس به گونه‌ای یکپارچه سازیم تا به کمیت و کیفیت آن کمک کند (زارعی زوارکی و همکاران، ۱۳۹۳). به اعتقاد گریسون و آندرسون استفاده از فناوری ICT برای دستیابی به هدف‌های یادگیری باکیفیت برای همه اجتناب‌ناپذیر شده است. این فناوری‌ها همه اشکال تعلیم و تربیت و یادگیری را تغییر داده و نمی‌تواند به وسیله کسانی که مجدانه به ارتقاء تدریس و یادگیری متعهدند مورد غفلت قرار گیرد. فناوری اطلاعات و ارتباطات ویژگی‌هایی دارد که تأثیر عمیقی در تدریس و یادگیری دارد. ویژگی‌هایی همچون سرعت، ظرفیت، خودکاری، ارتباط، پاسخگویی، تعامل، غیرخطی بودن و چندوجهی بودن می‌تواند از امتیازهای خاص آن محسوب شود (آلن پریچارد، ۲۰۰۷) در حال حاضر فناوری رایانه بیش از بیست سال است که در مدارس مورد بهره‌برداری قرار می‌گیرد. امروزه، دیگر فناوری اطلاعات و ارتباطات تنها به عنوان یک ابزار تدریس یا به عنوان یکی از موضوعات درسی محسوب نمی‌گردد. در این رویکرد برای ارائه محتوا، از عناصر اطلاعاتی با فرمت‌های متفاوت نظیر متن، ویدیو، صدا، انیمیشن، گرافیک و محیط‌های مجازی یا شبیه‌سازی شده استفاده می‌نمایند. کامپیوتر نه تنها در ضمن فرایند یادگیری بازخورد فوری فراهم می‌آورد، بلکه بازخورد فوری از نتایج یادگیری، برای یادگیرنده و معلم نیز تدارک می‌بیند. بسته به این که دانش‌آموزان چگونه عمل می‌کنند، معلم می‌تواند بفهمد که مواد آموزشی به درستی کارشان را انجام می‌دهند یا نه و بر اساس نتایج به دست آمده اصلاحات لازم را در مواد آموزشی به عمل آورد (هرگنهان و السون، ۱۳۹۴).

فناوری اطلاعات و ارتباطات وسیله‌ای برای ذخیره‌سازی، پردازش و ارائه اطلاعات است که به صورت الکترونیکی و مبتنی بر تعدادی رسانه می‌باشد (رضوی، ۱۳۹۰). فناوری اطلاعات به عنوان یک رویکرد نوین، در نقش مکمل نظام آموزشی، بهبود کیفیت تدریس، تنوع بخشیدن به شیوه‌های تدریس، فراهم ساختن آموزش مستمر و خودکار، کوتاه نمودن زمان آموزش، کوتاه کردن دوره تحصیل، توجه به استعدادهای فردی، انفرادی کردن آموزش و مقابله با مشکلات آموزش جمعی عمل می‌کند (ملکی،

۱۳۸۸). اعضای خانواده فناوری اطلاعات عبارتند از: رایانه‌های بزرگ، ریزرایانه‌ها، لوح‌های فشرده، تلفن‌های بی‌سیم، مودم، چاپگرهای لیزری و رنگی، تلفن‌های همراه، تصاویر متحرک و رایانه‌ای (انیمیشن)، شبیه‌سازی رایانه‌ای، منابع کمک‌آموزشی رایانه‌ای، نشر الکترونیکی، دوربین دیجیتال، آموزش از راه دور، دی.وی.دی، نمابر، فیبر نوری، رادیوضبط و تلویزیون دیجیتال، دیسکت، نظام اطلاعات جغرافیایی، بزرگراه‌های اطلاعاتی، شبکه‌های رایانه‌ای (محلی و جهانی)، فرا رسانه‌ای‌ها، فرا متن‌ها، اینترنت، جاوا، لوح فشرده لیزری، چندرسانه‌ای‌ها، نرم‌افزارها، شبکه، ابررایانه‌ها، تلفن ویدئویی، واقعیت‌های مجازی، شبکه‌های گسترده جهانی وب و مانند آن‌ها (فرهادی، ۱۳۸۲). در این پژوهش منظور از فناوری اطلاعات و ارتباطات، نرم‌افزارهای چندرسانه‌ای و فرا رسانه‌های آموزشی می‌باشد و طراحی و تولید محتوای آموزشی در قالب چند رسانه‌ای می‌باشد.

در اصطلاح کلی، چند رسانه‌ای استفاده از چندین رسانه جهت ارائه اطلاعات است. ترکیبات مربوطه ممکن است شامل متن، گرافیک‌ها، پویانمایی، تصاویر، ویدئو و صوت باشد (ایورز و بارون^۱، ۲۰۱۰). اصطلاح چند رسانه‌ای‌ها در گذشته به‌عنوان استفاده از چندین رسانه به‌طور هم‌زمان تلقی می‌شد مانند: استفاده از پروژکتور اسلاید و دستگاه ضبط صوت و یا استفاده از پروژکتور فیلم و اسلاید به‌طور هم‌زمان، اما امروزه مراد از چندرسانه‌ای، تلفیق چندین رسانه در قالب یک رسانه، و به عبارتی تلفیق چند نظام نمادین با یکدیگر است (امیرتیموری، ۱۳۹۰). به‌عبارت‌دیگر چند رسانه‌ای عبارت است از: هرگونه تلفیقی از متن، گرافیک، صدا، انیمیشن و ویدئو که با رایانه و سایر ابزارهای الکترونیک منتقل می‌شود (شارما و میشر^۲، ۲۰۰۵).

1. Ivers & Barron
2. Sharma & Mishra

وقتی متن با تصویر همراه می‌شود، پردازش اطلاعات و فرآیند یادگیری تسهیل می‌گردد (مایر و اندرسون^۱، ۱۹۹۲).

استفاده از چند رسانه‌ای‌ها در آموزش مزایای بسیاری دارد؛ ونگ^۲ (۲۰۱۰) به نقل از مثنوی (۱۳۹۳) این مزایا را به شرح زیر عنوان کرده است:

▪ **آموزشی شخصی (اختصاصی):** آموزش و یادگیری به وسیله فناوری برای دو دسته از یادگیرندگان سودمند است. دسته اول دانش‌آموزانی که به تنهایی و به راحتی می‌توانند اطلاعات را پردازش کنند و دسته دوم دانش‌آموزانی که به زمان بیشتری نیاز دارند تا مفاهیم محتوا را درک کنند. همچنین زمانی که آموزگاران امکان آموزش فردی به تک تک یادگیرندگان را ندارند چند رسانه‌ای‌ها به راحتی این کار را انجام می‌دهند.

▪ **انعطاف‌پذیری در زمان و مکان:** استفاده از نرم‌افزارهای چندرسانه‌ای نیازی به زمان مشخص و همچنین وابستگی مکانی ندارد؛ خصوصاً اگر آموزش به صورت خصوصی و فردی باشد.

▪ **تجربه یادگیری نزدیک به واقعیت:** در موقعیت‌هایی که امکان حضور در مکان پدیده به دلیل خطرات زیاد یا فاصله زمانی و مکانی وجود ندارد این چندرسانه‌ای‌ها هستند که به راحتی این موقعیت‌ها را فراهم می‌کنند.

▪ **ایجاد تنوع در تدریس و افزایش انگیزه در یادگیرندگان:** استفاده از رنگ‌های متنوع، کلیپ‌های ویدئویی، موسیقی و تصاویر به ویژه در دانش‌آموزان کم سن و سال‌تر ایجاد انگیزه بیشتری می‌کند و سبب افزایش تنوع در ارائه مواد آموزشی می‌شود.

▪ **کمک به افزایش کارایی و روش‌های یادگیری سنتی و کیفیت تدریس:** هنگامی که از چند رسانه‌ای‌ها در کنار آموزش سنتی به درستی بهره گرفته شود موجب افزایش بهره‌وری در تدریس و یادگیری و پشتیبانی برای تدریس آموزگار خواهند شد.

▪ **شبیه‌سازی موقعیت‌های غیرقابل دسترس:** در موقعیت‌هایی که وجود خارجی برخی پدیده‌ها برای ما عینیت ندارد چند رسانه‌ای‌ها به یاری ما می‌شتابند. این ویژگی در رشته فیزیک به‌خصوص قابل استفاده است، مثلاً دیدن نحوه حرکت نوترون‌های درون اتم که با چشم غیرمسلح ممکن نیست، به راحتی و با استفاده از انیمیشن قابل دیدن می‌شوند.

▪ **کاهش اثر بازدارنده‌های روانی:** برخی دانش‌آموزان ممکن است در شرایط کلاسی و در حضور دیگران از پرسیدن بترسند و یا خجالت بکشند؛ این شرایط روانی بی‌تردید در چند رسانه‌ای‌ها وجود ندارد و هر جا که یادگیرنده سؤالی داشته باشد با بازگشت به درس می‌تواند پاسخ خود را بیابد.

• **تکرار یادگیری و بازخورد فوری:** برخلاف آموزگار که تنها می‌تواند یک‌بار یا نهایتاً چند بار درس خود را ارائه دهد، چند رسانه‌ای‌ها از این محدودیت به‌دور هستند و شاگرد می‌تواند بارها قسمتی را که یاد نگرفته است تکرار کند. همچنین پس از هر اشتباهی که از وی سر می‌زند، بازخورد فوری داده می‌شود تا یادگیرنده ایراد خود را بیابد و در جهت اصلاح دوباره درس خود را تکرار نماید.

۲-۴. پیشینه پژوهش

با توجه به موضوع پژوهش که تأثیر برنامه آموزش سواد رسانه‌ای مبتنی بر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر تفکر انتقادی دانش‌آموزان دوره دوم ابتدایی شهر تهران است، در این قسمت به بررسی پژوهش‌های داخلی و خارجی انجام‌شده درباره آموزش سواد رسانه‌ای و همچنین پژوهش‌های انجام‌شده درباره آموزش مبتنی بر فناوری اطلاعات و ارتباطات (عمدتاً چند رسانه‌ای‌های آموزشی) می‌پردازیم.

۲-۴-۳. پژوهش‌های انجام شده در داخل کشور

بررسی تأثیر استفاده از روش آموزش چندرسانه‌ای و سخنرانی بر یادگیری، یادداری و انگیزش پیشرفت تحصیلی درس عربی دانش‌آموزان مراکز آموزش از راه دور تهران پژوهشی بود که توسط موسی رضانی (۱۳۸۹) انجام شد، پرسش تحقیق از این‌قرار بود که: به‌کارگیری روش آموزش چندرسانه‌ای نسبت به سخنرانی چه تأثیری بر میزان یادگیری و یادداری درس عربی دانش‌آموزان دختر پایه دوم رشته علوم انسانی مراکز آموزش از راه دور دارد؟ یافته‌های تحقیق نشان داد یادگیری و یادداری دانش‌آموزانی که با روش آموزش چندرسانه‌ای آموزش دیده‌اند با ۹۵ درصد اطمینان بیشتر از دانش‌آموزانی بود که با روش آموزش سخنرانی آموزش دیده‌اند.

در پژوهشی که توسط فدائی (۱۳۹۰) با عنوان تأثیر چندرسانه‌ای آموزشی مواد توهم‌زا بر نگرش و آگاهی دانش‌آموزان پایه اول دبیرستان شهر تهران در سال تحصیلی ۹۰-۱۳۸۹ که به‌صورت شبه‌آزمایشی با طرح پیش‌آزمون و پس‌آزمون انجام گرفت نتایج پژوهش نشان داد که چندرسانه‌ای آموزشی مواد توهم‌زا بر نگرش و آگاهی دانش‌آموزان اول دبیرستان تأثیرگذار بوده است و آموزش نقشی اساسی در ارتقاء نگرش و آگاهی دانش‌آموزان نسبت به مواد توهم‌زا ایفاء می‌کند.

شبییری (۱۳۹۲) در پایان‌نامه کارشناسی ارشد خود با عنوان «آموزش سواد رسانه‌ای در فضای مجازی مقایسه وب‌سایت مدیا اسمارتس کانادا و وب‌سایت سواد رسانه‌ای ایران» به مطالعه وب‌سایت ایرانی سواد رسانه‌ای و مدیا اسمارتس کانادا پرداخته است. در چکیده این پژوهش این‌چنین آمده است: در کشورهای مختلف، روش‌ها و میزان موفقیت آموزش سواد رسانه‌ای متفاوت است؛ برای مثال کشوری چون کانادا با سابقه‌ای طولانی در آموزش سواد رسانه‌ای، موفق‌ترین نمونه آموزش سواد رسانه‌ای در جهان است. اما آموزش سواد رسانه‌ای در ایران با وجود فراگیری رسانه‌ها در کشور، پدیده‌ای نسبتاً نوظهور محسوب می‌شود. این پژوهش با هدف مقایسه عملکرد یک کشور الگو در آموزش سواد رسانه‌ای (کانادا) با کشوری نوپا در این راه

(ایران) انجام شد. به همین منظور، عملکرد شبکه آگاهی رسانه‌ای کانادا که از طریق «وبسایت مدیا اسمارتس»^۱ به آموزش سواد رسانه‌ای می‌پردازد و «وبسایت سواد رسانه‌ای ایران» که تا امروز، تنها نمونه فارسی آموزش سواد رسانه‌ای در فضای مجازی بوده است، با روش «تحلیل محتوا» مورد بررسی و مقایسه قرار گرفت. از مهم‌ترین یافته‌های پژوهش موارد زیر است: اکثر مطالب وبسایت ایرانی تنها آگاهی‌بخش و هشداردهنده بود، درحالی که بیشتر مطالب وبسایت کانادایی ویژگی‌های متون آموزشی را دارا بودند. در هر دو وبسایت، آموزش در مورد پیام «سرگرمی» بیش از پیام‌های «خبر» و «آگاهی بازرگانی» بود و دو رسانه نوین «اینترنت و موبایل» در کنار رسانه‌هایی چون تلویزیون، سینما و... بیشتر موضوع آموزش بودند. وبسایت کانادایی در تدوین مطالب آموزشی از نظریه‌های متخصصان سواد رسانه‌ای بهره گرفته بود؛ موضوعی که در مطالب وبسایت ایرانی دیده نمی‌شود. سلیمان، خسروی و حداد (۱۳۹۲) نیز در پژوهشی خود با عنوان ارزیابی سواد رسانه‌ای دانشجویان و دانش‌آموزان شهر تهران نشان دادند که با ضعف بعد ادراکی سواد رسانه‌ای دانشجویان و دانش‌آموزان تهران، آن‌ها قادر به انتخاب آگاهانه از میان فرستنده‌های متعدد، عمل مستقل و کنترل در مرحله مصرف نبوده و نیازمند آموزشی هستند تا به ابزار تحلیل و ارزیابی تولیدات رسانه‌ای مجهز شوند. همچنین تقی زاده (۱۳۹۳) در پایان‌نامه دکتری خود به بررسی نقش دوره آموزش سواد رسانه‌ای بر توانایی پردازش پیام‌های رسانه‌ای دانش‌آموزان مقطع متوسطه پرداخته است. یافته‌های پژوهش نشان داد: میزان سواد رسانه‌ای و چهار مهارت مرتبط با آن در دانش‌آموزان در سطح ضعیف است. با اجرای دوره و بر اساس نتایج پس‌آزمون و تحلیل آماری، دانش‌آموزان شرکت‌کننده در دوره آموزش سواد رسانه‌ای نسبت به دانش‌آموزان گروه کنترل، با ۹۹ درصد اطمینان در مهارت‌های استفاده از رسانه‌ها، ارزیابی و تجزیه و تحلیل پیام‌های رسانه‌ای، توانایی تولید

و ارسال پیام‌های رسانه‌ای، تفکر انتقادی در استفاده از رسانه‌ها در سطح بالاتری قرار گرفتند.

در ارتباط با استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات در آموزش، یافته‌های پژوهش رحمتی (۱۳۹۳) با عنوان بررسی تأثیر استفاده از چندرسانه‌ای مفاهیم علوم بر یادگیری، یادداری و انتقال یادگیری دانش‌آموزان پایه پنجم ابتدایی که به روش شبه‌آزمایشی انجام شد، نشان داد گروهی که از طریق چندرسانه‌ای مفاهیم علوم آموزش دیده بودند در مقایسه با گروه گواه که تحت آموزش سنتی بودند در آزمون یادگیری، یادداری و آزمون انتقال یادگیری عملکرد بهتری نشان دادند.

۲-۴-۲. پژوهش‌های انجام شده در خارج از کشور

یاتس بردفورد^۱ (۲۰۰۱) در مطالعه‌ای اثربخشی آموزش سواد رسانه‌ای در پاسخ کودکان به پیام‌های متقاعدکننده در چارچوب مدل احتمالی تجزیه و تحلیل اقناع را بررسی کرد. بر اساس نتایج تحقیق، آموزش سواد رسانه‌ای باعث می‌شود افراد شرکت‌کننده در دوره آموزش سواد رسانه‌ای درباره پیام‌های تجاری، بیشتر تردید کنند، زیرا از تکنیک‌های استفاده‌شده توسط تبلیغ‌کنندگان برای متقاعد کردن بیننده آگاه‌تر هستند. آن‌ها می‌توانند از روش‌های متقاعدکننده استفاده‌شده توسط تبلیغ آگاه‌تر شده و مجهز به تجزیه و تحلیل آگهی‌های بازرگانی انتقادی گردند تا تصمیم بهتری در مورد محصولات بگیرند.

در یک پژوهش که نتایج آن را دانشگاه استنفورد با عنوان تحقیق درباره سواد رسانه‌ای در پایگاه اینترنتی خود منتشر کرده است، هابز و فراست^۲ (۲۰۰۳) برای دو گروه از دانش‌آموزان مورد مطالعه، تبلیغ سی‌ثانیه مربوط به نوشابه پپسی را پخش کردند؛ یک گروه تحت آموزش سواد رسانه‌ای قرار گرفته بود و گروه دوم به‌عنوان

1. Bradford

2. Hobbs, R. & Frost, R

گروه کنترل حضور داشت. پس از پخش فیلم آن‌ها از دانش‌آموزان خواستند ۱۵ گام که برای خرید محصول برمی‌دارند را یادداشت کنند. آن‌ها با مقایسه پاسخ‌ها دریافتند که با دانش‌آموزان دارای سواد رسانه‌ای می‌توانند به شکل تأثیرگذاری تکنیک‌های اقناع کلاسی به‌کاررفته در تبلیغ، مخاطب هدف، نقطه‌نظر و تکنیک‌های ساختار خلاق به‌کاررفته در تبلیغ را تشخیص دهند.

در تحقیقی که دان لایتس^۱ در سال ۲۰۰۶ روی سه گروه از دانش‌آموزان در آمریکا با هدف بررسی پاسخ آن‌ها به برنامه تبلیغی کانال یک تلویزیون با توجه به سواد رسانه‌ای صورت گرفت، مشخص شد، دانش‌آموزانی که در معرض تبلیغات تجاری تلویزیون قرار می‌گیرند در برابر اثرات تبلیغات آسیب‌پذیر هستند. این بررسی با ارائه آموزش‌های رسانه‌ای و مقایسه نتایج و عملکرد گروه کنترل نشان داد که آموزش سواد رسانه‌ای می‌تواند تأثیرات تبلیغات را تعدیل و کم کند و به دانش‌آموزان کمک کند تا مصرف‌کننده باشعور و شکاکی در برخورد با رسانه‌ها باشند.

روبرت^۲ (۲۰۰۸) در پژوهشی با عنوان آموزش جامع رسانه، سنجش تأثیر دوره آموزش سواد رسانه‌ای، که با هدف مطالعه اثرات این دوره روی دانش‌آموزان، با استفاده از روش شبه آزمایشی و به‌کارگیری پیش‌آزمون، پس‌آزمون، و مقایسه نتایج گروه کنترل و آزمایش نشان دادند که بین امتیازات دو گروه در پس‌آزمون، تفاوت معناداری وجود دارد. این تفاوت‌ها در بیشتر موارد و نه همه موارد معنادار بود. بر اساس نتایج این پژوهش، گروه آزمایش در زمینه‌های آگاهی از تولیدات رسانه‌ای و تکنیک‌های به‌کار گرفته شده مانند: موسیقی، رنگ، دانش رسانه‌ای، اقتصاد رسانه‌ها، استراتژی فعالیت رسانه‌ها، آگاهی از تأثیرات و ساختار رسانه‌ها، حامیان رسانه و دخالت در رسانه‌ها به‌طور معناداری از گروه کنترل در سطح بالاتری قرار دارند.

1. Laitsch, Dan
2. Robert

فریدمن مک دونالد^۱ (۲۰۰۸) در رساله دکتری‌اش با عنوان: سواد رسانه‌ای در عمل؛ جستجوی آموزش و به‌کارگیری ساختارهای سواد رسانه‌ای در فعالیت‌های کلاسی روزانه، نشان داد: هرچند که آموزش سواد رسانه‌ای در آمریکا، همچنان در حال پیشرفت است اما کمبود فراگیر تحقیقات تجربی درباره فعالیت‌های آموزش سواد رسانه‌ای در کلاس‌های درسی به‌عنوان یک مشکل بزرگ مطرح است.

نتایج پژوهش کریستین. ام. آنتونی^۲ (۲۰۰۹) در دانشکده ارتباطات دانشگاه گونزاگا نشان داد با آموزش مهارت‌های سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی، نفوذ تبلیغات محصولات زیبایی بر دختران نونهال و نوجوانان تقلیل می‌یابد. با اجرای این برنامه آموزشی، دختران آگاه شدند چگونه صاحبان آگهی، تصاویر را ماهرانه دست‌کاری و تحریف کرده و درباره فواید محصولات زیبایی با عنوان بازاریابی، مبالغه می‌کنند.

در پژوهشی تجربی که با عنوان «مزایای آموزشی چندرسانه‌ای آموزش مهارت» که توسط وانگ و جوانگ^۳ (۲۰۱۰) صورت گرفت، بیانگر این مطلب است که؛ استفاده از فناوری‌های چندرسانه‌ای در آموزش و پرورش معلمان را قادر می‌کند تا به نتیجه نهایی شبیه‌سازی و کمک به دانش‌آموزان در به‌کارگیری دانش آموخته شده از کتاب‌های درسی بپردازند، و در نتیجه این فناوری‌ها برای جبران کمبود روش‌های تدریس سنتی ضروری است. مهم این است که این فناوری‌ها در استفاده عملی چگونه مؤثر هستند.

در پژوهشی دیگر که با عنوان تأثیر آزمایشگاه چندرسانه‌ای در یادگیری دانش‌آموزان پیش‌دانشگاهی در درس آزمایشگاه شیمی توسط پترسون^۴ (۲۰۱۱) انجام گرفت، نتایج تحقیق نشان‌دهنده مزایا و تأثیر آزمایشگاه چندرسانه‌ای در یادگیری دانش‌آموزان است و همچنین این پژوهش توصیه می‌کند که کتابچه‌های راهنمای آزمایشگاه چندرسانه‌ای باید در تمام دوره‌های درسی آزمایشگاه شیمی استفاده شوند و

-
1. Melissa Fridman MacDonald
 2. Anthony. C. M
 3. Wang & Joang
 4. Patterson

دلیل آن این است که دانش‌آموزان در آمادگی، رضایت و بهبود یافته بودند و آسان‌تر از وظایف آزمایشگاهی و نوشتن گزارش‌های آزمایشگاهی برآمده بودند و این مستقیماً به آزمایشگاه چندرسانه‌ای و کتابچه راهنمای آن مربوط می‌شد که آموزش و یادگیری آن‌ها نسبت به نسخه چاپی از برتری قابل ملاحظه‌ای برخوردار است.

۲-۴-۳. جمع‌بندی پیشینه پژوهش

نتایج پژوهش‌های داخلی نشان می‌دهد که جای خالی پژوهش‌های مرتبط با اجرا و آزمون دوره‌های آموزش سواد رسانه‌ای در کشور خالی است. همچنین در راستای آموزش سواد رسانه‌ای تاکنون از روش‌های نوین آموزشی که عمدتاً مبتنی بر فناوری اطلاعات و ارتباطات می‌باشد، استفاده نشده است. از سویی ارزیابی‌های به‌عمل‌آمده از سطح و میزان سواد رسانه‌ای دانش‌آموزان و دانشجویان لزوم انجام پژوهش‌های تجربی و آزمایشی را نشان می‌دهد.

همچنین پیشینه پژوهش‌های مرتبط با استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات، به‌خصوص استفاده از چند رسانه‌ای‌ها در فرایند آموزش و یادگیری به‌خوبی نشان می‌دهد که استفاده از این فناوری‌های نوین در فضاهای آموزشی اثربخش و مفید است. اکثریت پژوهش‌ها اتفاق نظر دارند که استفاده از چندرسانه‌ای‌ها در آموزش به علت ماهیت چند حسی‌شان موجب یادگیری آسان و پایدار می‌شوند. سواد رسانه‌ای نقطه پایانی ندارد پژوهش‌های مرتبط با سواد رسانه‌ای نیز نقطه پایانی ندارند. مزایای استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات در فرایند آموزش و یادگیری ایجاب می‌کند که در زمینه آموزش سواد رسانه‌ای از این فناوری‌های نوین استفاده شود و پژوهش‌هایی جهت بررسی اثربخشی این دوره‌ها انجام شود.

با توجه به تحقیقات یادشده و پیامدهای آن و هدف پژوهش حاضر، که عبارت است از: بررسی تأثیر دوره آموزش سواد رسانه‌ای مبتنی بر فناوری اطلاعات و

ارتباطات بر میزان آگاهی دانش‌آموزان دوره دوم ابتدایی شهر تهران، فرضیه پژوهشی زیر تدوین می‌شود:

آموزش سواد رسانه‌ای مبتنی بر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر افزایش آگاهی دانش‌آموزان دوره دوم ابتدایی شهر تهران مؤثر است.

۳. روش پژوهش

پژوهش حاضر از جمله پژوهش‌های کاربردی است که در آن از طرح شبه آزمایشی استفاده شده است. جامعه آماری پژوهش را تمام دانش‌آموزان دختر دوره دوم مقطع ابتدایی (پایه چهارم، پنجم، ششم) شهر تهران که در سال تحصیلی ۱۳۹۴-۹۵ مشغول به تحصیل بودند، تشکیل می‌دهند. در این پژوهش از روش نمونه‌گیری هدفمند استفاده شد، به این صورت که ۴۰ نفر از دانش‌آموزان پایه ششم ابتدایی به دلیل اولین تجربه مستقیم کار با رایانه در مدرسه، انتخاب و به صورت کاملاً تصادفی به دو گروه کنترل و آزمایش تقسیم شدند. روش نمونه‌گیری هدفمند از این جهت انتخاب شد که اجرای دوره آموزش سواد رسانه‌ای مبتنی بر فناوری اطلاعات و ارتباطات بود و این دوره تنها در مدارسی که امکانات فناوری داشتند امکان‌پذیر بود.

ابزار جمع‌آوری داده‌ها در این پژوهش، آزمون محقق ساخته تفکر آگاهی بود که با استفاده از مؤلفه‌ها و گویه‌های ارائه شده توسط برنامه آموزش سواد رسانه‌ای «مرکز سواد رسانه‌ای» موسوم به CML، توسط محقق تهیه گردید. میزان پایایی آزمون از طریق محاسبه ضریب آلفای کرونباخ ۰/۷۹ به دست آمد.

آزمون محقق ساخته شامل ۲۵ سؤال چندگزینه‌ای با یک پاسخ صحیح است. هر سؤال ۸۰/۰ امتیاز به خود اختصاص می‌داد، در نتیجه کل آزمون ۲۰ امتیاز را در برمی‌گرفت. سؤالات بر اساس محتوای آموزشی که بر طبق پنج اصل اساسی سواد رسانه‌ای که در جدول ۲ آمده است، طراحی و تدوین شد.

روش جمع‌آوری داده‌ها در این پژوهش به طریق زیر بوده است.

تهیه و تدوین محتوای آموزشی

برای تهیه محتوای مناسب دوره آموزش سواد رسانه‌ای از مدل آموزش سواد رسانه‌ای «مرکز سواد رسانه‌ای» که وجه اشتراک بسیاری با مدل‌های دیگر از جمله مفاهیم سواد رسانه‌ای انتقادی یونسکو (۲۰۱۱)، مدل آموزش سواد رسانه‌ای ایالت انتاریو کانادا، نظریه تامن، نظریه هابز و نظریه یونس شکرخواه که جزء پیشتازان سواد رسانه‌ای در ایران محسوب می‌شود، استفاده شده است. با توجه به این که آموزش سواد رسانه‌ای، مبتنی بر فناوری اطلاعات و ارتباطات (عمدتاً چندرسانه‌ای آموزشی) بود، و چند رسانه‌ای آموزشی جهت آموزش سواد رسانه‌ای وجود نداشت، پژوهشگران با استفاده از اصول ساخت گرایانه و اصول طراحی چند رسانه‌ای مایر اقدام به طراحی طرح درس مبتنی بر فناوری اطلاعات و ارتباطات و تولید یک چند رسانه‌ای آموزشی نمودند.

اجرای پژوهش و جمع‌آوری داده‌ها

پس از اتمام طراحی و تدوین فرارسانه و نرم‌افزار چندرسانه‌ای توسط پژوهشگران و اخذ مجوز و معرفی‌نامه آموزش و پرورش کل تهران و بعد از آن آموزش و پرورش منطقه جهت تأیید محتوای آموزشی و انجام پژوهش، مدرسه دولتی ابتدایی دخترانه حکمت واقع در منطقه دو تهران انتخاب گردید. پس از هماهنگی‌های به‌عمل آمده با مدیر مدرسه و در میان گذاشتن موضوع موردپژوهش و شیوه اجرا، پیش‌آزمون به اجرا درآمد. پس از اجرای پیش‌آزمون گروه‌های آزمایش و کنترل از میان آزمودنی‌ها به‌صورت تصادفی انتخاب گردید. پس از مشخص شدن گروه‌ها، اجرای آموزش آغاز شد و در طی شش جلسه آزمودنی‌های گروه آزمایش توسط نرم‌افزار چندرسانه‌ای آموزشی، مؤلفه‌های مهارت‌های سواد رسانه‌ای را آموزش دیدند. پس از این که آموزش به پایان رسید سؤالات پس‌آزمون در اختیار گروه کنترل و آزمایش قرار گرفت تا میزان تغییرات حاصله مشخص گردد.

اجرای آموزش مبتنی بر فناوری اطلاعات و ارتباطات (چند رسانه‌ای آموزشی)
 هدف‌های برنامه آموزش سواد رسانه‌ای مبتنی بر فناوری اطلاعات و ارتباطات افزایش میزان آگاهی دانش‌آموزان در ارتباط با پیام‌های رسانه‌ای بر اساس مؤلفه‌های اساسی سواد رسانه‌ای بود. برنامه آموزشی در شش جلسه ۴۵ دقیقه‌ای برای گروه آزمایش در مدرسه ابتدایی حکمت اجرا شد.

جدول ۱- اجرای برنامه آموزش سواد رسانه‌ای مبتنی بر فناوری اطلاعات و ارتباطات

جلسه	موضوع	هدف	شرح مختصر
اول	ارتباط، عناصر ارتباط، رسانه و انواع آن	تعریف ارتباط و عناصر آن، معرفی کردن رسانه، انواع رسانه و نقش آن‌ها در زندگی.	در جلسه اول هدف ما این بود که با استفاده از عناصر چندرسانه‌ای به دانش‌آموزان آموزش دهیم که ارتباط و رسانه چیست و چه نقشی در زندگی روزمره انسان‌ها دارند.
دوم	همه پیام‌های رسانه‌ای ساخته می‌شوند (نویسنده)	آشنایی مقدماتی با موضوع سواد رسانه‌ای و در ادامه توضیح این که همه پیام‌های رسانه‌ای ساخته می‌شوند.	در این جلسه هدف ما این بود که با استفاده از عناصر چندرسانه‌ای به دانش‌آموزان آموزش دهیم که برای استفاده مفید از رسانه‌ها باید سواد استفاده از رسانه‌ها را داشته باشیم، برای این که سواد استفاده از رسانه‌ها را داشته باشیم باید به چند اصل اساسی دقت کنیم. اولین اصل مربوط به «نویسنده» پیام است. طرح این سؤال که چه کسی این پیام را خلق کرده است؟ برای توضیح اصل اول دانش‌آموزان با شاخص‌های معرف این اصل، شامل: مالکیت رسانه‌ها، پیامک‌های غیرواقعی و صفحات جعلی دریافت اطلاعات آشنا شدند.

تأثیر آموزش سواد رسانه‌ای مبتنی بر فناوری ... ۱۴۱

<p>سوم</p>	<p>رسانه‌ها دربردارنده پیام‌های ایدئولوژیکی و ارزشی هستند (هدف)</p>	<p>آشنایی دانش‌آموزان باهدف تولیدکنندگان پیام‌های رسانه‌ای.</p>	<p>هدف این جلسه این بود که با استفاده از عناصر چندرسانه‌ای به دانش‌آموزان اصل دوم سواد استفاده از رسانه‌ها را یاد دهیم. این اصل مربوط به «هدف» پیام است. طرح این سؤال که هدف از ارسال این پیام چه بوده است؟ برای توضیح اصل دوم دانش‌آموزان با تکنیک‌های اقناعی تبلیغات رسانه‌ای آشنا شدند.</p>
<p>چهارم</p>	<p>افراد مختلف، پیام مشابه رسانه‌ها را به شکل‌های مختلف تجربه می‌کنند (مخاطب)</p>	<p>آشنا کردن دانش‌آموزان به این که ممکن است افراد مختلف یک پیام رسانه‌ای را به صورت‌های مختلف تجربه و تفسیر کنند.</p>	<p>در این جلسه هدف ما این بود که با استفاده از عناصر چندرسانه‌ای اصل سوم سواد استفاده از رسانه‌ها که مربوط به «مخاطب» می‌باشد را به دانش‌آموزان آموزش دهیم. طرح این سؤال که چگونه ممکن است افراد مختلف، پیام‌های رسانه‌ای را به صورت مختلف درک کنند.</p>
<p>پنجم</p>	<p>رسانه‌ها منافع خاص، تجاری، ایدئولوژیکی و سیاسی دارند (محتوا)</p>	<p>آشنا کردن دانش‌آموزان با محتوای رسانه‌ها.</p>	<p>هدف این جلسه این بود که با استفاده از عناصر چندرسانه‌ای و فرا رسانه‌ای به دانش‌آموزان اصل چهارم سواد استفاده از رسانه‌ها را آموزش دهیم. این اصل درباره «محتوای» پیام است. طرح این سؤال که چه ارزش‌ها و دیدگاه‌هایی در پیام‌های رسانه‌ای وجود دارد یا از آن حذف شده است؟ برای آموزش این اصل به دانش‌آموزان به موضوع شایعه پراکنی در فضای رسانه‌ها و اهداف نهفته در آن و همچنین محتوای ایمیل‌های جعلی پرداخته شده است.</p>

<p>هدف این جلسه این بود که با استفاده از عناصر چندرسانه‌ای و فرا رسانه‌ای به دانش‌آموزان اصل پنجم سواد استفاده از رسانه‌ها یعنی «قالب رسانه‌ها» را آموزش دهیم. طرح این سؤال که در رسانه‌ها از چه تکنیک‌های خلاقانه‌ای برای جلب توجه استفاده می‌کنند؟ برای آموزش این اصل به دانش‌آموزان به عوامل مربوط به تکنیک‌های زیبایی‌شناسی رسانه‌ها، زاویه دوربین و بسته‌بندی (رنگ، شکل و متن) پرداخته شد.</p>	<p>آشنا کردن دانش‌آموزان با این که پیام‌های رسانه‌ای از یک زبان رسانه‌ای با قواعد خاص خودش ساخته شده است.</p>	<p>هر رسانه‌ای زبان، سبک، فرم، تکنیک‌ها و زیبایی‌شناسی مخصوص به خود را دارد (قالب)</p>	<p>ششم</p>
---	---	--	------------

در این پژوهش به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از دو روش استفاده شد: الف: آمار توصیفی، که شامل جداول میانگین و انحراف معیار به تفکیک پیش‌آزمون و پس‌آزمون در دو گروه آزمایش و کنترل و کل نمونه می‌باشد. ب: آمار استنباطی: به منظور مقایسه دو گروه آزمایش و کنترل از لحاظ میانگین نمره کسب‌شده در مؤلفه‌های موردنظر پس از بررسی مفروضات از روش تحلیل کوواریانس چندمتغیری^۱ و تک متغیری استفاده شد.

۴. یافته‌های پژوهش

در این بخش ابتدا توصیفی آماری از شاخص‌ها و متغیرها به عمل آمده، سپس تفاوت احتمالی گروه‌ها در مراحل مختلف سنجش، مورد بررسی قرار می‌گیرد. بر این اساس میانگین و انحراف معیار نمرات آزمون آگاهی دانش‌آموزان در دو گروه آزمایش و کنترل گزارش می‌شود.

جدول ۲- توصیف آماری متغیرها در دو گروه

گروه	میانگین		انحراف معیار	
	پیش‌آزمون	پس‌آزمون	پیش‌آزمون	پس‌آزمون
آزمایش	۸/۱۰	۱۱/۰۵	۲/۴۹	۴/۴۷
کنترل	۷/۴۵	۶/۲۰	۲/۱۴	۳/۲۲

چنانچه ملاحظه می‌شود، میانگین گروه آزمایش در مرحله پس‌آزمون، نسبت به پیش‌آزمون افزایش نشان می‌دهد. بر اساس نتایج مندرج در جدول ۲، می‌توان به این توصیف دست زد که آموزش سواد رسانه‌ای با استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات (چند رسانه‌ای آموزشی) باعث افزایش آگاهی در دانش‌آموزان گروه آزمایش شده است.

به‌منظور تحلیل آماری فرضیه پژوهش، ابتدا مفروضات روش تحلیل کواریانس شامل استقلال داده‌ها، جایگزینی تصادفی، نرمال بودن توزیع متغیر وابسته، همگنی واریانس‌های متغیر وابسته در گروه، خطی بودن رابطه بین متغیر وابسته و همگنی ضرایب رگرسیون در گروه‌های مختلف مورد بررسی قرار گرفت. مستقل بودن به این معنی است که نمره هر فرد در متغیر همراه و وابسته، مستقل از نمره‌های تمام آزمودنی‌های دیگر است. این شرط برقرار بود زیرا پاسخ‌های آزمودنی‌ها به سؤالات تحت تأثیر آزمودنی‌های دیگر نبود. جایگزینی تصادفی به این معناست که جایگزینی افراد در گروه‌های آزمایش و کنترل به‌صورت تصادفی صورت گرفته است، این مفروضه نیز برقرار بود. سپس برای بررسی نرمال بودن صفت از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف استفاده شد، این آزمون نشان داد که توزیع متغیر آگاهی در پیش‌آزمون و پس‌آزمون با توزیع نرمال تفاوت معنادار ندارد، بنابراین مفروضه نرمال بودن نیز برقرار بود. همگنی واریانس از طریق آزمون لوین بررسی شد. متغیر وابسته (پس‌آزمون) با

متغیر همراه (پیش‌آزمون) رابطه خطی داشتند. همگنی شیب‌های رگرسیون بدین معنی است که ضریب رگرسیون متغیر وابسته از روی متغیرهای هم‌پراش در گروه‌ها یکسان باشد. برای بررسی این مفروضه برای هر یک از مؤلفه‌ها از آزمون تحلیل واریانس (آزمون F) استفاده شد.

با توجه به مجموع پیش‌فرض‌های مطرح شده، مشاهده می‌گردد که داده‌های این پژوهش قابلیت ورود به تحلیل کوواریانس را دارا می‌باشند و می‌توان، تفاوت‌های دو گروه را در متغیر وابسته مورد بررسی قرار داد.

جدول ۳- نتایج آزمون تحلیل کوواریانس برای دو گروه آزمایش و کنترل

منابع تغییر شاخص	مجموع مجذورات	df	میانگین مجذورات	F	توان آزمون	سطح معناداری
پیش‌آزمون	۰/۰۴	۱	۰/۰۴	۰/۰۰۳	۰/۰۰۰۱	۰/۹۶
تفاوت دو گروه آزمایشی در پس‌آزمون با کنترل پیش‌آزمون	۲۳۱/۳۴	۱	۲۱۳/۳۴	۱۴/۸۱	۰/۲۹	۰/۰۰۰۱
خطا	۵۷۸/۱۱	۳۷	۱۵/۶۲			
کل	۸۱۳/۳۸	۳۹				

نتایج جدول ۳ آزمون تحلیل کوواریانس برای بررسی تفاوت دو گروه آزمایش و کنترل با حذف عامل پیش‌آزمون را نشان می‌دهد. با توجه به سطر دوم جدول و با کنترل اثر پیش‌آزمون مشاهده می‌گردد که دو گروه آزمایش و کنترل دارای تفاوت معناداری در پس‌آزمون می‌باشند ($\text{sig} < ۰/۰۵$ و $F=۱۴/۸۱$). در نتیجه مقدار آماره مشاهده شده $۱۴/۸۱$ از مقدار بحرانی در سطح اطمینان $۰/۰۵$ و درجه آزادی ۱ و ۳۷ بزرگ‌تر است. بنابراین نمرات پس‌آزمون برای دو گروه آزمایش و کنترل با کنترل اثر

پیش‌آزمون از لحاظ آماری در سطح اطمینان ۰/۰۵ دارای تفاوت معنادار است و با اطمینان ۹۵ درصد این فرض که آموزش سواد رسانه‌ای مبتنی بر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر آگاهی دانش‌آموزان تأثیر دارد تأیید می‌گردد.

۵. بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر، با هدف بررسی تأثیر آموزش سواد رسانه‌ای مبتنی بر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر میزان آگاهی دانش‌آموزان دوره دوم ابتدایی شهر تهران صورت پذیرفت. در کل، نتایج پژوهش حاضر، نشان داد که آموزش مبتنی بر فناوری اطلاعات و ارتباطات (عمدتاً چند رسانه‌ای آموزشی) بر افزایش آگاهی دانش‌آموزان دوره دوم ابتدایی در ارتباط با پیام‌های رسانه‌ای تأثیرگذار بوده است.

نتایج این پژوهش با پژوهش‌های گرگ‌هافمن، هابز و فراست (۲۰۰۳) همسو بود. پژوهش دان لایتش (۲۰۰۶) که معتقد بود آموزش سواد رسانه‌ای به دانش‌آموزان کمک کند تا مصرف‌کننده باشعور و شکاکی در برخورد با رسانه‌ها باشند نیز با این پژوهش همسو بود. نتایج پژوهش روبرت (۲۰۰۸) که با استفاده از روش شبه آزمایشی و به‌کارگیری پیش‌آزمون، پس‌آزمون، و مقایسه نتایج گروه کنترل و آزمایش انجام شده نشان داد بین امتیازات دو گروه در پس‌آزمون، تفاوت معناداری وجود دارد. بر اساس نتایج این پژوهش، گروه آزمایش در زمینه‌های آگاهی از تولیدات رسانه‌ای و تکنیک‌های به‌کار گرفته‌شده مانند موسیقی، رنگ، دانش رسانه‌ای، اقتصاد رسانه‌ها، استراتژی فعالیت رسانه‌ها، آگاهی از تأثیرات و ساختار رسانه‌ها، حامیان رسانه و دخالت در رسانه‌ها به‌طور معناداری از گروه کنترل در سطح بالاتری قرار دارند. از دیگر پژوهش‌هایی که با پژوهش حاضر همسو بودند نتایج پژوهش کریستین. ام. آنتونی (۲۰۰۹) بود که نشان داد با آموزش مهارت‌های سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی، نفوذ تبلیغات محصولات زیبایی بر دختران نونهال و نوجوانان تقلیل می‌یابد. با اجرای این

برنامه آموزشی، دختران آگاه شدند چگونه صاحبان آگهی، تصاویر را ماهرانه دست‌کاری و تحریف کرده و درباره فواید محصولات زیبایی با عنوان بازاریابی مبالغه می‌کنند. نتایج پژوهش سرافین^۱ (۲۰۱۱) نشان داد دانش‌آموزان گروه آزمایش پس از پنج هفته که در دوره آموزشی شرکت کردند، نسبت به تبلیغات، مصرف تبلیغاتی خود و آگاهی از تکنیک‌های به‌کاررفته در تبلیغات، به‌طور معناداری در سطح بالاتری نسبت به گروه کنترل قرار داشتند. از سویی آن‌ها در دانش درباره پیام‌های رسانه‌ای و معنایی نیز در سطوح بالاتری نسبت به گروه کنترل قرار گرفتند و توانایی‌های مربوط به توجه آگاهانه به رسانه‌ها و انگیزه و توانایی پردازش نیز در آن‌ها به‌طور معناداری نسبت به گروه کنترل در سطح بالاتری قرار گرفت.

در پژوهشی که شبیری (۱۳۹۲) با عنوان «آموزش سواد رسانه‌ای در فضای مجازی مقایسه وب‌سایت مدیااسمارتس کانادا و وب‌سایت سواد رسانه‌ای ایران» انجام داد، به روش‌های مختلف آموزش سواد رسانه‌ای اشاره کرد و معتقد بود استفاده از قالب‌های متنوع آموزشی همچون فیلم، کلیپ، پاورپوینت، صوت و بازی‌های ویدئویی مخاطبان بیشتری را به خود جذب می‌کنند و این ابداعات در امر آموزش سواد رسانه‌ای می‌تواند این آموزش را تسهیل و تسریع بخشد، چنان‌که استفاده بیش‌ازحد از قالب یکنواخت متن (نوشتار) برای آموزش سواد رسانه‌ای نمی‌تواند در جذب مخاطب چندان موفق باشد. از دیگر پژوهش‌های هم‌سو با پژوهش حاضر می‌توان به پژوهشی که توسط فدائی (۱۳۹۰) با عنوان «تأثیر چندرسانه‌ای آموزشی مواد توهم‌زا بر نگرش و آگاهی دانش‌آموزان پایه اول دبیرستان شهر تهران در سال تحصیلی» ۹۰-۱۳۸۹ که به‌صورت شبه‌آزمایشی با طرح پیش‌آزمون و پس‌آزمون انجام گرفت، اشاره کرد. نتایج پژوهش نشان داد که چندرسانه‌ای آموزشی مواد توهم‌زا بر نگرش و آگاهی دانش‌آموزان اول دبیرستان تأثیرگذار بوده است و آموزش نقشی اساسی در ارتقاء

1. Serafin

نگرش و آگاهی دانش‌آموزان نسبت به مواد توهم‌زا ایفاء می‌کند. همچنین نتایج پژوهش با پژوهش‌های وانگ و جوانگ (۲۰۱۰)، پترسون (۲۰۱۲)، موسی رضانی (۱۳۸۹) و رحمتی (۱۳۹۳) که به اثربخشی فناوری اطلاعات و ارتباطات در فرایند تدریس و یادگیری معتقدند همسو می‌باشد.

یافته‌های پژوهش حاضر نیز اهمیت ورود آموزش سواد رسانه‌ای مبتنی بر فناوری اطلاعات و ارتباطات به مدارس کشور را نشان می‌دهد. تأکید بر استفاده از روش‌های نوین آموزشی و استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات در آموزش سواد رسانه‌ای، تأمین زیرساخت‌های مدارس به فناوری‌های (سخت‌افزاری و نرم‌افزارهای) متناسب با برنامه درسی و استفاده از روش‌های فعال در یادگیری با اتکا به کاربرد فناوری اطلاعات و ارتباطات در مدرسه که از نتایج تحقیق است ضمن این که با پژوهش‌های زیادی همسو بود، در برنامه درسی ملی (۱۳۹۱) و سند تحول نظام آموزش و پرورش (۱۳۹۱) نیز مورد توجه قرار گرفته است. از سویی نقش تسهیل‌گری و هدایتگری معلم علاوه بر مطابقت با سند یادشده با توصیه‌های یونسکو (۲۰۰۷) نیز منطبق است.

نمی‌توان از مزایای فناوری اطلاعات و ارتباطات در آموزش غافل ماند. چنان‌که صاحب‌نظران سواد رسانه‌ای معتقدند، آموزش این سواد باید با در نظر گرفتن هر دو بُعد مثبت و منفی رسانه‌ها باشد. بنابراین ضرورت دارد متولیان این امر بر هر دو بعد مثبت و منفی رسانه در امر آموزش سواد رسانه‌ای توجه داشته باشند و از فرصت‌های رسانه‌ها برای کاهش تهدیدها استفاده کنند. فناوری اطلاعات و ارتباطات ابزاری است که از طریق آن می‌توان مجموعه یافته‌های علم بشری را در مباحث علوم تربیتی در عمل به اجرا درآورد. در عصر حاضر فناوری اطلاعات و ارتباطات زندگی بشر را در عرصه‌های مختلف علمی تحت تأثیر قرار داده و رسالت فناوران آموزشی سنگین‌تر و حساس‌تر شده است؛ زیرا بسیاری از تئوری‌های تعلیم و تربیت که قبلاً به علت محدودیت‌های محیطی قابل اجرا نبوده، هم‌اکنون با کاربرد فناوری اطلاعات و

ارتباطات قابل پیاده شدن است. صاحب‌نظران و متخصصان علوم تربیتی با توجه به این تحولات، چشم‌اندازهای جدیدی را در مسیر نظام‌های آموزشی قرار داده‌اند. از سوی دیگر جامعه ملی و جهانی نیز انتظارات تازه‌ای از این نظام‌ها دارند. تغییر مفاهیمی مانند انسان باسواد، یادگیری شاگرد محور و تعلیم و تربیت جهانی نمونه‌ای از تأثیر فناوری‌های نوین در عرصه آموزش است. یکی از مهم‌ترین راه‌ها برای حل معضلات آموزش، استفاده مناسب از فناوری اطلاعات و ارتباطات در تعلیم و تربیت است (نیلی، ۱۳۸۶).

اثربخشی بهره‌گیری از فناوری اطلاعات و ارتباطات به‌ویژه چندرسانه‌ای‌ها به دلایلی از جمله؛ استفاده از حواس چندگانه برای یادگیری، تمرین بیشتر برای رسیدن به حد تسلط، تسهیل مشارکت میان دانش‌آموزان، کمک به دانش‌آموزان برای ایجاد ارتباط بین مفاهیم، تکرار درس برای کاربر در صورت تمایل، فراهم آوردن محیط یادگیری دوستانه، انعطاف‌پذیر بودن برنامه در مقابل نیاز یادگیرندگان، برقراری تعامل و رابطه دوسویه با کاربر (رضوی، ۱۳۹۰) باعث شده از این فناوری نوین در موقعیت‌های آموزشی استفاده شود. همچنین فرا رسانه‌ها با داشتن عناصری همچون: گره‌ها، پیوند (لینک‌ها)، کلید، پوشه و صفحه اصلی محیط تعاملی را جهت ارائه محتوا و مطالب آموزشی در محیط شبکه فراهم می‌آورند. همان‌طور که در تعریف مفهوم سواد رسانه‌ای اشاره کردیم، سواد رسانه‌ای را می‌توان قدرت مخاطب در تجزیه و تحلیل پیام‌های رسانه‌ای مختلف همراه با نگاه انتقادی به محتوای آن‌ها دانست. با توجه به این که بخشی از محتوای دوره آموزش سواد رسانه‌ای ارتباط مستقیم با استفاده مفید از وبسایت‌ها و تعامل مؤثر با رسانه و محیط وب دارد، در طراحی و تولید محتوای این مجموعه، فرا رسانه‌ها این امکان را به پژوهشگر داد که با ایجاد پیوند و عناصر فرا رسانه‌ای به نمونه‌ای از وبسایت‌ها و پیام‌های رسانه‌ای اشاره کند و به طور مستقیم یادگیرنده را به تجزیه و تحلیل پیام‌های رسانه‌ای مختلف همراه با نگاه انتقادی وادارد. درواقع از فرصت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات که یکی از موارد آن آموزش اثربخش می‌باشد برای کاهش تهدیدها و چالش‌های ارتباط با رسانه‌ها استفاده شده

است. همچنین زنگنه (۱۳۹۱) معتقد است، نظام‌های یادگیری فرا رسانه‌ها با ارائه مواد درسی در یک ساختار غیرخطی، دوره‌های آموزشی را به یادگیرنده ارائه می‌دهند و به یادگیرندگان این امکان را می‌دهند که سرعت یادگیری خود را تحت کنترل درآورند و فرصت تجزیه و تحلیل مواد آموزشی را داشته باشند. این ویژگی‌ها موجب می‌شود که چند رسانه‌ای‌ها و فرا رسانه‌ها، در مقایسه با روش‌های آموزشی سنتی، به‌عنوان یک فناوری اثربخش در یادگیری و آموزش محسوب شوند.

در طی مراحل آموزش، پس از گفتگویی که با دانش‌آموزان، معلم، مشاور و مدیر مدرسه به عمل آمد، آنان معتقد بودند که استفاده از چند رسانه‌ای‌های آموزشی جهت آموزش مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای، به دلیل فراهم آوردن محیط یادگیری جذاب و همچنین تازگی موضوعات و ملموس و مرتبط بودن به زندگی واقعی آن‌ها در ارتباط با رسانه‌ها، این فرصت را برای دانش‌آموزان فراهم کرده است که میان موضوعات مطرح‌شده و تجربیات شخصی‌شان ارتباط برقرار کنند و در بعضی موقعیت‌ها در ارتباط با رسانه‌ها رفتاری هوشمندانه از خود بروز می‌دادند. لازم به ذکر است که بخشی از تغییرات صورت گرفته می‌تواند به نفس آموزش و بخش دیگر به تأثیر استفاده از فناوری‌های نوین مربوط باشد، اما با توجه به ماهیت موضوع سواد رسانه‌ای که در ارتباط با رسانه‌ها است بعضاً در حین آموزش بعضی از مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای ذکر مفاهیم و مثال‌هایی از رسانه‌ها لازم و ضروری بود که با روش آموزش سنتی امکان‌پذیر نبود و اگر این آموزش با روش سنتی اجرا می‌شد به نتیجه مشابه روش چندرسانه‌ای دست نمی‌یافتیم. واقعیت این است که بسیاری از مؤلفه‌های آموزش سواد رسانه‌ای به دلیل کاستی‌هایی که روش آموزش سنتی دارد قابل‌ارائه و آموزش با این روش نیستند. با این حال، این موضوع حتی می‌تواند مبنای پیشنهادی برای پژوهش‌های دیگر باشد که می‌توانند این موضوع را مورد سنجش قرار دهند که کدام‌یک از عوامل از تعیین‌کنندگی بیشتری برخوردارند.

بر اساس مطالعه حاضر و یافته‌های به‌دست‌آمده از پژوهش، پیشنهادهای زیر ارائه می‌شوند:

۱. بهره‌گیری از نظام‌های آموزشی مبتنی بر فناوری اطلاعات و ارتباطات جهت اجرای دوره‌های آموزش سواد رسانه‌ای.
۲. توجه جدی به آموزش سواد رسانه‌ای از طریق رسانه‌های نوین آموزشی جهت افزایش آگاهی در ارتباط با سواد رسانه‌ای به دانش‌آموزان در برنامه‌های آموزش سواد رسانه‌ای.
۳. طراحی و تولید چندرسانه‌ای آموزشی سواد رسانه‌ای متناسب با دوره‌های مختلف تحصیلی و توزیع آن در مدارس کشور.
۴. بهره‌گیری از تخصص تکنولوژیست‌ها و طراحان آموزشی جهت طراحی و تولید محتوای آموزشی دوره‌های سواد رسانه‌ای مبتنی بر فناوری اطلاعات و ارتباطات.
۵. تشکیل گروه حرفه‌ای متشکل از متخصصان علوم ارتباطات و علوم تربیتی به‌خصوص متخصصان تکنولوژی آموزشی جهت طراحی و تدوین محتوای آموزش سواد رسانه‌ای مبتنی بر نظریه‌های یادگیری نوین و متناسب با دوره‌های مختلف تحصیلی.

منابع

- امیرتیموری، محمد حسن. (۱۳۹۰). *طراحی پیام‌های آموزشی*، تهران: سمت.
- ایورز، کارن اس؛ بارون، آن ای. (۲۰۱۰). *پروژه‌های چند رسانه‌ای در آموزش*، ترجمه: خدیجه علی‌آبادی و اسماعیل اصلانی (۱۳۹۵)، تهران: بوکا.
- باکینگهام، دیوید. (۱۳۸۹). *آموزش رسانه‌ای*، ترجمه: حسین سرفراز، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).
- *برنامه درسی ملی جمهوری اسلامی ایران*. (۱۳۹۱)، مصوب شورای عالی آموزش و پرورش، تهران: وزارت آموزش و پرورش.

- پریچارد، آلن. (۲۰۰۷)، *تدریس اثربخش با فناوری‌های اینترنت*، ترجمه: اسماعیل زارعی زوارکی و حسین دهقانزاده (۱۳۹۴)، تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.
- تقی زاده، عباس. (۱۳۹۳)، نقش آموزش سواد رسانه‌ای بر توانایی پردازش پیام‌های رسانه‌ای دانش‌آموزان مقطع متوسطه، *رساله دکتری*، دانشگاه علامه طباطبائی، دانشکده علوم اجتماعی، گروه ارتباطات.
- حسن زاده، محمدرضا. (۱۳۸۲)، *ضرورت آموزش رسانه، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی*، دوره ۱۰ شماره ۳۳.
- دلاور، علی؛ خانیکی، هادی و شاه‌حسینی، وحیده. (۱۳۹۴)، مطالعه موردی اجرای طرح درس سواد رسانه‌ای برای دانش‌آموزان چهارم ابتدایی. *جامعه، فرهنگ و رسانه*، شماره ۴.
- دهقان شاد، حوریه؛ محمودی کوکنده، سید محمد. (۱۳۹۱)، بررسی ضرورت آموزش سواد رسانه‌ای کودکان و نوجوانان از نگاه متخصصان آموزش و پرورش شهر تهران، *فصلنامه مطالعات رسانه‌ای*، شماره ۷.
- رحمتی، محمد. (۱۳۹۳)، تأثیر استفاده از چندرسانه‌ای مفاهیم علوم بر یادگیری، یادداری و انتقال یادگیری دانش‌آموزان پایه پنجم ابتدایی، *پایان‌نامه کارشناسی ارشد*، دانشگاه اراک، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، گروه علوم تربیتی.
- رضوی، عباس. (۱۳۹۰)، *مباحث نوین در فناوری آموزشی*، اهواز: انتشارات دانشگاه شهید چمران.
- زارعی زوارکی، اسماعیل؛ قاسم تبار، عبدالله؛ مؤمنی راد، اکبر. (۱۳۹۳)، *مبانی نظری و عملی کاربرد اینترنت در فرایند تدریس و یادگیری*، تهران: آوای نور.
- زنگنه، حسین. (۱۳۹۱)، *مبانی نظری و عملی تکنولوژی آموزشی*، تهران: آوای نور.

- سلطانی فر، محمد. (۱۳۸۵)، سانسور یا سواد رسانه‌ای، *فصلنامه رسانه*، دوره ۱۷ شماره ۴.
- *سند تحول بنیادین آموزش و پرورش*. (۱۳۹۰)، تهران: وزارت آموزش و پرورش.
- شبیری، حسینیه السادات. (۱۳۹۲)، آموزش سواد رسانه‌ای در فضای مجازی، مقایسه وبسایت مدیا استمارتس کانادا و وبسایت سواد رسانه‌ای ایران، *پایان‌نامه کارشناسی ارشد*، دانشگاه علامه طباطبائی، دانشکده علوم اجتماعی، گروه ارتباطات.
- شیبا، تاکونومی. (۱۳۸۱)، تحلیل رویکرد انتقادی در سواد رسانه‌ای مطالعات تطبیقی بین ژاپن و کانادا، ترجمه: زهره بیدختی، *فصلنامه رسانه*، دوره ۱۳ شماره ۲.
- طاهریان، مریم. (۱۳۸۷)، سواد رسانه‌ای؛ آموزش رسانه‌ای کودکان و نوجوانان، *پژوهشنامه مرکز تحقیقات مجمع تشخیص مصلحت نظام*، شماره ۲۲.
- طلوعی، علی. (۱۳۹۱)، *سواد رسانه‌ای، درآمدی بر شیوه یادگیری و سنجش*، تهران: دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها.
- فدائی، سمیه. (۱۳۹۰)، تأثیر چند رسانه‌ای آموزشی مواد توهم‌زا بر نگرش و آگاهی دانش‌آموزان پایه اول دبیرستان شهر تهران در سال تحصیلی ۱۳۸۹-۹۰، *پایان‌نامه کارشناسی ارشد*، دانشگاه علامه طباطبائی، دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی، گروه تکنولوژی آموزشی.
- فرهادی، ربابه. (۱۳۸۲)، نقش فن‌آوری اطلاعات در آموزش، *فصلنامه کتاب*، ۵۶.
- کریمی، یوسف. (۱۳۷۹)، نگرش و تغییر نگرش، تهران: نشر دوران.
- کیا، علی‌اصغر؛ فتوحی کندلجی، المیرا. (۱۳۹۴)، نقش آموزش الکترونیک در ارتقای سطح آگاهی کاربران جوان اینترنتی از سلامت، *فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین*، دوره دوم شماره ۵.

تأثیر آموزش سواد رسانه‌ای مبتنی بر فناوری ... ۱۵۳

- گریسون. دی. آر، آندرسون. تری. (۲۰۰۳). *یادگیری الکترونیکی در قرن ۲۱ (مبانی نظری و عملی)*، ترجمه: اسماعیل زارعی زوارکی و سعید صفایی موحد. (۱۳۸۴)، تهران: علوم و فنون.

- مایر، ریچارد. (۱۳۸۷)، *یادگیری چند رسانه‌ای*، ترجمه: مهسا موسوی، تهران: موسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی (نشر اثر به زبان اصلی. (۲۰۰۱).

- مثنوی، امیر. (۱۳۹۳)، *چند رسانه‌ای آموزشی*، اهواز: انتشارات دانشگاه شهید چمران.

- ملکی، صفی‌الله. (۱۳۸۸)، *فناوری اطلاعات در آموزش و پرورش*، تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی.

- موسی رضانی، سونیا. (۱۳۸۹)، بررسی تأثیر استفاده از روش آموزش چندرسانه‌ای و سخنرانی بر یادگیری، یادداری و انگیزش پیشرفت تحصیلی درس عربی دانش‌آموزان مراکز آموزش از راه دور تهران، *پایان‌نامه کارشناسی ارشد*، دانشگاه علامه طباطبائی، دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی، گروه تکنولوژی آموزشی.

- نصیری، بهاره؛ عقیلی، سید وحید. (۱۳۹۱)، بررسی آموزش سواد رسانه‌ای در کشورهای کانادا و ژاپن، *فصلنامه نوآوری‌های آموزشی*، دوره ۱۱ شماره ۴۱.

- نیلی احمد آبادی، محمد رضا. (۱۳۸۶)، *مجموعه مقالات دومین همایش فناوری آموزشی*، تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی.

- هرگنجان، بی.آر و السون، متیو اچ. (۱۳۹۴)، *مقدمه‌ای بر نظریه‌های یادگیری (ویرایش هشتم)*، ترجمه: علی اکبر سیف، تهران: دوران.

- Angell, H. M. (2005). *What music videos teach at-risk adolescent girls: making a case for media literacy curriculum (Doctoral dissertation, University of Florida)*.
- Anthony, C. M. (2009). *Images of girls and women in the media: A media literacy project to mitigate the influence of beauty product advertising for girl scouts*. Gonzaga University.
- Bradford. L. Y. (2001). *Media literacy and attitude change Assessing the effectiveness of media literacy training on children's responses to persuasive messages*.
- Hobbs, R. & Frost, R. (2003). Measuring the acquisition of media-literacy skills. *Reading research quarterly*, 38(3), 330-355.
- <http://www.medialit.org/>
- http://www.medialiteracyweek.ca/en/101_whatism.htm.
- http://www.medialiteracyweek.ca/en/101_whatism.htm
- <http://www.mediasmarts.com>
- juang Wang, T. (2010). Educational benefits of multimedia skills training. *TechTrends*, 54(1), 47-57.
- Laitsch, D. (2006). *Media Literacy Training, Commercial Television, and Consumerism in Schools*, Volume4, Number 4.
- Mayer, R. E. & Moreno, R. (2002). Aids to computer-based multimedia learning. *Learning and instruction*, 12(1), 107-119.
- Mayer, R. E., & Anderson, R. B. (1992). The instructive animation: Helping students build connections between words and pictures in multimedia learning. *Journal of educational Psychology*, 84(4), 444.
- Ontario Education. (2006). *A Guide to Effective Literacy Instruction, Grades 4 To 6*, Volume Seven.

- Patterson, D. A. (2011). Impact of a multimedia laboratory manual: Investigating the influence of student learning styles on laboratory preparation and performance over one semester. *Education for chemical engineers*, 6(1), PP 10-30.
- Phang, A. (2005). *Adda dose of media literacy in the media diplomas curriculum and syllabus*.
- Robert, L. (2008). Holistic Media Education: An Assessment of the Effectiveness of a College Course in Media Literacy, *Communication Quarterly* Vol. 56, No. 1. Pp. 49-68. Retrieved: <http://www.tandfonline.com/oi/rCCuY20>.
- Serafin, Gina. M. (2011). *Media mindfulness Developing the ability and motivation to process advertisements*, ProQuest, UMI Dissertation Publishing.
- Sharma, Ramesh E., Mishra, sanjaya. (2005). *multimedia as across – channel cultures and languages*. Available in: Howard, Caoline. Boettcher, Judith, Jorraine.
- Simpson, E. & Courtney, M. (2002). Critical Thinking in Nursing Education: Literature Review. *International Journal of Nursing Practice*, Vol. 8, No. 2, pp. 89-98.
- Singh, N. (2012). Information Literacy in India and Germany: University Libraries as Activators of Life-long Learning. *DESIDOC Journal of Library & Information Technology*, 32(3).
- Sorden, S. D. (2005). A cognitive approach to instructional design for multimedia learning. Informing Science: *International Journal of an Emerging Trans discipline*, 8, 263-279.
- Sweller, J. & Chandler, P. (1994). Why some material is difficult to learn. *Cognition and instruction*, 12(3), 185-233.

- Teurlings, J. (2010). Media literacy and the challenges of contemporary media culture: On savvy viewers and critical apathy. *European Journal of Cultural Studies*, 13(3), 359-373.
- Thayer, Corey Michael. (2006). *The Impact of a Media Literacy Program on Critical Thinking and Writing in a High School TV Production Classroom*, A Dissertation presented to the faculty of College of Education of Touro University International in fulfillment of requirements for degree of Doctor of philosophy.
- UNESCO. (2011). *Media and Information Literacy curriculum for Teacher*, Edited: Carolyn Wilson, Alton Grizzle, Ramon Tuazon, Kwame Akyempong, Chi-Kim Cheung