

بررسی تأثیر سواد رسانه‌ای بر بهره‌وری دانش آموزان دختر در فضای مجازی (مطالعه موردی دبیرستان شهر تهران)

پریسا ایزدی خالق آبادی*، زینب کفیلی سقین سرا، سیده فاطمه طباطبایی

دانشجوی کارشناسی، رشته آموزش علوم اجتماعی، دانشگاه فرهنگیان، ایران

چکیده

بهره‌گیری مناسب و کارآمد از هر فناوری و پدیده‌ای درگرو داشتن دانش و فرهنگ پیش‌زمینه‌ای عام می‌باشد. در این میان سود جستن از امکانات فناوری‌های اطلاعاتی، رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی به دلیل نوظهور بودن، گستردگی، تنوع محتوا و مخاطب، نیازمند آموزش و گسترش دانش و مهارت به‌کارگیری از آن‌ها می‌باشد. جامعه هدف در این پژوهش دانش آموزان پایه دهم تجربی دبیرستان دخترانه مهدیه و همچنین دانش آموزان پایه هفتم دبیرستان ستایش می‌باشند. دانش رسانه‌ای موضوعی نوظهور ولی بسیار حائز اهمیت در حیطه رسانه‌های اجتماعی می‌باشد که به کاربر قابلیت و مهارت انتقاد، تفکر و انتخاب هوشمندانه در مواجهه با محتویات رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی را می‌دهد. این نوع شبکه‌ها به لحاظ دارا بودن قابلیت‌های بالقوه گسترده می‌توانند راه‌گشای بسیاری از مشکلات موجود در حیطه آموزش باشند. می‌توان باافزایش سواد رسانه‌ای دانش آموزان و به‌ویژه والدین در جهت کاهش پیامدهای منفی این رسانه‌ها و درعین‌حال افزایش بهره‌وری و کاربرد آن‌ها در امر آموزش اقدام نمود. استفاده جمعی والدین و دانش آموزان از رسانه‌های اجتماعی، نظارت والدین بر محتوای مورد استفاده و قابل دسترس دانش آموزان، افزایش قدرت تفکر و دیدگاه انتقادی والدین و دانش آموزان، و کسب مهارت‌های فنی می‌توانند روش‌هایی مناسب در جهت کسب دانش رسانه‌ای باشند. لذا از متولیان امر رسانه و آموزش و پرورش انتظار می‌رود با توجه به روند رشد و پیشرفت فزاینده فناوری‌های ارتباطی در جهت بهبود و گسترش سواد رسانه‌ای در والدین و دانش آموزان اقدام کنند. نتایج نشان می‌دهد که سطح توانایی‌های مرتبط با سواد آزمون رسانه‌ای در دانش آموزان پایه دهم که با کتاب سواد رسانه‌ای آشنا شده بودند بالا بوده و سطح دانش آموزان پایه هفتم که هنوز با مطالب کتاب درسی آشنا نبوده‌اند ضعیف بوده است.

واژه‌های کلیدی: سواد رسانه‌ای، بهره‌وری دانش آموزان، فضای مجازی

۱-مقدمه

۱-۲- بیان مسئله

رشد و گسترش روزافزون فناوری‌های رقمی (دیجیتالی) سبب شده است تا رابطه تازه‌ای بین رسانه‌های نوین و جنبه‌های گوناگون زندگی روزمره در جوامع جدید به وجود آید [3]. براساس آمارهای رسمی مراکز معتبر بین‌المللی، بیش از دو سوم جمعیت جهان حداقل به یکی از رسانه‌های ارتباطی دسترسی دارند و درصد قابل توجهی از مردم کره زمین، استفاده‌کننده و کاربر رسانه‌هایی مانند رادیو، تلویزیون، روزنامه، کتاب، سینمای اینترنت و غیره هستند [5]. در عصر کنونی، رسانه‌ها و به ویژه رسانه‌های تعاملی، جایگاه مهمی را به خود اختصاص داده‌اند. این رسانه‌ها در میان نوجوانان و جوانان، جذابیت خاصی دارند. لذا سواد رسانه‌ای بهترین ماهی است که با تکیه بر آن می‌توان از اثرات منفی و مخرب رسانه‌ها در امان ماند و از محاسن و فواید آن بهره برد صاحب نظران ارتباطات و رسانه، سواد رسانه‌ای را مهارت و توانایی ضروری برای زیستن در عصر حاضر که عصر ارتباطات و اطلاعات نام گرفته است، می‌دانند [2].

پژوهش‌های فراوانی هم در ایران و هم خارج از ایران در ارتباط با این موضوع در سال‌های اخیر صورت گرفته است. متغیرهای این تحقیق شامل سواد رسانه‌ای که کتاب سواد رسانه‌ای پایه دهم می‌باشد به عنوان متغیر مستقل و بهره‌وری دانش آموزان در فضای مجازی به عنوان متغیر وابسته است. تعریفی که از سوی سازمان ملی بهره‌وری ایران در این خصوص ارائه گردیده نیز این است: «بهره‌وری یک فرهنگ است، یک نگرش عقلانی به کار و زندگی است، که هدف آن هوشمندانه‌تر کردن فعالیتها برای دستیابی به زندگی بهتر و متعالی است.» محققان باتوجه به دلایل شغلی (دانشجو معلم) و درگیری روزافزون آن‌ها با دانش آموزان و تدریس این درس و با توجه به گسترش فضای مجازی و وسایل ارتباطی و درگیری بسیار زیاد نوجوانان سنین ۱۶ تا ۱۸ سال (متوسطه دوم) و درگیری آنان با رسانه و تأثیرپذیری آنان از این فضا در سن شکل‌گیری شخصیت و اهداف آیندشان به این تحقیق پرداخته ایم. لذا موضوع مورد مطالعه‌ی این تحقیق، در سال ۱۴۰۱_۱۴۰۲ بررسی می‌شود. و مکان و مخاطبان مد نظر، دانش آموزان متوسطه دوم دختر شهر تهران می‌باشد. روش تحقیق، بر اساس روش آزمایشی می‌باشد. در آخر باید گفت با توجه به نیازهای جامعه کنونی می‌خواهیم به این نکته در تحقیق دست پیدا کنیم که چطور و به چه شکلی درس سواد رسانه‌ای میتواند بر بهره‌وری دانش آموزان در فضای مجازی تأثیر بگذارد؟

۱-۳- سوالات تحقیق

- ۱_ آیا نوجوانانی که دارای سواد رسانه‌ای هستند در صورت مواجهه با اخبار موجود در فضای مجازی واکنش معقول‌تری را ندارند؟
- ۲_ آیا نوجوانانی که از سواد رسانه‌ای بیشتری برخوردارند توانایی برقراری ارتباطات موثرتری ندارند؟
- ۳_ آیا نوجوانانی که از نظر سواد رسانه‌ای سطح بالایی دارند حتی می‌توانند از این سواد در جهت بهبود فعالیت روزمره خود استفاده نمی‌کنند؟
- ۴_ آیا نوجوانانی که سواد رسانه‌ای دارند کمتر در معرض خطر گرفتاری در دام کلاهبرداران مجازی قرار می‌گیرند؟

۱-۴- فرضیه‌های تحقیق

- ۱_ به نظر می‌رسد نوجوانانی که دارای سواد رسانه‌ای هستند در صورت مواجهه با اخبار موجود در فضای مجازی واکنش معقول‌تری را ندارند.
- ۲_ به نظر می‌رسد نوجوانانی که از سواد رسانه‌ای بیشتری برخوردارند توانایی برقراری ارتباطات موثرتری ندارند.
- ۳_ به نظر می‌رسد نوجوانانی که از نظر سواد رسانه‌ای سطح بالایی دارند حتی می‌توانند از این سواد در جهت بهبود فعالیت روزمره خود استفاده نمی‌کنند.
- ۴_ به نظر می‌رسد نوجوانانی که سواد رسانه‌ای دارند کمتر در معرض خطر گرفتاری در دام کلاهبرداران مجازی قرار می‌گیرند.

۲- روش تحقیق

۲-۱- جامعه آماری

جامعه هدف در این پژوهش دانش آموزان پایه دهم تجربی دبیرستان دخترانه مهدیه و همچنین دانش آموزان پایه هفتم دبیرستان ستایش میباشند.

۲-۲- واحد تحلیل

- واحد تحلیل: دبیرستان دخترانه مهدیه _ دبیرستان ستایش
- سطح تحلیل: سطح تحلیل خرد می باشد چون به سراغ دانش آموزان پایه دهم تجربی دبیرستان دخترانه مهدیه و همچنین دانش آموزان پایه هفتم دبیرستان ستایش برای انجام تحقیق می رویم.
- واحد مشاهده: دانش آموزان دختر دبیرستان دخترانه مهدیه و دبیرستان ستایش که برای تکمیل پرسشنامه به سراغ آنها می رویم.

۲-۳- حجم نمونه

برای تکمیل اطلاعات این پژوهش پرسشنامه ای طراحی شد و بعد به سراغ ۱۰ نفر از دانش آموزان پایه دهم تجربی دبیرستان مهدیه و همچنین ۱۰ نفر از دانش آموزان پایه هفتم دبیرستان ستایش رفتیم، حجم نمونه این پژوهش ۲۰ نفر می باشد.
- نمونه گیری هدفمند
در این پژوهش از دانش آموزان دختر پایه دهم دبیرستان مهدیه و دانش آموزان دختر پایه هفتم دبیرستان ستایش به عنوان نمونه کمک گرفتیم.
- نحوه انتخاب نمونه ها
با توجه به این که کتاب سواد رسانه ای به طور کامل میان دانش آموزان توزیع نشده است و فقط تعداد محدودی از دانش آموزان این کتاب را دارند و مورد مطالعه قرار دادند پرسش نامه های آخر کتاب فقط به دست دانش آموزانی رسیده است کتاب درسی را در اختیار داشته اند و همچنین در جهت چگونگی شکل گیری این اتفاق از آن جهت که خودم کتاب سواد رسانه ای را تدریس میکنم، پرسشنامه را بین دانش آموزانم که کتاب سواد رسانه ای داشتند پخش کردم و به آنها فرصت دادم که پرسشنامه را مطالعه کنند و به سئوالات پاسخ بدهند.

۳- مبانی و پیشینه پژوهش

۳-۱- سواد رسانه ای

Media Literacy نوعی تکنیک عملی و مهارت بسیار ویژه است که در عصر حاضر یکی از مهمترین آموزشها در جهان تلقی می شود. سواد رسانه ای به فرد این توانایی را می دهد که تحلیل مناسبی از مطالب منتشر شده در انواع شبکه های رسانه ای را داشته باشد [7] .. روزانه مطالب بسیار زیادی در حوزه های اجتماعی، سیاسی و فرهنگی و یا حتی اخبار مربوط به افراد مشهور و بازیگران در طول روز انتشار می یابد که برخی از آنها شایعات فحشی هستند و واقعیت ندارند. در سال های اخیر به وفور شاهد این موضوع بوده ایم که بسیاری از صحبت های افراد در شبکه های رسانه ای دچار تحریف می شود و با کم و زیاد کردن و منقطع کردن این سخنان مفهوم کلی مطلب و خبر کاملاً عوض می شود [3] .

۳-۲- معنی سواد

معنی سواد و تغییر نگاه به سواد (Literacy) بحثی گسترده و طولانی است که می‌تواند موضوع یک یا چند درس مستقل و حتی چند کتاب باشد. اما در حدی که به این درس مربوط است می‌توان گفت که مفهوم سنتی سواد، به معنای توانایی خواندن و نوشتن، سال‌هاست تغییر کرده است. اگر در گذشته سواد را به عنوان توانایی خواندن و نوشتن در نظر می‌گرفتیم، علت این بود که ابزار اصلی تولید، ثبت و جابه‌جایی اطلاعات، خواندن و نوشتن بود. [10]. اما امروزه اطلاعات و محتواها (چه خبری و چه غیر خبری) به شکل‌های بسیار متنوعی تولید و عرضه می‌شود که خواندن و نوشتن صرفاً یکی از آنهاست. به همین علت امروزه وقتی از سواد حرف می‌زنیم، باید همه موضوعاتی را که به نوعی به «عرضه، دریافت و فهم اطلاعات» مربوط می‌شوند در نظر بگیریم (+). اصطلاحاتی مانند سواد اطلاعاتی، سواد دیجیتال، سواد رسانه‌ای، سواد شبکه‌های اجتماعی و سواد اطلاعاتی همگی بر پایه چنین باوری شکل گرفته‌اند [1].

۳-۳- فضای مجازی

فضای مجازی یا فضای سایبر، (Cyberspace) سایبراسپیس» (یک مفهوم برای توصیف فناوری دیجیتال به هم پیوسته گسترده است.) این واژه در دهه ۱۹۸۰ وارد ادبیات علمی - تخیلی شد و شاغلان در زمینه کامپیوتر و علاقه‌مندان، به سرعت آن را به کار بردند و در دهه ۱۹۹۰ رونق یافت و در بین عامه رواج یافت. [6]. در این دوره، استفاده از اینترنت، شبکه و مخابرات دیجیتال به سرعت در حال رشد بود و لفظ «فضای مجازی» می‌توانست بسیاری از ایده‌ها و پدیده‌های نوظهور را مستقیم و غیر مستقیم، نمایندگی کند. لفظ مادر فضای سایبر، سایبرنتیک است که از یونانی باستان به معنای فرماندار یا راننده مشتق شده، واژه‌ای که نوربرت وینر برای کار پیشگامانه‌اش در مخابرات الکترونیک و علم کنترل به کار برد. با این که نباید فضای مجازی را با اینترنت اشتباه گرفت؛ از این لفظ غالباً در اشاره به اشیاء و شخصیت‌هایی که تا حد زیادی در خود شبکه مخابراتی وجود دارد استفاده می‌شود؛ تا جایی که برای مثال، ممکن است به‌طور استعاری گفته شود یک وبگاه، «در فضای مجازی وجود دارد». [5]. بر اساس این تعبیر، اتفاقاتی که در اینترنت رخ می‌دهد در «فضای مجازی» شکل می‌گیرد نه جاهایی که شرکت کنندگان یا سرورها به‌طور فیزیکی واقع شده‌اند. میشل فوکو فیلسوف از لفظ هتروتوپیا در توصیف چنان فضاهایی که به‌طور همزمان فیزیکی و ذهنی هستند استفاده کرد [12]. ..

۳-۴- بهره‌وری

(به انگلیسی: Productivity) از مفاهیم علم اقتصاد و مدیریت است که چنین تعریف می‌شود: «مقدار کالا یا خدمات تولید شده در مقایسه با هر واحد از انرژی یا کار هزینه شده بدون کاهش کیفیت یا به این شکل: اثربخشی به همراه کارایی». به دیگر سخن، بهره‌وری عبارت است از به دست آوردن حداکثر سود ممکن با بهره‌گیری و استفاده بهینه از نیروی کار، توان، استعداد و مهارت نیروی انسانی، زمین، ماشین، پول، تجهیزات، زمان، مکان و... به منظور ارتقای رفاه جامعه. بهره‌وری به نسبت کار انجام شده به کاری که باید انجام می‌شده اطلاق می‌شود. [8]. می‌توان گفت برای نخستین بار لغت «بهره‌وری» را فردی به نام کنه در سال ۱۷۷۶ (میلادی) به کار بُرد. بیش از یک قرن بعد، یعنی در سال ۱۸۳۳ (میلادی)، فردی به اسم «لیتر» بهره‌وری را «استعداد تولید کردن» یا «میل به تولید» تعریف کرد. باید توجه داشت که واژه بهره‌وری با گسترش انقلاب صنعتی و جهت افزایش سودمندی حاصل از نیروی کار، سرمایه و مواردی از این دست گسترش یافت، ولی اصطلاح بهره‌وری آب در چند ساله اخیر و به دلیل کمبود این ماده ارزشمند گسترش یافته‌است. به نظر می‌رسد که بهترین تعریف برای بهره‌وری، به دست آوردن حداکثر سود ممکن و استفاده از نیروی بهینه در مقابل هزینه شده باشد. [2].

بررسی نظریه‌های ارتباط جمعی مرتبط با مفهوم سواد رسانه‌ای به مخاطبان رسانه‌ها کمک خواهد کرد تا درک کاربردی تری نسبت به سواد رسانه‌ای در زندگی روزمره بوجود آید این نظریه‌ها با مفهوم شهروندی سواد رسانه‌ای در ارتباط است و در برگزیده نظریه‌های برجسته سازی یادگیری اجتماعی، کاشت استفاده و خشنودی گلوله جادویی و مارپیچ سکوت. است هر یک از این نظریه‌ها به چگونگی تأثیر گذاری افراد از رسانه‌ها توجه دارند و به علاوه درجات مختلفی از ساخته شدن مفاهیم

اجتماعی را به واسطه استفاده از رسانه‌ها مورد توجه قرار میدهند در ادامه به صورت اجمالی مروری بر این نظریه‌ها خواهیم داشت برجسته سازی این نظریه مدعی تأثیر رسانه‌ها بر شناخت و نگرش مردم و تعیین اولویتهای ذهنی آنان از طریق انتخاب و برجسته سازی بعضی از موضوعات و رویدادها در قالب خبر و گزارش خبری است به این معنا که رسانه‌ها با برجسته ساختن بعضی از موضوعها و رویدادها بر آگاهی و اطلاعات مردم تأثیر میگذارند گرچه نمیتوانند تعیین کنند که مردم چگونه، بیندیشند اما می‌توانند تعیین کنند که درباره چه چیزی بیندیشند [6].

دونالد شاو و مکسول مک کومبز واضعان نظریه برجسته سازی در مقاله کارکرد برجسته سازی مطبوعات مهمترین تأثیر ارتباط جمعی در برجسته سازی رسانه‌ای را ایجاد نظم فکری برای مخاطبان و نظم دادن به دنیای پیرامون میدانند [5]. جمع بررسی های عملی ارتباطات ثابت کرده است که بیشتر آثار احتملی که اتفاق میافتد در خصوص مسائل مربوط به اطلاعات است. نظریه برجسته سازی راهی برای ارتباط این یافته‌ها با امکان آثار فکری ارائه می‌دهد زیرا آنچه به شکل اساسی مطرح است کارکردی آموزشی از رسانه است؛ افراد یاد میگیرند که این مسائل چیست و چگونه به ترتیب اهمیت تنظیم میشوند [10].

۵-۳- نظریه کاشت

نظریه کاشت بر تاثیرات تدریجی و دراز مدت رسانه‌ها به ویژه تلویزیون بر شکل گیری تصویر ذهنی مخاطبان از دنیای اطراف و مفهوم سازی آنان از واقعیت اجتماعی تاکید میکند جرج گرینر در دهه ۱۹۶۰ تحقیقاتی را با عنوان شاخص های فرهنگی شروع کرد تا تأثیر تماشای تلویزیون بر باورها و دیدگاه های بینندگان درباره جهان واقعی را بررسی کند [4]. نظریه کاشت به دنبال این نکته است که آیا از نظر مخاطبان دنیایی که در آن زندگی میکنیم شبیه همان دنیایی است که از تلویزیون نشان داده میشود؟ این نظریه در نهایت چنین عنوان میکند که اثرات تلویزیون بر مخاطب، اندک تدریجی و غیر مستقیم است ولی به صورت انباشتی متراکم و در بلند مدت است. ویژگی کشت دهندگی تلویزیون موجب میشود که مخاطب در طول زمان و به مرور از رسانه‌ها تأثیر بپذیرد [3].

استفاده و خشنودی نظریه استفاده و خشنودی ضمن فعال انگاشتن مخاطب بر نیازها و انگیزه‌های وی در استفاده از رسانه‌ها تاکید میکند و بر آن است که ارزشها علاقه ها و نقش اجتماعی مخاطبان مهم است و مردم بر اساس این عوامل آنچه را میخواهند ببینند و بشنوند انتخاب میکنند سوال اصلی این نظریه این است که چرا مردم از رسانه‌ها استفاده برای چه منظوری به کار میگیرند؟ پاسخی که به اجمال داده میشود این است که مردم برای کسب راهنمایی آرامش سازگاری اطلاعات و شکل گیری هویت شخصی از رسانه‌های استفاده میکنند [9].

۶-۳- نظریه گلوله جادویی

بر اساس این نظریه پیامهای رسانه‌ای به طور یکسان و یکنواخت به همه مخاطبان میرسد و تأثیری مستقیم و فوری بر جای می‌گذارد به عبارتی نظریه تزریقی وسایل ارتباط جمعی را دارای تأثیری مطلق، مستقیم و فوری بر مخاطب می‌داند. رسانه‌ها نه تنها به تغییر نگرش مردم بلکه به تغییر رفتار آنها نیز قادر هستند مخاطبان به طور مستقیم به رسانه‌ها مرتبط هستند و تأثیر رسانه‌ها بر نگرش و رفتار آنها فوری اتفاق میافتد [9]. در این نظریه که محصول تالشهای تبلیغاتی جنگ جهانی اول است مخاطب را موجودی منفعل به شمار می‌آورد.

۷-۳- پیشینه ی تحقیق

شاهرخ اسکویی (۱۳۸۵) در تحقیقی با عنوان بررسی سواد رسانه‌ای دانشجویان فنی و علوم انسانی دانشگاه تهران در مقطع تحصیلات تکمیلی نشان داد که دانشجویان رشته‌های علوم پایه و فنی سواد رسانه‌ای بالاتری دانشجویان نسبت به رشته‌های علوم انسانی دارند.

تحقیق ایران پور (۱۳۸۹) با عنوان میزان سواد رسانه‌ای و نقش آن در استفاده از رسانه‌های تعاملی نشان داد که دانشجویان تحصیلات تکمیلی از لحاظ سطح سواد رسانه‌ای در حد متوسط هستند و دانشجویان با سطوح سواد رسانه‌ای متفاوت میزان استفاده متفاوتی از رسانه‌ها تعاملی دارند.

نتایج تحقیق آقای خدا مرادی با موضوع بررسی سطح سواد رسانه‌ای فرهنگیان استان چهارمحال و بختیاری نشان داد که سواد رسانه‌ای فرهنگیان این استان در حد متوسط است. از دیگر نتایج این تحقیق این است که فرهنگیان دارای مدرک کارشناسی ارشد و افرادی که در گروه علوم تجربی مدرک خود را دریافت کرده اند سواد رسانه‌ای بالاتری دارند.

حسن اشرفی ریزی و همکاران (۱۳۹۲) در تحقیقی با عنوان بررسی میزان سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی اصفهان نشان دادند که میانگین سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی بالاتر از حد متوسط و نسبتاً مطلوب است. همچنین بین جنسیت و سن با میزان سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی رابطه معناداری وجود ندارد.

سلطانی فر (۱۳۹۳) تحقیقی با عنوان نقش سواد رسانه‌ای دبیران و خبرنگاران در تولید خبری انجام داد یافته‌های این پژوهش نشان داد که میزان سواد رسانه‌ای خبرنگاران و دبیران ۳۴ درصد در حد متوسط ۳۰ درصد در حد کم و ۱۶ درصد در حد زیاد ارزیابی شده. است رابطه معناداری بین سواد رسانه‌ای و تولید خبری وجود دارد.

مجتبی عباسی قادری و همکاران (۱۳۹۱) تحقیقی با عنوان سواد رسانه‌ای مخاطبان نوشتاری در شهر تهران انجام دادند یافته‌های تحقیق نشان می‌دهند که متغیرهای، مدت، میزان نوع استفاده از رسانه‌ها واقعی تلقی کردن محتوای رسانه انگیزه و هدف مخاطبان و میزان تحصیلات رابطه معناداری با سواد رسانه‌ای دارند.

۴- یافته‌های پژوهش

به منظور میزان تأثیر این کتاب بر روی دانش آموزان دهم تجربی مصاحبه ای صورت گرفته و سوالی از آن‌ها پرسیده شده است که پاسخ آن را در اختیار شما همراهان می‌گذاریم پیش مصاحبه: اگر فضای مجازی در اختیار تون باشد، با علم به سواد رسانه‌ای چطور میتون از ان استفاده کرد و چقدر روی افراد تأثیر گذاشته است؟

دانش آموز ۱: در فضای مجازی قدرت تشخیص خبر صدق از خبر کذب را بدست می آوریم و متوجه می شویم یک سری از اخبار فقط برای بازدید خوردن و ویو گرفتن می‌باشد و در اصل دروغ و کذب است.

دانش آموز ۲: یاد گرفتیم که با انتشار چه نوع مطالبی میتوانیم مخاطب بیشتری جذب کنیم؟ و در واقع ما داده هایی در اختیار داریم و با علم به سواد رسانه‌ای می دانیم که به چه شکلی داده ها را انتشار دهیم تا موثر تر باشیم. مثلاً اگر بخواهیم سواد شهروندی را به دیگران آموزش دهیم اگر علم به سواد رسانه‌ای داشته باشیم میدانیم که چطور مردم را جذب این مسئله کنیم. دانش آموز ۳: سواد رسانه‌ای داشتن فقط این نیست که اطلاعاتی درباره ی اینستاگرام و اینترنت داشته باشیم. بلکه انجام تبلیغات و زدن بلبورد هم با علم به سواد رسانه‌ای انجام می شود.

دانش آموز ۴: ما برای انجام کارهای روزمره خود به سواد رسانه‌ای نیاز داریم و اگر علم نداشته باشیم میتواند برای ما عواقب داشته باشد مثلاً با علم به سواد رسانه‌ای می‌توانیم قدرت تشخیص هکر های مختلف را داشته باشیم و وقتی در فضای مجازی برای ما پیام هایی آمد، حواسمان را جمع کنیم و به هر پیامی پاسخ ندهیم.

دانش آموز ۵: هر کدام از رسانه‌ها چیز هایی را نشان می دهند که به نفع خودشان می‌باشد و ما باید قدرت تشخیص حقیقت را داشته باشیم.

جدول شماره ۱: کدگذاری، منبع: نگارنده

شمارش	برچسب ها	زیر معقوله ها	معقوله ها
۱=۱ ۱=۲ ۱=۳	۱-برخورد نقادانه با پیام؛ ۲-شناسایی فرستنده پیام؛ ۳-شناسایی هدف فرستنده پیام	توانایی شناسایی کلاهبرداران مجازی	شناسایی
۴=۴ ۴=۵ ۲=۶	۴-تحلیل و ارزیابی اهداف تولید رسانه‌ای؛ ۵-برخورد نقادانه با پیام رسانه‌ها؛ ۶-تشخیص جهتگیری های رسانه‌ای	توانایی تحلیل اخبار	تحلیل
۱=۷ ۰=۸ ۰=۹ ۰=۱۰	۷-استفاده از زبان بهتر برای انتقال پیام؛ ۸-رعایت آداب بحث جمعی؛ ۹-همفکری با دیگران؛ ۱۰-ارزیابی نظرات خود و دیگران	توانایی برقراری ارتباط موثر	کاربرد
۳=۱۱ ۶=۱۲ ۱=۱۳ ۰=۱۴ ۲=۱۵	۱۱-تولید محتوی موثر؛ ۱۲-ارزیابی توانایی خود در عرصه رسانه؛ ۱۳-درآمد رایی از طریق فضای مجازی؛ ۱۴-استفاده از رسانه داخلی جهت کمک به پیشرفت آن‌ها؛ ۱۵-توانایی جذب مخاطب.	کاربرد سواد رسانه‌ای در زندگی	کاربرد

با توجه به طرح تحقیق که پرسشنامه بین دانش آموزان پایه دهم توضیح و داده ها جمع اوری شد و برای تحلیل داده ها از امار توصیفی و امار استنباطی استفاده شده است.

۴-۱- امار توصیفی

با توجه به موضوع پژوهش که بررسی تأثیر سواد رسانه‌ای بر بهره‌وری دانش آموزان در فضای مجازی بود دارای سه متغیر سواد رسانه‌ای و فضای مجازی و بهره‌وری بود که دو متغیر نخست اسمی بودند و متغیر سوم ترتیبی است.

۴-۲- فرضیات تحقیق

۱_ فرضیه: H_1 به نظر میرسد نوجوانانی که دارای سواد رسانه‌ای هستند در صورت مواجهه با اخبار موجود در فضای مجازی واکنش معقول تری را دارند.

فرضیه: H_0 به نظر میرسد نوجوانانی که دارای سواد رسانه‌ای هستند در صورت مواجهه با اخبار موجود در فضای مجازی واکنش معقول تری را ندارند.

۲_ فرضیه: H_1 به نظر میرسد نوجوانانی که از سواد رسانه‌ای بیشتری برخوردارند توانایی برقراری ارتباطات موثر تری دارند.

فرضیه: H_0 به نظر میرسد نوجوانانی که از سواد رسانه‌ای بیشتری برخوردارند توانایی برقراری ارتباطات موثر تری ندارند.

۳_ فرضیه: H_1 به نظر میرسد نوجوانانی که از نظر سواد رسانه‌ای سطح بالایی دارند حتی می‌توانند از این سواد در جهت بهبود فعالیت روزمره خود استفاده کنند.

فرضیه: H_0 به نظر میرسد نوجوانانی که از نظر سواد رسانه‌ای سطح بالایی دارند حتی می‌توانند از این سواد در جهت بهبود فعالیت روزمره خود استفاده نمی‌کنند.

۴_ فرضیه H1: به نظر میرسد نوجوانانی که سواد رسانه‌ای دارند کمتر در معرض خطر گرفتاری در دام کلاهبرداران مجازی قرار میگیرند.

فرضیه H0: به نظر میرسد نوجوانانی که سواد رسانه‌ای دارند کمتر در معرض خطر گرفتاری در دام کلاهبرداران مجازی قرار نمی‌گیرند.

با توجه به فرضیات پژوهش سوالات پرسشنامه طراحی شده است و سوالات پرسشنامه در پنج معقوله دسته بندی شدند که شامل:

- ۱- توانایی تحلیل اخبار و اطلاعات که شامل سوالات ۳ و ۴ و ۵ و ۶ و ۷ و ۱۱ و ۱۲ است.
 - ۲- توانایی برقراری ارتباط موثر است که شامل سوالات ۲ و ۱۴ و ۱۵ و ۱۶ و ۱۷ و ۱۸ است.
 - ۳- توانایی کاربرد سواد رسانه‌ای در زندگی روزمره که شامل سوالات ۸ و ۹ و ۱۳ و ۱۹ و ۲۰ است.
 - ۴- توانایی شناسایی کلاهبرداران مجازی است که شامل سوالات ۲ و ۵ و ۷ و ۸ و ۱۰ و ۱۱ است.
 - ۵- اطلاعات پایه و مبانی نظری سواد رسانه‌ای است که مهم ترین قسمت سوالات مربوط به مفاهیم سواد رسانه‌ای است که سوالات ۱ و ۲ و ۳ و ۴ و ۵ و ۶ و ۷ و ۸ و ۱۰ و ۱۱ را شامل میشود.
- با توجه به این پنج معقوله اطلاعات توصیفی جمع آوری شده شامل جدول زیر میباشد:

جدول شماره ۲: اطلاعات توصیفی، منبع: نگارنده

Statistics					
	توانایی ارتباط موثر	توانایی کاربرد سواد رسانه‌ای در زندگی و پیشرفت تحصیلی	توانایی شناسایی کلاهبرداران مجازی	توانایی تحلیل خبر	سواد رسانه‌ای و مبانی نظری آگاهی رسانه‌ای
فراوانی دادهها	12	12	12	12	12
داده های از دست رفته	0	0	0	0	0
میانگین	3.19	2.92	2.94	2.70	3.02
میانه	3.42	3.00	3.00	2.64	3.06
مد	4	3	3	3 ^a	3
انحراف معیار	.517	.581	.509	.589	.461
واریانس	.267	.338	.259	.347	.213
حداقل	2	2	2	2	2
حداکثر	4	4	4	4	4
جمع داده ها	38	35	35	32	36

هرچه جمع داده ها بیشتر باشد توانایی دانش آموزان در سواد رسانه‌ای بیشتر است زیرا در پرسشنامه پاسخ ها طیف بندی شدند از کمترین به بیشترین و از ۱ به ۴ که با توجه به جدول بالا سواد رسانه‌ای بر تونایی برقراری ارتباط موثر بیشترین تأثیر را دارد که عدد آن ۳۸ است.

۴-۳- امار استنباطی

اکنون با توجه به فرضیات پژوهش به سنجش متغیرها از طریق امار استنباطی میپردازیم. نکته: درست است که متغیرهای تحقیق اسمی و ترتیبی اند اما به دلیل این که آن‌ها را تبدیل به سوالات قابل اندازه گیری کرده ایم مقیاس ها و متغیرهای فرضیات به صورت کمی هستند.

۱_ فرضیه **H1**: به نظر میرسد نوجوانانی که دارای سواد رسانه‌ای هستند در صورت مواجهه با اخبار موجود در فضای مجازی واکنش معقول تری را دارند.

فرضیه **H0**: به نظر میرسد نوجوانانی که دارای سواد رسانه‌ای هستند در صورت مواجهه با اخبار موجود در فضای مجازی واکنش معقول تری را ندارند.

در این فرضیه تأثیر سواد رسانه‌ای که معقوله پنجم ما بود بر توانایی تحلیل اخبار دانش آموزان در فضای مجازی مورد بررسی است که از همبستگی پیرسون استفاده کردیم و داده ها به صورت زیر است:

جدول شماره ۳: تأثیر سواد رسانه‌ای، منبع: نگارنده

Correlations			
		سواد رسانه‌ای و مبانی نظری آگاهی رسانه‌ای	توانایی تحلیل خبر
سواد رسانه‌ای و مبانی نظری آگاهی رسانه‌ای	همبستگی پیرسون	1	.862**
	سطح معناداری (2-tailed)		.000
	فروانی داده ها	12	12
توانایی تحلیل خبر	Pearson Correlation	.862**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	12	12

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

با توجه به جدول بالا آزمون همبستگی پیرسون نشان می‌دهد که 0.862 بین دو متغیر موجود یعنی میزان سواد رسانه‌ای و توانایی تحلیل خبر همبستگی وجود دارد که این عدد نزدیک به یک است و میزان همبستگی بالا است. میزان سطح معناداری هم که باید کمتر از 0.05 باشد که مطابق با جدول صفر است. همچنین برای رد یا تایید فرضیه از آزمون تحلیل واریانس یک طرفه استفاده کردیم که برابر با جدول زیر است:

جدول شماره ۴: توانایی تحلیل خبر، منبع: نگارنده

ANOVA					
توانایی تحلیل خبر					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	سطح معناداری
Between Groups	3.355	6	.559	6.090	.033
Within Groups	.459	5	.092		
Total	3.815	11			

در جدول بالا ضریب همبستگی 0.862 است و کمتر از 0.05 است و در ستون **F** عدد 6 است که بالای 4 قرار دارد. بنابراین با توجه به داده ها فرضیه **H1** تایید میشود و فرضیه **H0** رد میشود

۲_ فرضیه **H1**: به نظر میرسد نوجوانانی که از سواد رسانه‌ای بیشتری برخوردارند توانایی برقراری ارتباطات موثر تری دارند.

فرضیه **H0**: به نظر میرسد نوجوانانی که از سواد رسانه‌ای بیشتری برخوردارند توانایی برقراری ارتباطات موثر تری ندارند.

متغیرها که شامل سواد رسانه‌ای که متغیر مستقل است و توانایی برقراری ارتباط موثر که متغیر وابسته است و متغیرها تک دامنه اند و با افزایش سواد رسانه‌ای مهارت دانش آموزان در برقراری ارتباط افزایش پیدا میکند. در اینجا از آزمون تحلیل واریانس یک طرفه برای اثبات یا رد فرضیات استفاده کردیم که شامل جدول زیر است:

جدول شماره ۵: توانایی ارتباط موثر، منبع: نگارنده

ANOVA					
توانایی ارتباط موثر					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	سطح معناداری
Between Groups	2.574	6	.429	5.940	.035
Within Groups	.361	5	.072		
Total	2.935	11			

در جدول بالا سطح معناداری برابر با $0,035$ است که کمتر از $0,05$ است و ستون **F** برابر با ۵ است که بیشتر از ۴ است پس فرضیه **H1** تایید میشود و فرضیه **H0** رد میشود.

۳_ فرضیه **H1**: به نظر میرسد نوجوانانی که از نظر سواد رسانه‌ای سطح بالایی دارند حتی می‌توانند از این سواد در جهت بهبود فعالیت روزمره خود استفاده کنند.

فرضیه **H0**: به نظر میرسد نوجوانانی که از نظر سواد رسانه‌ای سطح بالایی دارند حتی می‌توانند از این سواد در جهت بهبود فعالیت روزمره خود استفاده نمی‌کنند.

متغیر مستقل که شامل معقوله سواد رسانه‌ای است و متغیر وابسته بهبود فعالیت روزمره نوجوانان یا به گونه ای بهره‌وری دانش آموزان است که باید همبستگی میان این دو را سنجید که برابر با جدول زیر است:

جدول شماره ۶: توانایی کاربرد سواد رسانه‌ای در زندگی و پیشرفت تحصیلی، منبع: نگارنده

Correlations			
		توانایی کاربرد سواد رسانه‌ای در زندگی و پیشرفت تحصیلی	سواد رسانه‌ای و مبانی نظری آگاهی رسانه‌ای
توانایی کاربرد سواد رسانه‌ای در زندگی و پیشرفت تحصیلی	Pearson Correlation	1	.728**
	Sig. (2-tailed)		.007
	N	12	12
سواد رسانه‌ای و مبانی نظری آگاهی رسانه‌ای	Pearson Correlation	.728**	1
	Sig. (2-tailed)	.007	
	N	12	12

**** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).**

مطابق با جدول بالا همبستگی پیرسون $0,728$ است که نزدیک به عدد ۱ است و تا حدودی از همبستگی زیادی برخوردار است و سطح معناداری برابر با $0,007$ است که کمتر از $0,05$ است و مطابق با جدول همبستگی فرضیه **H1** تایید و فرضیه **H0** رد میشود.

۴_ فرضیه **H1**: به نظر میرسد نوجوانانی که سواد رسانه‌ای دارند کمتر در معرض خطر گرفتاری در دام کلاهبرداران مجازی قرار میگیرند.

فرضیه **H0**: به نظر میرسد نوجوانانی که سواد رسانه‌ای دارند کمتر در معرض خطر گرفتاری در دام کلاهبرداران مجازی قرار نمی‌گیرند.

در این فرضیه بین متغیر مستقل که سواد رسانه‌ای است و متغیر وابسته که گرفتاری کمتر در دام کلاهبرداران مجازی که به دلیل داشتن سواد رسانه‌ای است همبستگی وجود دارد پس مطابق با جدول زیر :

جدول شماره ۷: توانایی شناسایی کلاهبرداران مجازی، منبع: نگارنده

Correlations			
		توانایی شناسایی کلاهبرداران مجازی	سواد رسانه‌ای و مبانی نظری آگاهی رسانه‌ای
توانایی شناسایی کلاهبرداران مجازی	همبستگی پیرسون	1	.909**
	سطح معناداری (2-tailed)		.000
	N	12	12
سواد رسانه‌ای و مبانی نظری آگاهی رسانه‌ای	Pearson Correlation	.909**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	12	12

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

آزمون همبستگی پیرسون نشان دهنده عدد ۰,۹ است که بسیار نزدیک به عدد ۱ است و از همبستگی بالایی برخوردار است و همچنین سطح معناداری آن ۰,۰ است که زیر ۰,۰۵ است. مطابق با اعداد بدست آمده به دلیل وجود همبستگی بین این دو متغیر فرضیه **H1** تایید و فرضیه **H0** رد میشود.

اعتبار و پایایی: برای سنجش اعتبار داده‌ها از آزمون الفای کرونباخ استفاده میکنیم که داده‌ها برابر با جدول زیر است :

جدول شماره ۸: الفای کرونباخ، منبع: نگارنده

Reliability Statistics		
فراوانی ایت‌ها	الفای کرونباخ مبتنی بر ایت‌های استاندارد شده	الفای کرونباخ
25	.921	.910

مطابق با جدول الفای کرونباخ که ۰,۹۱۰ است و نزدیک به ۱ است و داده‌ها و پرسشنامه دارای اطمینان بالای ۰,۹ است.

۵- نتیجه گیری

مدارس کشورهای مختلف آموزش سواد رسانه‌ای را در برنامه‌های درسی و آموزشی خود گنجانده‌اند حرکتی که از کانادا شروع و به تدریج جهان فراگیر شده است. ما نیز در این زمینه باید وارد عمل شویم. پژوهش حاضر با هدف بررسی تأثیر سواد رسانه‌ای بر بهره‌وری دانش‌آموزان دبیرستان شهر تهران در فضای مجازی به انجام رسیده است. یافته‌ها نشان داده که بین سه متغیر سواد رسانه‌ای، فضای مجازی و بهره‌وری رابطه‌ی مثبت و معنادار وجود دارد که دو متغیر نخست اسمی و متغیر سوم ترتیبی است.

به طوری که پرسشنامه‌ای تدوین کرده و در بین دانش‌آموزان پایه دهم تجربی واقع دبیرستان دخترانه مهدیه و دانش‌آموزان پایه هفتم مدرسه ستایش توزیع شده است. و با توجه به فرضیات پژوهش، سوالات پرسشنامه طراحی شده است که در پنج مقوله دسته بندی می‌شوند. با توجه به پرسشنامه، دو متغیر سواد رسانه‌ای که متغیر مستقل و توانایی برقراری ارتباط که

متغیر وابسته است و جزو مقوله های ما می باشد، متغیر سواد رسانه‌ای بر توانایی برقراری ارتباط موثر بیشترین تأثیر را دارد و با افزایش سواد رسانه‌ای مهارت دانش آموزان در برقراری ارتباط افزایش پیدا میکند. و با توجه به آزمون همبستگی که صورت گرفت بین دو متغیر یعنی میزان سواد رسانه‌ای و توانایی تحلیل خبر (یکی از سوالات پرسشنامه) همبستگی بالایی وجود دارد. و در نهایت برای سنجش اعتبار داده ها از آزمون الفای کرونباخ استفاده کردیم که داده ها و پرسشنامه دارای اطمینان بالا می باشد.

نتایج نشان می دهد که سطح توانایی های مرتبط با سواد آزمون رسانه‌ای در دانش آموزان پایه دهم که با کتاب سواد رسانه‌ای آشنا شده بودند بالا بوده و سطح دانش آموزان پایه هفتم که هنوز با مطالب کتاب درسی آشنا نبوده اند ضعیف بوده است. با توجه به تحلیل جدول کد گذاری، یافته ها نشان داده است: با توجه به درصد های کل هر معقوله، بیشترین درصد که عدد ۸۴/۴۶٪ است و شامل سطح کاربرد دوم که کاربرد سواد رسانه‌ای در زندگی است که به سوال چهارم پژوهش پاسخ می دهد و کتاب سواد رسانه‌ای به ترتیب بیشترین تأثیر را بر کاربرد سواد رسانه‌ای در زندگی افراد دارد و بیشترین درصد در برچسب ها شامل تولید محتوی موثر و ارزیابی توانایی خود در عرصه رسانه می باشد. سپس بیشترین تأثیر را بر سطح تحلیل افراد در توانایی افراد در تحلیل اخبار را برای دانش آموزان به ارمغان می آورد که ۴۶/۳۸٪ را نشان می دهد. سپس ۵۳/۱۱٪ را که مرتبط با توانایی شناسایی کلاهبرداران در فضای مجازی است را دارا بود و کمترین درصد متعلق به سطح کاربرد اول که شامل توانایی برقراری ارتباط موثر است و عدد ۸۴/۳٪ را به خود اختصاص داد و کمترین تأثیر کتاب سواد رسانه‌ای بر دانش آموزان از دیدگاه خود آن ها را برایشان دارا بود.

منابع

- دهقان شاد حوریه؛ محمودی کوه کنده، سید محمد (۱۳۹۱) بررسی ضرورت سواد رسانه‌ای فصلنامه مطالعات رسانه‌ای شماره ۷
- ملکی، حسن (۱۳۹۱) برنامه ریزی درسی (راهنمای عمل)
- طاهریان، مریم؛ دلاور، علی؛ رسولی، محمدرضا؛ عقیلی، سیدوحید (۱۳۹۷)، مطالعات رسانه‌های نوین دوره ۴ شماره ۱۵
- ایمانزاده، علی؛ کریمی، جواد؛ فرچوپوربناب فاطمه (۱۳۹۸) اثربخشی سواد رسانه بر کاهش اضطراب، پژوهش های ارتباطی، شماره ۲۶
- حسین پاکدهی، علیرضا؛ شبیری (۱۳۹۶) آموزش سواد رسانه در فضای مجازی، فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، سال سوم، شماره ۷۶
- خوش زبان، علی؛ سلطانی فر، محمد، دلاور، علی (۱۳۹۸) نقش مولفه های احساسی و اخلاقی سواد رسانه، فصلنامه مطالعات فرهنگ و ارتباطات، سال بیستم، شماره چهل و هشتم
- تقی زاده، عباس (۱۳۹۶)، اثربخشی آموزش سواد رسانه بر دانش آموزان، پژوهش های ارتباطی، شماره ۹۲
- قادیان انارمرزی، فاطمه (۱۳۹۸)، نقش سواد رسانه بر سلامت زنان، فصلنامه مطالعات کاربردی در علوم اجتماعی و جلمعه شناسی، سال دوم، شماره ۲ (پیاپی ۵)
- محمدی محمد (۱۳۹۳)، سواد رسانه، چاپ اول، قم: سوچاء
- فخاری، شایان (۱۳۹۶). مبانی سواد رسانه‌ای از دیدگاه قرآن کریم، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه امام صادق (ع)
- سورین، ورنر و تانکارد، جیمز (۱۳۸۱)، نظریه های ارتباطات، ترجمه علیرضا دهقان، تهران: انتشارات دانشگاه تهران
- مهدیزاده، سیدمحمد، (۱۳۹۱)، نظریه های رسانه‌ای اندیشه های رایج و دیدگاه های انتقادی. تهران، انتشارات همشهری

Investigating the impact of media literacy on the productivity of female students in cyberspace (a case study of Tehran high school)

Parisa izadi khalegh Abadi^{1*}, Zeynab kafili saghin sara², Seyede Fateme Tabatabayi³

Bachelor's student, Department of Social Science Education, Farhangian University, Iran

Abstract

The proper and efficient use of any technology and phenomenon depends on having knowledge and general background culture. In the meantime, taking advantage of the possibilities of information technologies, media and social networks due to their emerging nature, breadth, and variety of content. And the audience needs training and expansion of knowledge and skills to use them. The target population in this research is the 10th grade experimental students of Mahdiah Girls' High School and the 7th grade students of Sataish High School. Media knowledge is an emerging but very important subject in the field of social media, which gives the user the ability and skill to criticize, think and choose intelligently when dealing with the contents of the media and social networks. These types of networks can solve many problems in the field of education in terms of having wide potential capabilities. It is possible to increase the media literacy of students and especially parents in order to reduce the negative consequences of these media and at the same time increase their productivity and use in education. The collective use of social media by parents and students, monitoring by parents on the content used and accessible by students, increasing the thinking power and critical perspective of parents and students, and acquiring technical skills can be suitable methods to acquire media knowledge. Therefore, the guardians of media and education are expected to improve and expand media literacy among parents and students, taking into account the increasing growth and development of communication technologies. The results show that the level of abilities related to media literacy in the 10th grade students who were familiar with the media literacy book was high and the level of the 7th grade students who were not yet familiar with the contents of the textbook was weak.

Keywords: Media literacy, student productivity, virtual space
