



تحلیل تاثیر سواد رسانه ای بر رفتار اجتماعی دانش آموزان دوره ابتدایی شهرستان

قائم‌شهر ۱۳۹۵-۱۳۹۴

فاطمه هاشم نژاد ابرسی

استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد ساری

Fateme.hashemnejada@Yahoo.com

چکیده

پژوهش حاضر با هدف مطالعه تاثیر سواد رسانه ای بر رفتار اجتماعی دانش آموزان دوره ابتدایی شهرستان قائمشهر، انجام شد. این پژوهش توصیفی از نوع زمینه یابی است. جامعه آماری شامل کلیه دانش آموزان دوره ابتدایی در سال ۱۳۹۴ بوده است. طبق جدول کرجسی و مورگان، تعداد ۳۷۸ نفر با روش نمونه گیری تصادفی طبقه ای انتخاب شد. ابزار اندازه گیری داده ها شامل پرسشنامه های سواد رسانه ای و رفتار اجتماعی بود. پایایی پرسشنامه های سواد رسانه ای برابر ۰/۸۵ و رفتار اجتماعی برابر ۰/۸۰ محاسبه شد که نشان داد پرسشنامه ها از پایایی مناسب و مطلوبی برخوردار هستند. روش تجزیه و تحلیل داده ها استفاده از روش های آمار توصیفی (محاسبه فراوانی و درصد ها، میانگین و انحراف استاندارد) و آمار استنباطی (آزمون های t تک نمونه ای و پیرسون) از طریق برنامه نرم افزاری SPSS 22 بود. یافته ها نشان داد که سواد رسانه ای بر رفتار اجتماعی دانش آموزان دوره ابتدایی شهرستان قائمشهر تاثیر دارد. نتایج نشان داد که میزان سواد رسانه ای دانش آموزان بیشتر از متوسط و در حد مطلوبی بوده و همچنین میزان رفتار اجتماعی دانش آموزان بیشتر از متوسط و در حد مطلوبی بوده است.

کلیدواژه: سواد رسانه ای، رفتار اجتماعی، دانش آموزان، دوره ابتدایی



Abstract

This study was conducted to evaluate the effect of media literacy on the social behavior of elementary school students Qaemshahr city. This study is descriptive survey. The study population was consisted of all elementary school students at 1394 to 50 subjects. According to Krejcie and Morgan table, the numbers of 378 persons were selected using stratified random sampling. The data measuring included a media literacy questionnaire and social behavior. Its validity by professionals, including academic advising, was confirmed and by Cronbach's alpha reliability of the questionnaire media literacy equal to 0.80 and social behavior equal to 0.85 was calculated, showed that the questionnaire has good reliability. Data analysis by descriptive statistics (frequencies and percentages, mean and standard deviation) and inferential statistics (single-sample t test, Pearson correlation coefficient) were performed through SPSS software. The results showed that media literacy can impact on the social behavior of elementary school students Qaemshahr city. Also in H1 shows the media literacy of students is higher than average and at an optimal level. And H2 shows the social behavior of students is higher than average and at an optimal level.

Keyword : Media literacy , social behavior , students ,elementary school.

۱-مقدمه

۱-۱-بیان مسئله

فضای مجازی نوعی اجتماع و همزیستی بزرگی است که میلیون ها رایانه و کاربران آن در سراسر جهان به هم می پیوندند. امروزه در یک جهان رسانه ای شده زندگی می کنیم و زندگی ما به رسانه ها وابسته است به گونه ای که، رسانه ها و بطور ویژه، رسانه های تعاملی (اینترنت)، جایگاه مهمی را به خود اختصاص داده اند. این رسانه ها در بین نوجوانان و جوانان، جذابیت خاصی دارند آنگونه که زندگی بسیاری از این گروه سنی به رسانه ها و به ویژه رسانه های تعاملی پیوند خورده است. فناوری های جدید اطلاعاتی و ارتباطی، جنبش جهانی در حوزه ارتباطات و انتقال محتواها و پیام های ارتباطی در سریع ترین زمان ممکن، به وجود آورده اند. از سویی همین فناوری های جدید باعث تسهیل انجام خلاف قانون و رشد جرایم با استفاده از شیوه های جدید شده اند (تقی زاده، ۱۳۹۱).

هم اکنون انقلاب اطلاعات و ارتباطات، مرزهای ملی را درنوردیده و تحولات شگرفی را در عرصه جهانی شدن خلق کرده است. از این رو حجم بالای اطلاعات و دانش های تازه، به راحتی از طریق شبکه های اطلاعاتی در دسترس همگان قرار می گیرد، دیگر جای هیچ گونه تردیدی وجود ندارد. موضوعی که در این عصر «دهکده جهانی» در شکل گیری دارای اهمیت است، نحوه برخورد و استفاده ما از پیشرفت های پر شتاب و خیره کننده تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات در شئون مختلف زندگی است. در این میان رسانه ها می توانند همچون ابزاری مفید به انسان معاصر کمک کنند تا با استفاده از آخرین پدیده های علمی، زندگی دلخواه، آرمانی، پربار و پر تلاشی داشته باشد. ضمن اینکه اگر این ابزار، غلط، نادرست و یا با سوء نیت به کار گرفته شود، می تواند به صورت نیرویی ویران کننده و مصیبت بار عمل نماید. بنابراین داشتن اطلاعات و آگاهی های لازم در زمینه بهره مندی از پیام های رسانه ای می تواند استفاده ما را از رسانه ها موثرتر، پویاتر و لذتبخش تر نماید، تا به راحتی تحت تاثیر ارزش ها و ایدئولوژی های خاص رسانه ای قرار نگیریم (نصیری، ۱۳۸۴).

هابرماس در نقش آتی رسانه ها رویکردی دو وجهی و مشروط را مطرح می کند و معتقد است که رسانه ها آینده را تیره تر و یا روشن تر می سازند. به جرأت می توان گفت که تقریباً هیچ مسئله اجتماعی را نمی توان یافت که به گونه ای مستقیم و یا غیر مستقیم تحت تأثیر رسانه ها نباشد (مرکز مطالعات اسلامی، ۱۳۹۱).

سواد رسانه ای یکی از مباحث جذاب در حوزه ارتباطات و به عنوان یک اندیشه کلیدی مطرح است که در نتیجه آن افراد خود را به رسانه ها اعلام می نمایند، تا معنای پیام هایی که با آنها مواجه می شوند تعبیر و تفسیر کنند. افراد با داشتن سواد رسانه ای می توانند رسانه ها و تولیدات رسانه ای را از یکدیگر تفکیک کرده و شناسایی نمایند؛ زیرا در حال حاضر قرار گرفتن افراد در انتهای مسیر رسانه ها به عنوان دریافت کنندگان پیام پایان یافته است و آنها باید در فرایند ارتباط، شرکای فعالی باشند. اما متأسفانه خواست اکثر افراد برخورد یک سوئی، انفعالی و غیر هدفمند با رسانه ها است. درحالی که مصلحت آنها در برخوردی هدفمند با رسانه بوده و در مرحله اول با میزان آگاهی و توان دریافت اطلاعات را تقویت کرده و با همین توان در جهت تقویت روحیه انتقادی و خواست بیشتر حرکت نمایند. هدف سواد رسانه ای هوشیار کردن، اختیاربخشی و آزادسازی مخاطب است. یکی از پیامدهای تحلیل و درک صحیح پیام های رسانه ای، بالا رفتن سطح آگاهی است که می تواند منجر به ایجاد ارتباطات اجتماعی سالم تر با رسانه ها و تقویت ساختارهای دموکراتیک جامعه گردد و شهروندان می توانند از این طریق به مشروع سازی گزینه های سالم تر در رسانه کمک نمایند؛ چرا که یک شهروند فعال و با سواد می تواند



در ایجاد تغییرات اجتماعی مثبت فعالیت کند و عکس العمل خود را در برابر رسانه ها اعلام نماید و تنها بیننده صرف نباشد. در نهایت باید بدانیم تعمیم اهداف سواد رسانه ای در گرو داشتن نگاهی دقیق، عمیق و تفکری منتقدانه در جهت انتخاب صحیح گزینه های رسانه ای است (صالحی امیری، ۱۳۸۷).

معمولاً وقتی تاثیرات نامناسب انواع رسانه ها مانند برنامه های رسانه ای غیرمجاز، بازی های رایانه ای، شبکه های ماهواره ای برون مرزی، استفاده نابجا از اینترنت بر جوانان به صورت افت تحصیلی، مشکلات اخلاقی و رفتاری و آسیب های اجتماعی آشکار می شود، به راه های درمانی اندیشیده می شود. درحالی که بهتر است این گروه را به ابزار نیرومندتری به نام سواد رسانه ای مجهز سازیم تا خود به کمک والدین و سایر منابع مفید، فعالانه دست به گزینشگری و پالایش بزنند و رژیم مصرف رسانه ای خود را تنظیم و کنترل کنند. سهم سواد رسانه ای در فرهنگ ما بسیار اندک است و این امر موجب نگرانی شده است؛ زیرا ما در یک محیط رسانه ای زندگی می کنیم و باید تمامی اطلاعات عملکردی جامعه را بدانیم. ما باید دائماً تحقیق و بررسی نماییم تا به عقاید اشتباه در مورد جامعه و رسانه پی ببریم. بنابراین دانشجویان و دانش آموزان باید پیوسته آگاهی هایشان را افزایش دهند تا برداشت های سطحی از پیام ها نداشته باشند و در واقع هدف نیز، افزایش درک و دانش ما نسبت به تفسیرهاست. همه پیام های رسانه ای قابل تعبیر و تفسیر هستند (امیرانتخابی و رجبی، ۱۳۸۷). یکی از پیامدهای تحلیل و درک صحیح پیام های رسانه ای، بالا رفتن سطح آگاهی است که می تواند منجر به ایجاد ارتباطات اجتماعی سالم تر با رسانه ها و تقویت ساختارهای دموکراتیک جامعه گردد و شهروندان می توانند از این طریق به مشروع سازی گزینه های سالم تر در رسانه کمک نمایند، چرا که یک شهروند فعال و باسواد می تواند در ایجاد تغییر اجتماعی مثبت فعالیت کند و عکس العمل خود را در برابر رسانه ها اعلام نماید و تنها بیننده صرف نباشد. در نهایت باید بدانیم تعمیم اهداف سواد رسانه ای در گرو داشتن نگاهی دقیق، عمیق و تفکری منتقدانه در جهت انتخاب صحیح گزینه های رسانه ای است.

نظر به اهمیت مطالعه تاثیر سواد رسانه ای بر رفتار اجتماعی دانش آموزان دوره ابتدایی شهرستان قائمشهر، و با توجه به این که تاکنون پژوهشی در دانش آموزان دوره ابتدایی شهرستان قائمشهر، در خصوص تاثیر سواد رسانه ای بر رفتار اجتماعی دانش آموزان انجام نشده است لزوم انجام این پژوهش ضروری می نمود، از نتایج آتی پژوهش، شناسایی میزان سواد رسانه ای بر رفتار اجتماعی دانش آموزان دوره ابتدایی شهرستان قائمشهر است. از نتایج آتی پژوهش، ارائه راه کارها و رهنمودها به مسئولان و دست اندرکاران، جهت تقویت و توسعه میزان سواد رسانه ای بر رفتار اجتماعی دانش آموزان دوره ابتدایی و پوشش نقاط ضعف آنها، می توان نام برد. از این رو، نتایج پژوهش می تواند بصورت کاربردی مورد استفاده تمام کارکنان و سایر علاقمندان به این حوزه پژوهشی قرار گیرد. با توجه به موارد فوق، پژوهش حاضر در پی پاسخگویی به این سوال است که سواد رسانه ای می تواند یکی از تعیین کننده های رفتار اجتماعی دانش آموزان دوره ابتدایی شهرستان قائمشهر باشد؟

۱-۲- تعاریف مفاهیم

-رفتار اجتماعی^۱

¹ - Social behavior

عملی که از فرد سر می زند یا سخنی که بر زبان می آورد. اما در روان شناسی رفتاری این اصطلاح دقیق تر تعریف می شود. هر فعالیتی که ارگانسیم (جاندار) انجام می دهد و به وسیله ارگانیسمی دیگر یا ابزار اندازه گیری قابل مشاهده یا اندازه گیری است (ریس، ۱۹۷۸). رفتار اجتماعی را می توان به دو نوع بسیار گسترده تر تقسیم کرد: رفتار جامعه پسند و رفتار جامعه ستیز. رفتار جامعه پسند آن دسته از رفتارهایی را شامل می شود که مورد قبول جامعه بوده، با قوانین و هنجارهای جامعه مطابقت دارد. این نوع از رفتارها سازنده و در جهت پیشبرد اهداف یک گروه یا اجتماع هستند، مثل نوع دوستی. از سویی رفتار جامعه ستیز، رفتارهایی منفی اند که با قوانین و معیارهای جامعه مطابقت ندارند، مورد قبول جامعه نبوده، اغلب پیامدهای منفی اجتماعی را برای فردی که مرتکب این رفتارها می شوند به همراه دارد.

-سواد رسانه ای^۱: عبارت است از یک نوع درک متکی بر مهارت که براساس آن می توان انواع رسانه ها و انواع تولیدات آن ها را شناخت و از یکدیگر تفکیک و شناسایی کرد (شکرخواه، ۱۳۸۸). سواد رسانه ای به نوعی درک کردن و شناخت نسبت به کارکردها و کاربردهای رسانه جمعی است. مهارت سواد رسانه ای نوعی توانایی دسترسی، استفاده، تحلیل و ارتباط با تولیدات مختلف رسانه های جمعی است. «هدف اصلی سواد رسانه ای می تواند این باشد که بر اساس آن بتوان دید آیا بین محتوای یک رسانه به مثابه محصول نهایی با عدالت اجتماعی رابطه ای وجود دارد یا خیر. به عبارت بهتر، خواننده یا بیننده یا شنونده یک مضمون رسانه ای بهتر است رابطه و نسبت محتوای یک رسانه با عدالت را در نظر گرفته و نزدیکی یا دوری محتوای یک رسانه از عدالت را مورد توجه قرار دهد تا همیشه در ارتباط با رسانه به جای تسلیم بودن و یا تسلیم شدن به رابطه ای یک سویه و انفعالی، رابطه ای فعال تر و تعاملی تر داشته باشد» (شکرخواه، ۱۳۸۸).

سواد رسانه ای علاوه بر توانایی خواندن و نوشتن، به دنبال ایجاد توانمندی تحلیلی و ارزش یابی پیام ها و ایجاد قدرت تولید، انتشار، اشاعه و انتقال اطلاعات به دیگران در قالب های مختلف و گوناگون می باشد در واقع سواد رسانه ای در رسانه های جمعی همانند اشکال گوناگون زبان دیداری و نوشتاری می تواند مورد استفاده قرار گیرد. سواد رسانه ای، مهارتی است که لازم است دانش آموزان در کنار استفاده از رسانه ها و به خصوص اینترنت به عنوان یک رسانه تعاملی، به آن مجهز شوند. استفاده از رسانه ها بدون داشتن سواد رسانه ای، می تواند با اثرات نامطلوبی همراه باشد. به ویژه آن که با فاصله اطلاعاتی و مهارتی بین جوانان با والدین از یک سو و تنوع و تخصصی شدن رسانه های جدید، لزوم ارتقای مهارت های سواد رسانه ای دو چندان می شود. سواد رسانه ای می تواند همچون یک ناظر هوشمند و درونی شده، رژیم مصرف رسانه ای جوانان را تنظیم کند. معمولا وقتی تاثیرات نامناسب انواع رسانه ها مانند برنامه های رسانه ای غیرمجاز، بازی های رایانه ای، شبکه های ماهواره ای برون مرزی، استفاده نابجا از اینترنت و ... بر جوانان به صورت افت تحصیلی، مشکلات اخلاقی و رفتاری و آسیب های اجتماعی آشکار می شود، به راه های درمانی اندیشیده می شود. درحالی که بهتر است این گروه را به ابزار نیرومندتری به نام سواد رسانه ای مجهز سازیم تا خود به کمک والدین و سایر منابع مفید، فعالانه دست به گزینش گری و پالایش بزنند و رژیم مصرف رسانه ای خود را تنظیم و کنترل کنند. سهم سواد رسانه ای در فرهنگ ما بسیار اندک است و این امر موجب نگرانی شده است؛ زیرا ما در یک محیط رسانه ای زندگی می کنیم و باید تمامی اطلاعات عملکردی جامعه را بدانیم (جهانچونیا، ۱۳۹۲).

¹ - Media literacy



پل ماریس^۱، محقق رسانه می گوید: "سواد رسانه ای، دانایی نسبت به نحوه کارکرد رسانه ها در جامعه است." ژاستین لوئیس و سوت ژالی معتقدند: "سواد رسانه ای عبارت است از فهم و درک محدودیت های فرهنگی، اقتصادی، سیاسی و فناورانه خلق، تولید و انتقال پیام ها."^۲

آرت سیلوربلت^۳ پنج مؤلفه برای تعریف سواد رسانه ای بیان می کند. ۱- به دنبال آگاهی از اثرات رسانه ای بر فرد و جامعه باشیم؛ ۲- در این فرایند جمعی که بین فرستنده و مخاطب نوعی تعادل متقابل ایجاد می شود، چه نوع فهم و درکی ایجاد می شود. ۳- بحث و مطالعه در حوزه توسعه راهبردهای تجزیه و تحلیل پیام های رسانه ای به سوی مخاطب. ۴- محتوای برنامه های تولید شده رسانه ها به مثابه یک متن، چه نوع بینشی نسبت به رسانه در جامعه و در دوره فرهنگ معاصر خود ایجاد می کند. ۵- سواد رسانه ای در رسانه های جمعی با تربیت و ترویج نوعی لذت، فهم و درک، امتنان و ارزیابی محتوایی همراه است (سلطانی فر، ۱۳۸۷).

الیزابت تامن و همکارانش^۳، سواد رسانه ای مانند فیلتری داور می کننده است، به این معنا که جهان متراکم از پیام است، باید این پیام ها از لایه های فیلتر سواد رسانه ای عبور کنند تا شکل موجهه و معنادار به خود گیرد بنابراین پیام رسانه های جمعی بر اساس سواد رسانه ای درسه لایه عمل می کند: «لایه اول: اهمیت برنامه ریزی شخصی در شیوه استفاده از رسانه ها؛ به این معنا که مخاطب به انتخاب و تماشای انواع گوناگون برنامه ها توجه بیشتری دارد و به صورت مشخصی از تلویزیون، ویدئو، بازی های الکترونیکی، فیلم ها و دیگر رسانه ها استفاده می کند و میزان مصرف را کاهش می دهد. لایه دوم، در این سطح، مخاطب به جنبه های نامحسوس تر رسانه توجه دارد و به پرسش ها و موضوع های عمیقی مانند چه کسی از ارسال پیام سود می برد و چه کسی ضرر می کند، می پردازد. لایه سوم: این لایه مهارت های لازم برای تماشای انتقادی رسانه ها را ارائه می دهد. مخاطب با این مهارت ها به تجزیه، تحلیل و پرسش درباره چارچوب ساخت پیام و جنبه های جاافتاده در آن می پردازد (تامن، ۱۹۹۵).

همچنین تامن معتقد است «با عمیق تر شدن لایه ها، سواد رسانه ای مخاطبان بیشتر می شود؛ در لایه اول مخاطب خود را ملزم می کند تا در استفاده از رسانه، جیره مصرف داشته باشد؛ و در لایه دوم با توجه به ویژگی های پیام دهنده، برخی پیام ها که مطلوب مخاطب است، برگزیده می شوند و به دیگر پیام ها توجه نمی شود؛ در لایه سوم نیز پیام های رسانه ای نقد می شوند (سلطانی فر، ۱۳۸۷). سواد رسانه ای در وسایل ارتباط جمعی با توجه به کارکردها و ابعاد گوناگونی که در تعاریف بالا اشاره شد نوعی بازتولید نشانه ای از طریق پیام های رسانه ای است، که بتواند فهم و درک مخاطب را با اهداف رسانه ای خود همراه کند، این رسالت از طریق برنامه ریزی و برنامه سازی مختلف همراه با انتقال، اشاعه و انتشار پیام های معنادار و به نوعی فیلتر شده شکل می گیرد (همان).

۳-۱- مبانی و چارچوب نظری

۱- نظریه اجتماعی سواد رسانه ای و رسانه های جمعی

سواد رسانه ای را نمی توان از ساختارهای اجتماعی جامعه از جمله نهاد اجتماعی رسانه جمعی جدا نمود، این فرآیند در قالب فرآیند آموزش، انتشار، اشاعه، ترغیب و تشویق در زندگی روزمره مخاطبان رسانه ها تثبیت گردیده است. در این نظریه اجتماعی

¹ - Pol Maris

² - Art silverbolt

³ - Toman et al.



سواد رسانه ای، عملاً تعبیر یگانه سواد را کنار زده و برداشتی از سوادهای متکثر را جایگزین می کند؛ سوادهایی که با معانی که تولید می کنند و منافع اجتماعی که ارائه می دهند، در جامعه به صورت متنوع و پراکنده شناخته می شود. این نظریه مستلزم آن است که افراد به تنهایی یا در خلوت معنا تولید نمی کنند، بلکه تولید معانی آنها به واسطه قرار داشتن در شبکه های اجتماعی یا جماعت های تفسیرگرایانه ایجاد می شود؛ که گونه های خاصی از سواد را ترویج و ارزش گذاری می کنند. مطالعه سواد رسانه ای باید ضرورتاً پرسش هایی را پیرامون زمینه های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، دینی، اخلاقی، سیاسی، روانی، ارتباطی و نهاد می تواند از سوی رسانه های جمعی در مخاطبان ایجاد نماید؛ برای نمونه، چطور گروه های مختلف اجتماعی به انواع متفاوت سواد از جمله سواد رسانه ای دسترسی دارند و دسترسی و توزیع به این سواد چگونه ایجاد می شود و این فرآیند چگونه به تفاوت ها و ناهمسانی های درون جامعه و طبقات اجتماعی مربوط می شود. « این رهیافت متضمن این نکته هم هست که کسب سواد، امکان جلوه های خاصی از کنش اجتماعی را فراهم می سازد. در واقع، افراد را برای انجام کارها در شغل خود، در زندگی خصوصی شان و یا در جامعه مدنی آماده می کند. در مورد سواد رسانه ای، رهیافت مذکور اشاره دارد که ما نمی توانیم سواد را به عنوان مجموعه ای از توانایی های شناختی بدانیم به طوری که افراد یکبار برای همیشه آن را فرا گیرند؛ بلکه ما نیازمند تصدیق این نکته هستیم که رسانه ها جمعی به عنوان بخش جدایی ناپذیر تار و پود زندگی روزانه افراد هستند و درون روابط اجتماعی آنها تعبیه شده اند (باکینگهام¹، ۱۳۸۹).

- نظریه گلوله جادویی

نظریه گلوله نامی است که پژوهشگران به یکی از اولین مفاهیم اثرهای ارتباط جمعی داده اند. این دیدگاه خام و ساده گرا که نظریه سوزن تزریقی یا نظریه کمر بند انتقال نیز خوانده می شود، پیش بینی می کند که پیام های ارتباط جمعی بر همه مخاطبان که در معرض آنها قرار می گیرند اثرهای قوی و کم و بیش یکسان دارند. بر اساس این نظریه رسانه های جمعی با تولید پیام های خود تا حدی به آموزش سواد رسانه ای با توجه به ساختار حاکم بر رسانه جمعی می پردازند.

- نظریه کاشت

نظریه کاشت از لحاظ زمانی متعلق به دوره سوم است اما خصوصیات آن شبیه نظریه های دوره اول است، چنان که ون دوروت (۱۹۸۶) می گوید: «تئوری کاشت اساساً یک تئوری سوزن تزریقی است. بدون مداخله هر نوع متغیر مداخله گر، فرض بر این است که تماشاگر به طور نمادین به تماشای مقدار زیادی از برنامه های تلویزیون بپردازد.» (قاسمی، ۱۳۸۸).

- تولید متن رسانه ای در رسانه های جمعی

منظور استعاره سواد رسانه ای به این معنی است که آموزش رسانه های جمعی می بایست با تاکید بر هر دو مهارت خواندن و نوشتن پیام های رسانه ای، برای تولید درک، شناخت و فهم پیام از سوی مخاطبان شکل گیرد. به عبارت دیگر همانند آموزش سواد الفبائی. بحث رایجی در زمینه بهترین و مؤثرترین شیوه های آموزش سواد رسانه ای و تولید پیام در دو حوزه (نوشتاری و دیداری) باید شکل گیرد؛ و

¹ - Bakingham



همچنین این که چگونه این دو مهارت باید در تعامل باشند، تا سواد رسانه ای به عنوان یک واقعیت اجتماعی مطرح شود « (باکینگهام، ۱۳۸۹).

ابعاد اجتماعی، فرهنگی و سیاسی رسانه های جمعی و سواد رسانه ای

رسانه های جمعی در فرایند تداخل ضروریات اجتماعی و فرهنگی که از شتابزدگی تاریخ در عصر ما نشأت می گیرد، می توانند نقش سازنده داشته باشند. آنها می توانند از طرق تحکیم و تعمیق پیوندهای مذهبی، ملی، فرهنگی و تاریخی به تشدید توسعه بپردازند. «روشن است که در یک نظام هماهنگ رسانه ای، انسجام و پایداری توسعه و در نتیجه تقویت امنیت اجتماعی مدنظر است؛ اما در از هم گسیختگی رسانه ها، تهدید امنیت اجتماعی و زوال آن به طور قطع قابل پیش بینی است. بر این اساس سواد رسانه ای در رسانه جمعی می تواند هم در قالب انسجام اجتماعی و هم در راستای از هم پاشیدگی فرهنگی، اجتماعی و سیاسی جوامع نقش بارزی در درک و فهم مخاطبان داشته باشد (شربتیان، ۱۳۹۰).

سواد رسانه ای کمک می کند تا قضاوت های صحیح تری از محیط پیرامون خود داشته باشیم. پارامترهایی که سواد رسانه ای در اختیار می گذارد، باعث می شود تا درک عمیق تری از آن چه می بینیم، می شنویم و می خوانیم داشته باشیم. بطوری که افراد بی بهره از سواد رسانه ای را می توان طعمه های اصلی در فضاهای رسانه ای به شمار آورد. «باید در عرصه آموزش رسانه ای و سواد رسانه ای، ادبیات تولید کنیم تا در گام اول مشخص شود دامنه و چارچوب سواد رسانه ای چیست» (شکرخواه، ۱۳۸۸).

اهداف سواد رسانه ای

بنابراین، یکی از هدف های آموزش رسانه ای آن است که به دریافت کنندگان پیام های رسانه های جمعی کمک شود، به مشارکت کنندگانی آزاد در این فرایند تبدیل شوند تا این که منفعل، ساکن و مطیع در مقابل تصاویر و ارزش ها بنشینند که در یک جریان یک طرفه از منابع رسانه ای ارسال می شوند. هدف عملی سواد رسانه ای آن است که تماشاچیان و یا مخاطبانی بپرورد که به دنبال برنامه های باکیفیت باشند و حس منتقدانه ای از فرم، فرمت و محتوای رسانه های جمعی در آنها شکوفا شود (جهانجونی، ۱۳۹۲).

رفتار اجتماعی

علم و تکنولوژی با همه برکاتی که برای بشر داشته است. پیامد های منفی ناخواسته ای نیز دامنش را آلوده که هرچند بر سرمستان از تکنولوژی رخ ننموده ولی از چشمان تیزبین اندیشمندان نیز از آن پنهان نشده است. آنچه در نظر اول از تکنولوژی برای اغلب انسان ها ترسیم می شود چهره دوستی قابل اعتماد و مفید است. تکنیک وضعیت زندگی را آسان تر تمیز تر و طولانی تر ساخته و نعمت های بی شماری را به ما ارزانی داشته است. رشد غیر قابل کنترل آن زندگی و حیاط انسانی را تهدید می کند مبانی اخلاقی را از فرهنگ زدوده و روابط عاطفی و ارزش های انسانی را سست می نماید. فرهنگ متأثر از تکنولوژی به ما می فهماند که تکنولوژی برای ما هم دوست و هم دشمن است. تاثیر تکنولوژی بر فرهنگ و ارتباط آن با جهان سمبل ها و عادات روحی و روانی یک جامعه غیر متعارف و غریب نیست. مارکس معتقد است که از رهگذر تاثیرات تکنولوژی فرم ها و روابطی در جامعه پدیدار می گردد که مبانی اندیشه و خلقیات آن جامعه را متأثر ساخته و حتی ساختار روانی و اجتماعی موجود را تغییر می دهد. وی در جای دیگر می نویسد: «تکنولوژی نوع رفتار و ارتباط انسان را با طبیعت تعیین می کند و نیز تعیین کننده کیفیت رابطه انسان ها با یکدیگر است» (ملکی، ۱۳۹۰).

جان بروودوس واتسون^۱ (۱۹۵۸-۱۹۸۶)، آغازکننده سنتی در روان‌شناسی بود؛ که برحسب آن، پدیده‌های رفتار انسانی می‌باید، مستقیماً مشاهده‌پذیر و به‌نحوی قابل اندازه‌گیری باشند؛ از این قرار، حالت‌های درون‌ذهنی و توضیحات درون‌نگرانه از این حوزه طرد شده‌اند (کوئن، ۱۳۸۳).

گرایش اساسی این نگرش که موسوم به رفتارگرایی است، این است که پدیده‌های روانی، انسان را به رفتارهای ناشی از حیات زیستی او برگرداند و برای آن‌ها اساس حیوانی قائل شود، از نظر اینان، روان‌شناسی جمعی به روان‌شناسی فردی برمی‌گردد؛ که براساس "غریزه" یا صورت، "بازتاب شرطی" دارد.

۱- مک‌دوگال^۲ (۱۸۷۱-۱۹۳۸)، متفکر انگلیسی معتقد بود، هر رفتاری بر غرایز و سوانق مشتق از آن‌ها مبتنی است و استمرار و اتصال مراحل رشد نیز مبین این مطلب است. حیات اجتماعی نیز بر پایه این غرایز فردی استوار است. شلدون نیز هرچند در مباحث خود به رفتار توجه دارد، ولی اصطلاح عمل را بر آن ترجیح می‌دهد. (توسلی، ۱۳۶۹).

عوامل ذهنی؛ در جهت مخالف نقطه‌نظر رفتارگراها، دیدگاهی است که رفتار را در چارچوب ارجاعی کنش [یا چارچوب سنجش عمل] می‌نگرد. این شیوه تفکر در نظریه کنش وبر ریشه یافته است (گولد و کولب، ۱۳۷۶).

وبر^۳ (۱۸۶۴-۱۹۲۰)، جامعه‌شناسی را علم فراگیر کنش اجتماعی می‌دانست. تأکید اصلی او متوجه معانی ذهنی‌ای است، که انسان‌های کنش‌گر به کنش‌هایشان نسبت می‌دهند. او جهت‌گیری‌های متقابل این کنش‌ها را در چارچوب زمینه‌های تاریخی-اجتماعی، مورد بررسی قرار می‌دهد. (کوزر، ۱۳۸۳).

جامعه‌شناسانی مانند پارسونز^۴ و شلر^۵ (۱۹۰۲-۱۹۷۲) & (۱۸۷۴-۱۹۲۸) و هربرت بلومر^۶ (۱۹۰۰-۱۹۸۷)، به‌جای تأکید بر رفتار، بر مفهومی پیچیده‌تر، یعنی عمل و کنش تأکید داشتند (توسلی، ۱۳۶۹).

در مکتب کنش متقابل نمادین، اساس بر این است که تعیین‌کننده رفتارهای انسان، نه واقعیت‌های عینی؛ بلکه معناهایی هستند که انسان به شرایط خود می‌دهد. به‌عبارت دیگر، تفسیرهای ذهنی ما، تا حدود زیادی، تعیین‌کننده رفتار ما هستند (عضدانلو، ۱۳۸۴).

چارلز هورتون کولی (۱۸۶۴-۱۹۲۹)، از جامعه‌شناسان این مکتب، در نظریه "خود آیین‌سان"، به این مسئله می‌پردازد که رفتار ما تا اندازه زیادی با واکنش‌های دیگران، تعیین می‌شود. در این نظریه، آیین همان جامعه است؛ که برای ما این امکان را فراهم می‌کند که واکنش‌های دیگران را نسبت به رفتار خودمان مشاهده کنیم.

همچنین جورج هربرت مید^۷ (۱۸۶۳-۱۹۳۱)، در نظریه دیگری تعمیم‌یافته اش، اعتقاد دارد، که رفتار و تصویر فرد از خودش، معمولاً تحت تأثیر چشم‌داشت‌های دیگران شکل می‌گیرد و افراد با قراردادن خود به‌جای دیگران، متوجه این چشم‌داشت‌ها می‌شوند و در واقع، خود را می‌سنجند (کوئن، ۱۳۸۳).

1 - John Broadus Watson

2 - William McDougall:

3 - Max Weber

4 - Talcott Parsons

5 - Max Scheler

6 - Herbert Blumer

7 - George Herbert Mead

۱-۳- پیشینه پژوهش

-مرادی و زارع زوارکی (۱۳۹۳)، پژوهشی با عنوان کاربرد آموزشی فن آوری چندرسانه‌ای در حیطه مهارت‌های اجتماعی دانش‌آموزان انجام دادند. نتایج نشان داد که در مدارس ویژه کودکان استثنایی، برنامه‌های آموزشی و پرورشی رایج، بیشتر بر بعد مهارت‌های تحصیلی و آموزشی تأکید می‌ورزند و وقت و هزینه کمتری صرف آموزش مهارت‌های اجتماعی کودکان و دانش‌آموزان استثنایی می‌شود و در نتیجه این کودکان در کسب مهارت‌های اجتماعی با برخی کمبودها مواجه‌اند.

-تقی زاده (۱۳۹۱)، پژوهشی با عنوان ارتقای سواد رسانه‌ای زمینه کاهش آسیب‌های اجتماعی نوپدید فضای مجازی انجام داد. نتایج نشان داد که دسترسی جوانان مورد مطالعه به اینترنت ۶۹ درصد بوده و سطح سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی به پیام‌های رسانه‌ای در آنها در حد متوسط است. سواد رسانه‌ای می‌تواند نقش موثری در کاهش این نوع آسیب‌ها و استفاده نقادانه و هوشمندانه از اینترنت داشته باشد. -ضامنی و همکاران (۱۳۹۰)، پژوهشی با عنوان تأثیر استفاده از نرم‌افزارهای چندرسانه‌ای در درس جامعه‌شناسی بر پیشرفت تحصیلی دانش‌آموزان شهرستان جویبار انجام داد. نتایج نشان داد که آموزش با استفاده از نرم‌افزارهای چندرسانه‌ای بر پیشرفت تحصیلی دانش‌آموزان موثر است، اما در مقایسه با شیوه سنتی تدریس اگرچه در بهبود فرآیند یادگیری مؤثرتر از شیوه سنتی بوده ولی این تفاوت معنادار تشخیص داده نشده است.

-ایران پور (۱۳۸۹)، پژوهشی با عنوان میزان سواد رسانه‌ای و نقش آن در استفاده از رسانه‌های تعاملی انجام داد. نتایج نشان داد که دانشجویان تحصیلات تکمیلی از لحاظ سطح سواد رسانه‌ای در حد متوسط هستند.

-سلطانی (۱۳۸۷)، پژوهشی با عنوان تحلیل وضعیت سواد اینترنتی دانش‌آموزان سال سوم دبیرستان شهر تهران در مقایسه با مربیان و والدین آنها انجام داد. نتایج نشان داد که در توانایی استفاده از اینترنت میان دانش‌آموزان، مربیان و والدین آنها تفاوت معناداری وجود دارد. میزان استفاده دانش‌آموزان از اینترنت، بیشتر از مربیان و والدین آنهاست.

-بارو و همکاران^۱ (۲۰۱۰)، پژوهشی با عنوان تأثیر فناوری‌های نوین بر عملکرد دانشجویان انجام دادند. نتایج نشان داد که عملکرد دانشجویان آموزش دیده بوسیله کامپیوتر به نحو چشمگیری از عملکرد دانشجویان آموزش دیده به روش سنتی بهتر بود.

-هابز و فراست^۲ (۲۰۰۳)، افراد دارای سواد رسانه‌ای می‌توانند به شکل تأثیر گذاری، تکنیک‌های اقناع کلامی به کار رفته در تبلیغ، مخاطب هدف، نقطه نظر و تکنیک‌های ساختار خلاق به کار رفته در تبلیغات را تشخیص دهند. آنها معتقدند سواد رسانه‌ای در گذشته در زمینه آگاه کردن افراد به نگرش‌های کلیشه‌ای، تبلیغات، حفاظت در برابر تأثیرات نامطلوب رسانه‌ها، تمرکز داشت، اما امروزه سواد رسانه‌های دیجیتال، با استفاده از موتورهای جستجو گر، وب سایت‌ها، مشارکت در شبکه‌های اجتماعی آنلاین، اهمیت یافته است. این نتایج، مشخص کرد که آموزش سواد رسانه‌ای برای درک و فهم تبلیغات سودمند است.

¹ - Baroo et al

² - Hobbs , Renee & Richard Frost

-بولن و هری^۱ (۲۰۰۰)، پژوهشی با عنوان اینترنت: اثر آن بر ایمنی و مفاهیم رفتار نوجوانان انجام دادند. نتایج نشان داد که استفاده بیش از اندازه از اینترنت با افزایش احساس تنهایی و افسردگی و کاهش روابط اجتماعی ارضا کننده (زمان آفلاین) رابطه دارد. مایلهیم^۲ (۱۹۹۶)، نیز در پژوهشی با عنوان آموزش چند رسانه ای بر یادگیری به این نتیجه رسید که چندرسانه‌ای‌ها، اثر بیشتری بر یادگیری دارد.

۴-۱-اهداف پژوهش

الف) هدف کلی :

شناسایی تاثیر سواد رسانه ای بر رفتار اجتماعی دانش آموزان دوره ابتدایی شهرستان قائمشهر

ب) اهداف فرعی :

۱- تعیین میزان سواد رسانه ای دانش آموزان.

۲- تعیین میزان رفتار اجتماعی دانش آموزان.

۳- تعیین تاثیر سواد رسانه ای بر رفتار اجتماعی دانش آموزان.

۵-۱-فرضیه های پژوهش

الف - فرضیه اصلی:

۱-سواد رسانه ای بر رفتار اجتماعی دانش آموزان دوره ابتدایی شهرستان قائمشهر تاثیر دارد.

ب- فرضیه های فرعی:

۱-میزان سواد رسانه ای دانش آموزان چه اندازه است.

۲- میزان رفتار اجتماعی دانش آموزان چه اندازه است.

۳- آیا سواد رسانه ای بر رفتار اجتماعی دانش آموزان تاثیر دارد؟

۲-روش پژوهش

این پژوهش از نظر هدف کاربردی، از نظر ماهیت توصیفی و از نظر روش گردآوری اطلاعات زمینه یابی است. جامعه آماری این پژوهش کلیه دانش آموزان دوره ابتدایی شهرستان قائمشهر در سال تحصیلی ۹۵-۱۳۹۴ به تعداد ۲۴۹۴۶ نفر می باشد. جهت انتخاب حجم نمونه به جدول کرجسی و مورگان مراجعه و بر این اساس حجم نمونه برابر ۳۸۲ نفر محاسبه شد. همچنین، جهت مراجعه به واحدهای نمونه از روش نمونه گیری تصادفی طبقه ای (بر حسب جنسیت) استفاده شد. بنابراین هر دوره را به عنوان یک طبقه در نظر گرفته و متناسب با حجم جامعه هر دوره، حجم هر طبقه برآورد گردید. روش گردآوری اطلاعات، روش کتابخانه ای و میدانی می باشد. ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه محقق ساخته می باشد.

¹ - Bullen and Harré

² - Milheim

Psychology and Educational Sciences Law and Social Sciences at the beginning of Third Millennium

در این پژوهش جهت تعیین پایایی^۱، تعداد ۴۰ پرسشنامه در اختیار جمعی از دانش آموزان قرار گرفت که پس از تکمیل پرسشنامه ها، به روش همسانی درونی و با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ، پایایی پرسشنامه های سواد رسانه ای برابر ۰/۸۴، رفتار اجتماعی برابر ۰/۸۱ محاسبه شد که نشان داد پرسشنامه ها از پایایی مناسب و مطلوبی برخوردار هستند. برای تجزیه و تحلیل داده ها از روش های آمار توصیفی و آمار استنباطی (آزمون t تک نمونه ای و پیرسون) از طریق برنامه نرم افزاری SPSS استفاده گردید.

۳- یافته های پژوهش

- **یافته های توصیفی:** بر اساس یافته های تحقیق، ۵۳ درصد آزمودنی ها پسر و ۴۷ درصد دیگر آنها دختر می باشند. بنابراین، جنسیت اکثریت آزمودنی های مورد مطالعه در این پژوهش پسر (۲۰۲ نفر معادل ۵۳ درصد) می باشد. از میان پاسخگویان ۱۴ درصد کمتر از ۹ سال، ۴۵ درصد ۹ تا ۱۱ سال و ۴۱ درصد بیشتر از ۱۱ سال سن دارند. بنابراین، سن اکثریت آزمودنی های مورد مطالعه در این پژوهش ۹ تا ۱۱ سال (۱۶۹ نفر معادل ۴۵ درصد) است. ۳ درصد اول ابتدایی، ۱۰ درصد دوم ابتدایی، ۱۱ درصد سوم ابتدایی، ۲۲ درصد چهارم ابتدایی، ۲۶ درصد پنجم ابتدایی و ۲۸ درصد ششم ابتدایی هستند. بنابراین، سطح تحصیلات اکثریت آزمودنی های مورد مطالعه در این پژوهش مقطع ششم ابتدایی (۱۰۷ نفر معادل ۲۸ درصد) می باشد.

- یافته های استنباطی:

- **فرضیه اصلی:** سواد رسانه ای بر رفتار اجتماعی دانش آموزان دوره ابتدایی شهرستان قائمشهر تاثیر دارد.

نتایج بررسی داده ها در جدول ۱، نشان داد در سطح اطمینان ۹۵ درصد ($\alpha = 0.05$, $\text{Sig.} = 0.000 <$) است، در نتیجه سواد رسانه ای بر رفتار اجتماعی دانش آموزان تاثیر دارد.

جدول ۱: آزمون t جهت بررسی تاثیر سواد رسانه ای بر رفتار اجتماعی دانش آموزان

متغیر	میانگین نمونه	انحراف معیار	محاسباتی t	درجه آزادی	سطح معناداری
رفتار اجتماعی	۲۴/۳۱۲	۱۲/۹۹۴	۳۶/۳۷۸	۳۷۷	۰/۰۰۰

فرضیه ۱: میزان سواد رسانه ای دانش آموزان چه اندازه است؟

نتایج بررسی داده ها در جدول ۲، نشان داد در سطح اطمینان ۹۵ درصد ($\alpha = 0.05$, $\text{Sig.} = 0.000 <$). یعنی می توان ادعا نمود از لحاظ آماری بین میانگین نمونه با میانگین نظری اختلاف معناداری وجود دارد و از آنجا که میانگین نمونه (۸۵/۵۰۷) از میانگین نظری (نقطه برش: ۸۳) بزرگتر است، بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد می توان ادعا کرد میزان سواد رسانه ای دانش آموزان بیشتر از متوسط و در حد مطلوبی است.

جدول ۲: آزمون t تک گروهی جهت بررسی میزان افزایش سرعت یادگیری دانش آموزان

میانگین نمونه	انحراف معیار	میانگین نظری	تفاضل میانگین	محاسباتی t	درجه آزادی	سطح معناداری

¹ - Reliability

۰/۰۰۰	۳۷۷	۷/۰۶۲	۲/۵۰۷	۸۳	۶/۹۰۴	۸۵/۵۰۷
-------	-----	-------	-------	----	-------	--------

- فرضیه ۲: میزان رفتار اجتماعی دانش آموزان چه اندازه است.

نتایج بررسی داده ها در جدول ۳، نشان داد در سطح اطمینان ۹۵ درصد، ($\text{Sig.} = ۰/۰۴۸ < \alpha = ۰/۰۵$) گردیده است، در نتیجه از لحاظ آماری بین میانگین نمونه با میانگین نظری اختلاف معناداری وجود دارد و از آنجا که میانگین نمونه (۶۱/۱۹۶) از میانگین نظری (نقطه برش: ۶۰) بزرگتر است، بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد می توان ادعا کرد میزان رفتار اجتماعی دانش آموزان بیشتر از متوسط و در حد مطلوبی است.

جدول ۳: آزمون t تک گروهی جهت بررسی میزان رفتار اجتماعی دانش آموزان

میانگین نمونه	انحراف معیار	میانگین نظری	تفاضل میانگین	محاسباتی t	درجه آزادی	سطح معنی داری
۶۱/۱۹۶	۱۱/۷۲۵	۶۰	۱/۱۹۶	۱/۹۸۳	۳۷۷	۰/۰۴۸

- فرضیه ۳: آیا سواد رسانه ای بر رفتار اجتماعی دانش آموزان تاثیر دارد؟

جدول ۴: بررسی همبستگی تاثیر سواد رسانه ای بر رفتار اجتماعی دانش آموزان

سواد رسانه ای		متغیرها
۰/۰۱۱۷	R ²	
۳۷۸	n	
۰/۱۰۸	R	
۰/۰۳۵	Sig.	

نتایج بررسی داده ها در جدول ۴، نشان داد در سطح اطمینان ۹۵ درصد ($\text{Sig.} = ۰/۰۳۵ < \alpha = ۰/۰۵$) است. بنابراین، می توان ادعا نمود سواد رسانه ای بر رفتار اجتماعی دانش آموزان تاثیر دارد، به طوری که مقدار این همبستگی ۰/۱۰۸ می باشد. محاسبه ضریب تعیین ($r^2 = ۰/۰۱۱۷$)، نشان می دهد که ۱/۱۷ درصد از تغییرات رفتار اجتماعی دانش آموزان توسط سواد رسان ای قابل پیش بینی است.

۴- بحث و نتیجه گیری

در بررسی فرضیه اصلی، یافته ها نشان داد سواد رسانه ای بر رفتار اجتماعی دانش آموزان دوره ابتدایی شهرستان قائم شهر تاثیر دارد. نتیجه به دست آمده با نتایج پژوهش های مرادی و زارع زوارکی (۱۳۹۳)، زمانیان و همکاران (۱۳۹۲)، ضامنی و همکاران (۱۳۹۰)، بولن و هری (۲۰۰۰) هم سو است.

در بررسی فرضیه ۱، یافته ها نشان داد که از لحاظ آماری بین میانگین نمونه با میانگین نظری اختلاف معناداری وجود دارد و از آنجا که میانگین نمونه (۸۵/۵۰۷) از میانگین نظری (نقطه برش: ۸۳) بزرگتر است، بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد می توان ادعا کرد میزان سواد

رسانه ای دانش آموزان بیشتر از متوسط و در حد مطلوبی است. نتیجه به دست آمده با نتایج پژوهش‌های سلطانی (۱۳۸۷)، بارو و همکاران (۲۰۱۰) و هابز و فراست (۲۰۰۳) هم سو است.

در بررسی فرضیه ۲، یافته‌ها نشان داد که از لحاظ آماری بین میانگین نمونه با میانگین نظری اختلاف معناداری وجود دارد و از آنجا که میانگین نمونه (۶۱/۱۹۶) از میانگین نظری (نقطه برش: ۶۰) بزرگتر است، بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان ادعا کرد میزان رفتار اجتماعی دانش آموزان بیشتر از متوسط و در حد مطلوبی است. نتیجه به دست آمده با نتایج پژوهش‌های تقی زاده (۱۳۹۱)، ضامنی و همکاران (۱۳۹۰)، هابز و فراست (۲۰۰۳) هم سو است.

در بررسی فرضیه ۳، یافته‌ها نشان داد که سواد رسانه ای بر رفتار اجتماعی دانش آموزان تاثیر دارد، به طوری که مقدار این همبستگی ۰/۱۰۸ می‌باشد. محاسبه ضریب تعیین ($r^2 = 0/117$)، نشان می‌دهد که ۱/۱۷ درصد از تغییرات رفتار اجتماعی دانش آموزان توسط سواد رسان ای قابل پیش بینی است. نتیجه به دست آمده با نتایج پژوهش‌های مرادی و زارع زوارکی (۱۳۹۳)، زمانیان و همکاران (۱۳۹۲)، ضامنی و همکاران (۱۳۹۰) و بولن و هری (۲۰۰۰) هم سو است.

منابع

- امیرانتهایی، شهرود، رجبی، مسعود. (۱۳۸۷). بررسی و تحلیل سطوح مختلف سواد رسانه ای. پژوهشنامه، ویژه نامه سواد رسانه ای، مجمع، تشخیص مصلحت نظام، پژوهشکده تحقیقات استراتژیک، شماره ۱۱.
- ایران‌پور، پرستو. (۱۳۸۹). میزان سواد رسانه ای و نقش آن در استفاده از رسانه های تعاملی. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی تهران.
- باکینگهام، دیوید. (۱۳۸۹). آموزش رسانه ای. ترجمه حسین سرافراز، چاپ اول، تهران: ناشر دانشگاه امام صادق (ع).
- تقی زاده، عباس. (۱۳۹۱). ارتقای سواد رسانه ای زمینه کاهش آسیب های اجتماعی نوپدید فضای مجازی. دانشجوی دکتری علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی تهران.
- توسلی، غلامعباس. (۱۳۶۹). نظریه‌های جامعه‌شناسی. تهران: نشر سمت.
- زمانیان، عرفان، ربیعی، حمیدرضا، صالحی، مصطفی. (۱۳۹۲). استخراج ویژگی های ساختاری و رفتاری شبکه اجتماعی نهفته در سایت اشتراک گذاری ویدئوی یوتیوب. همایش تخصصی بررسی ابعاد شبکه های اجتماعی تهران، جهاد دانشگاهی، پژوهشکده فناوری اطلاعات، http://www.civilica.com/Paper-CESN01-CESN01_001.html.
- سلطانی، محمد. (۱۳۸۷). تحلیل وضعیت سواد اینترنتی دانش آموزان سال سوم دبیرستان شهر تهران در مقایسه با مربیان و والدین آنها. فصلنامه نوآوری های آموزشی، سال ۷، شماره ۲۷.
- شربتیان، محمدحسن. (۱۳۹۰). تاملی بر ضرورت پایدار پیوند رسانه های جمعی با پدیده سواد رسانه ای و راهکارهای لازم برای آن. وبلاگ رسمی انسان‌شناسی و فرهنگ و آغاز به کار.



شکرخواه، یونس. (۱۳۶۸). سواد رسانه ای. سال ۱۷. شماره ۴.

ضامنی، فرشیده. نسیمی، عباس؛ رضایی راد. مجتبی؛ قنبر پور. جویباری، منصوره. (۱۳۹۰). تأثیر استفاده از نرم افزارهای چندرسانه ای در درس جامعه شناسی بر پیشرفت تحصیلی دانش آموزان شهرستان جویبار. فصلنامه فناوری اطلاعات و ارتباطات در علوم تربیتی، سال ۲، شماره ۲، صص: ۶۴-۵۵.

عضدانلو، حمید. (۱۳۸۴). مفاهیم اساسی جامعه‌شناسی. تهران: نشر نی.

قاسمی، محمد. (۱۳۸۸). بررسی نقش رسانه ها در ایجاد همگرایی ملی و امنیت پایدار. فصلنامه نظم و امنیت انتظامی، شماره ۳. سال ۲.

کونن، بروس. (۱۳۸۳). درآمدی به جامعه‌شناسی. محسن ثلاثی، تهران: توتیا.

کوزر، لوئیس. (۱۳۸۳). زندگی و اندیشه بزرگان جامعه‌شناسی. محسن ثلاثی، تهران: علمی، صص: ۳۰۰.

گولد، جولیس. کولب، ویلیام. (۱۳۷۶). فرهنگ علوم اجتماعی. ترجمه مصطفی ازکیا و دیگران، تهران: نشر مازیار، چاپ اول.

مرکز مطالعات اسلامی. (۱۳۹۱). رسانه ها و مسائل اجتماعی ایران. دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم، شعبه اصفهان، دبیر خانه همایش، چاپ ۱، www.morsalat.com.

مرادی، رحیم. زارع زوارکی، اسماعیل. (۱۳۹۳). کاربرد آموزشی فن آوری چندرسانه‌ای در حیطه مهارت‌های اجتماعی دانش آموزان

اتیسم. تعلیم و تربین استثنایی، سال ۱۴، شماره ۱، صص: ۶۳-۵۷.

نصیری، بهاره. (۱۳۸۴). مخاطبان و سواد رسانه ای. همشهری، شماره ۳۷، ۷.

Baroo L, Marksman L. Rouse C.E.(2010). Technology Edge: the Educational Benefits of Computer-Aided Instruction . American Economic Journal, Economic Policy, 1: 52-74.

Bullen, P. Harré, N. (2000). "The Internet: Its Effects on Fatety and Behavior Implications for Adolescents", Department of Psychology, University of Auckland, November.

Korach, B . Rosenstied, T. (2002). The elements of Journalism: What news people should know & the public shoud expect. Newyork.

Hobbs, F. (2003). measured multi-modal comprehension & analysis of treatment & control groups of Grade 11 Concord High School. Education media ernational.

Hobbs, R. Richard, F. (2003). Measuring the Acquisition of Media –literacySkills. www.ldt.stanford.edu/~pworth/papers/effectiveness-medialit.doc.

Milheim, W. D. (1996). *Interactivity and computer-based instruction*. Jou rnal of Educ a tion a l T echnolog y Sy ste ms , 24 (3), 225-233.

Toman, E. (1995). The 3 stages of media literacy, uk.



Archive of SID **Third Global Conference**

on **10 Nov 2016**



Psychology and Educational Sciences Law and Social Sciences at the beginning of Third Millennium