

رابطه بین جذابیت ، چند رسانه ای بودن و دسترس پذیری کتابهای الکترونیکی با انگیزه تحصیلی

فروزان ضرابیان

استادیار گروه علوم تربیتی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

سیمین نقش

دانشجوی دکتری برنامه ریزی آموزش از دور

چکیده

این پژوهش با هدف بررسی رابطه بین جذابیت و چند رسانه ای بودن و دسترس پذیری کتابهای الکترونیکی با انگیزه تحصیلی انجام شد. پژوهش حاضر به لحاظ هدف کاربردی ، به لحاظ روش جمع آوری داده ها کمی و از نظر ماهیت جزء پژوهشهای توصیفی (غیر آزمایشی) و از نوع همبستگی می باشد. جامعه آماری پژوهش را دانش آموزان مدارس دوره متوسطه دوم شهر اصفهان در سال تحصیلی ۱۳۹۵-۱۳۹۴ بالغ بر ۱۱۰۰۰ نفر تشکیل داد که از میان آنها با استفاده از جدول مورگان تعداد ۳۲۰ نفر انتخاب شد. ابزار پژوهش مشتمل بر سه پرسشنامه محقق ساخته جذابیت کتاب های الکترونیکی، عوامل دسترس پذیری و چند رسانه ای بودن کتاب الکترونیکی و انگیزه یادگیری بود. برای بررسی روایی پرسشنامه ها به لحاظ محتوا از نظر ده تن از اساتید و متخصصین مربوطه استفاده شد و پایایی ابزارهای پژوهش با استفاده از آلفای کرونباخ به ترتیب ۰/۸۹، ۰/۹۲ و ۰/۸۶ بدست آمد. جهت تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزار SPSS از روش همبستگی پیرسون و رگرسیون همزمان استفاده گردید. نتایج پژوهش نشان داد که جذابیت ، چند رسانه ای بودن و دسترس پذیری با انگیزه تحصیلی دارای رابطه مثبت و معناداری دارد. دسترس پذیری با میزان بتای ۰/۴۳، دارای بیشترین اهمیت و چند رسانه ای بودن با بتای ۰/۲۳، دارای کم ترین اهمیت بود.

کلیدواژه: جذابیت ، چند رسانه ای بودن ، دسترس پذیری ، کتابهای الکترونیکی ، انگیزه تحصیلی

مقدمه

تأثیر گسترده فناوری های نوین چه در عمل و چه در نظر بر تعلیم و تربیت آشکار است. معلمان سراسر جهان نقش فناوری های نوین را در افزایش کیفیت و یادگیری و ایجاد انگیزه انکار ناپذیر دانسته اند و امروزه فناوری اطلاعات و ارتباطات به عنوان یک جزء سازنده و مکمل نظام آموزشی هستند (Gardiner et al., 2010).

در عصر حاضر دانش آموزان دوست دارند، با استفاده از تکنولوژی روز دنیا به آنها آموزش دهند تا آموزش برای آن ها جذاب شود و خیلی سریع مطالب را بیاموزند و با تولید کتاب های الکترونیکی این امر محقق خواهد شد (خادم مسجدی، ۱۳۹۳). هم اکنون کتاب های الکترونیکی متنوعی بر اساس نرم افزارهای متنوع و در نتیجه قالب های متفاوت تولید می شوند. علاوه بر تنوع نرم افزار، از نظر سخت افزاری نیز، برخی از آنها بر روی کامپیوترها، برخی بر روی دستگاه های خواننده اختصاصی کتاب الکترونیکی و برخی نیز بر روی دستگاه های سخت افزاری دیگر نظیر تلفن های همراه قابل مطالعه اند.

کتاب الکترونیکی^۱، کتابی است که به صورت دیجیتال^۲ چاپ می شود و شامل متن، تصویر یا هر دو است و در کامپیوتر یا دیگر ابزارهای الکترونیکی قابل خواندن است. (Gardiner et al., 2010) اگرچه بعضی وقت ها به عنوان نسخه الکترونیکی یک کتاب چاپی تعریف شده است ولی بسیاری از کتاب های الکترونیک دارای معادل چاپی نیستند. کتاب های الکترونیکی که به طور تجاری تولید و فروخته می شوند معمولاً به منظور این که توسط خوانندگان الکترونیکی اختصاصی خوانده شوند طراحی می شوند. با این وجود تقریباً هر وسیله الکترونیکی پیچیده ای که دارای ویژگی صفحه قابل کنترل مثل کامپیوتر، تبلت^۳ و تلفن های هوشمند^۴ است را می توان برای خواندن کتاب های الکترونیک مورد استفاده قرار داد (e-book, ۲۰۱۲).

منابع الکترونیکی دارای انواع متعددی هستند که عبارتند از: ۱. منابع الکترونیکی ناپیوسته منابعی هستند که روی CD-ROM یا فلاپی دیسک قابل دسترسی هستند ۲. منابع شبکه ای: منابع کتابشناختی یا منابع تمام متنی که در روی سرور های شبکه ای ذخیره شده و از طریق شبکه سازمان مربوطه قابل دسترسی است. ۳. منابع اینترنتی: منابع کتابشناختی یا منابع تمام متن که با استفاده از یکی از پروتکل های اینترنتی (مثل تلنت و شبکه گسترده جهانی) قابل دسترسی هستند. ۴. منابع الکترونیک ناپیوسته که همراه فرمت اولیه منابع ارائه می شود. مثل CD-ROM یا دیسکتی که همراه برخی کتاب ها ارائه می شود (Chettri et al., ۲۰۱۳).

یک کتاب الکترونیکی با وجود در برداشتن ویژگی های منحصر به فردی که در نتیجه قابلیت رسانه و قابلیت توزیع خود فراهم می آورد، باید بسیاری از خصوصیات ظاهری یک کتاب چاپی را در برداشته باشد. در پروژه ای نظیر پروژه کتاب دیداری خصوصیات ظاهری یک کتاب چاپی و ارائه آن در کتاب الکترونیکی مورد بررسی قرار گرفت؛ نتایج پروژه نشان داد که بیشتر خصوصیات

1 electronic book
2 digital book
3 tablets
4 smartphones

اولین همایش بین‌المللی و سومین همایش ملی پژوهش‌های مدیریت و علوم انسانی

۱۳ اردیبهشت ۹۶ - دانشگاه تهران

ظاهری موجود در یک کتاب چاپی به علت آشنایی کاربران با ویژگیهای ظاهری شناخته شده و جذابیت یک کتاب ، باید در نوع الکترونیکی آن نیز مورد توجه قرار گیرد.(Eboni project. 2002) .

قابلیت چند رسانه‌ای کتابهای الکترونیکی از قبیل ویدئو، صوت، تصاویر متحرک می‌تواند به منظور ایجاد انگیزه بسیار مهم باشد. قابلیت های چند رسانه‌ای در رشته‌هایی نظیر علوم پزشکی، مهندسی و علوم پایه که در آنها مفاهیم پیچیده مطرح می‌شوند، می‌تواند از طریق شیوه‌های جایگزین چند رسانه‌ای ارائه گردد. (Crestani, et al.. 2006). وب سایت‌های کتاب‌های الکترونیکی می‌تواند شامل توانایی ترجمه کتاب‌ها به زبان‌های مختلف باشد و این کارها را در اختیار اسپیکرهای زبان‌ها قرار دهد نه این که به وسیله ترجمه‌های چاپی تامین شود. با این وجود، کیفیت ماشین ترجمه با توجه به زبانش، متفاوت خواهد بود (Harris, Christopher, 2009).

با توجه به وسیله مورد استفاده، یک کتاب الکترونیکی ممکن است در نور کم یا حتی در تاریکی کامل قابل خواندن باشد. بسیاری از کتاب‌های الکترونیکی دارای یک منبع نور تو کار (داخل ساختمان) هستند که می‌تواند قلم را بزرگ یا تغییر دهد، از نرم افزار متن-به-سخن برای خواندن متون با صدای بلند برای افرادی که دارای نقص بینایی، نیمه بینا، مسن و ناتوانایی در خواندن هستند، استفاده کرد. علاوه بر این، کتاب‌های الکترونیکی به خوانندگان اجازه می‌دهند تا سریعاً واژه‌ها و اطلاعات بیشتری را در مورد موضوع بیابند. مواد آموزشی را می‌توان سازمان داد با این وجود نویسنده ترجیح می‌دهد به یک مسیر خطی در سراسر کتاب محدود نشود به صورتی که فرامتن اجازه مسیرهایی را از طریق مواد آموزشی می‌دهد (Saylor, Michael, 2012).

با توجه به حمایت نرم افزار و فرمت‌های مورد استفاده، چندرسانه‌های غیرمتنی هم‌چنین می‌تواند به عنوان جعبه ابزار مثل تصاویر، فایل‌های ویدیویی و شنیداری و مدل‌های فعل و انفعالی که شبیه عناصر اچ تی ام ال است و اجازه ارائه محتوای چندرسانه‌ای را از طریق گنجاندن محتوا در صفحات وب می‌دهد، در صفحات کتاب‌های الکترونیکی گنجانده شود. این امر منجر به توانایی کتاب‌های الکترونیک در ارائه تجربه‌های خواندن غنی‌تر نسبت به کتاب‌های مرسوم می‌شود. از سویی وجود نرم افزارهای توسعه یافته این گونه متون، مشکلات ناشی از کمبود کتابهای چاپی برای نابینایان را کاهش می‌دهد و شرایطی را فراهم می‌کند که این گونه کتابها برای آنها خوانده شود. مؤلفه‌های مرتبط با ارزیابی معیارهای اصلی خواندن شفاهی متن و قابلیت های صوتی و تصویری عبارتند از: امکان شنیدن متن کامل کتاب، امکان شنیدن قسمت دلخواه در متن (صفحه، واژه، عبارت و ...)؛ امکان شنیدن متن به همراه مشاهده نوشتار آن؛ تغییر مشخصات ظاهری کلمات به هنگام شنیده شدن (های لایت شدن، رنگی شدن و ...)؛ استفاده از نوار پیشرفت به منظور نشان دادن میزان محتویات اطلاعاتی خوانده شده. (Crestani, et al.. 2006)

عدم محدودیت زمانی و مکانی، عدم نگرانی از دسترسی به برخی کتابها که چاپ آنها به پایان رسیده، را به دنبال خواهد داشت. بویژه کتابهای الکترونیکی می‌توانند برای ناتوانان جسمی و نیز افرادی که مراجعه به کتابخانه برای آنها بسیار دشوار است، مؤثر باشد (Polding, 2008). کتابهای الکترونیکی دسترسی آنی به منابع را به طور مجازی در هر مکانی بدون خطر آسیب رسانی که در نسخه چاپی موجود است، فراهم می‌کنند. درحقیقت، طبیعت مجازی کتابهای الکترونیکی، دسترسی آسانتر به نشر الکترونیکی را موجب می‌شود. به عبارت دیگر کتابهای الکترونیکی قابلیت دسترس ۲۴ ساعته و از راه دور از طریق اینترنت را

اولین همایش بین المللی و سومین ملی پژوهش های مدیریت و علوم انسانی

۱۳ اردیبهشت ۹۶ - دانشگاه تهران

فراهم نموده و در صورت ارائه به صورت شبکه‌ای، امکان استفاده بیش از یک شخص را به طور همزمان از کتابی مشابه فراهم می‌کنند. (Rowlands et al 2007)

ناتوانان و افرادی که در مناطق روستایی زندگی می‌کنند، می‌توانند به منابعی دسترسی یابند، منابعی که در غیر این صورت به خاطر مشکلات فیزیکی یا حمل و نقل قادر به دستیابی به آنها نبودند (Polding 2008).

انواع دسترسی به منابع الکترونیکی عبارتند از: دسترسی باز تأخیری: عرضه دسترسی باز بعد از سپری شدن یک زمان شخص طول این زمان که از موقع انتشار مجله شروع می‌شود بسته به موضوع (مثلاً سرعت تغییر و تحول در آن) و سرعت تکرار نشریه متفاوت است **دسترسی باز کوتاه مدت**: عرضه دسترسی رایگان به مقالات برای مدت کوتاهی بعد از انتشار آنها و عرضه آنها پس از آن تنها به مشترکین. **دسترسی باز انتخابی**: برخی نشریات مقالات منتخبی (مثل سرمقاله، مقالات خبری و غیره) را به صورت رایگان و بقیه را با استفاده از سیستم کنترل دسترسی عرضه می‌نمایند. **دسترسی باز ترکیبی**: تعداد رو به افزایش از نشریات در حال آزمایش دسترسی باز ترکیبی می‌باشند. این بدان معنی است که نویسنده با پرداخت مبلغی به ناشر مقاله اش را به محض انتشار در دسترس عموم قرار می‌دهد. **دسترسی باز جزئی**: امکان دارد نشریه ای محتوای پژوهشی اولیه خود را طبق الگوی دسترسی باز و سایر مطالبی که دارای ارزش افزوده می‌باشند مثل سرمقاله و مقالات مروری و همچنین سایر خدمات خود را با پرداخت مبلغی عرضه نماید.

انگیزه تحصیلی باورهای آموخته شده فرد درباره‌ی ارزشمندی فردی توانایی‌ها و یا قابلیت‌های خود اهداف و انتظارات فرد برای کسب موفقیت یا شکست و احساسات مثبت و (کنجکاوی و اضطراب) ناشی از فرایند خود ارزشیابی است. (کاووسیان و همکاران، ۱۳۸۶).

انگیزه‌ی تحصیلی از نظر اهداف به دو دسته تقسیم می‌شوند: انگیزه تحصیلی بیرونی: خشنود سازی والدین _ رسیدن به پاداش‌های بیرونی مانند نمرات خوب _ بازشناسی اجتماعی _ تاکید زیاد بر انگیزه تحصیلی بیرونی میتواند پیامدهای زیادی به همراه داشته باشد و انگیزه تحصیلی درونی: جهت ارضای نیازهای درونی دانش آموز _ اطلاعات و باورهای آموخته شده فرد درباره خود _ نقش اساسی در یادگیری انگیزه تحصیلی او دارد. یکی از عوامل مؤثر بر انگیزه تحصیلی دانش آموزان، درک و فهم بهتر مطالب مورد تدریس است. معنی دار کردن مطالب، پیچیدگی و سهولت یاختی و آسانی مطالب و گفته‌ها، رفتارهای معلم از قبیل نگاه کردن یکسان و همه را مخاطب قراردادن، کیفیت نوشته‌های معلم، همه به طور مستقیم توجه و دقت دانش آموزان را تحت تأثیر قرار می‌دهد که این امر در ایجاد انگیزه یادگیری نقش مهمی را ایفا می‌کند (Petrides, ۲۰۰۴). از اینرو مسئله اصلی پژوهش حاضر، رابطه بین جذابیت، چند رسانه‌ای بودن و دسترس پذیری کتابهای الکترونیکی با انگیزه تحصیلی است.

روش شناسی

روش تحقیق

این پژوهش از نظر هدف کاربردی است و چون رابطه بین جذابیت، چند رسانه‌ای بودن و دسترس پذیری کتابهای الکترونیکی با انگیزه تحصیلی بررسی می‌شود، پژوهش توصیفی از نوع همبستگی می‌باشد.

اولین همایش بین المللی و سومین همایش ملی پژوهش های مدیریت و علوم انسانی

۱۳ اردیبهشت ۹۶ - دانشگاه تهران

جامعه، نمونه و روش نمونه گیری

جامعه آماری پژوهش را دانش آموزان مدارس پسرانه دوره متوسطه دوم شهر اصفهان در سال تحصیلی ۱۳۹۵-۱۳۹۴ بالغ بر ۱۱۰۰۰ نفر تشکیل داد که از میان آنها با استفاده از جدول مورگان تعداد ۳۲۰ نفر انتخاب شدند. برای انتخاب نمونه از روش تصادفی خوشه‌ای دو مرحله‌ای استفاده شد که در مرحله اول از بین کلیه نواحی آموزش و پرورش شهر اصفهان، پنج ناحیه بطور تصادفی انتخاب گردید، سپس در مدارس می که در فرایند یاددهی-یادگیری از کتابهای الکترونیکی استفاده می کردند، پرسشنامه-های تحقیق بین دانش آموزان آن‌ها توزیع شد.

ابزار تحقیق، روایی و پایایی آن

به منظور بررسی متغیرهای این مطالعه از پرسشنامه های محقق ساخته جذابیت، چند رسانه ای بودن، دسترس پذیری کتابهای الکترونیکی و انگیزه تحصیلی استفاده شد. برای بررسی روایی پرسشنامه ها به لحاظ محتوا از نظر ده تن از اساتید و متخصصین مربوطه استفاده شده است و پایایی ابزارهای پژوهش با استفاده از آلفای کرونباخ به ترتیب ۰/۸۹، ۰/۹۲ و ۰/۸۶ بدست آمد.

یافته ها

۵

جدول ۱. شاخص های توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیرها	حداقل	حداکثر	میانگین	انحراف معیار	کجی	کشیدگی
جذابیت	۱/۰۰	۶/۶۷	۳/۶۶	۱/۲۸	-۰/۵۹	۰/۹۴
چند رسانه ای بودن	۱/۰۰	۷/۰۰	۳/۹۸	۱/۴۴	-۰/۵۰	۰/۲۵
دسترس پذیری	۱/۰۰	۶/۶۷	۳/۹۸	۱/۴۴	-۰/۶۵	۰/۶۵
انگیزه تحصیلی	۱/۵۸	۶/۴۲	۴/۲۹	۱/۱۰	-۱/۴۴	۱/۷۲

در جدول ۱ شاخص های توصیفی (حداقل، حداکثر، میانگین، انحراف معیار، کجی و کشیدگی) در متغیرهای پژوهش ارائه شده است. متغیر چندرسانه ای بودن دارای بیشترین میانگین (۳/۹۸) و متغیر انگیزه تحصیلی دارای کمترین میانگین (۶/۴۲) می باشد. همچنین دامنه مقادیر کجی و کشیدگی در کلیه متغیرهای پژوهش بین ۲- و ۲+ قرار دارد که مؤید نرمال بودن توزیع نمرات می باشد.

اولین همایش بین المللی و سومین همایش ملی پژوهش های مدیریت و علوم انسانی

۱۳ اردیبهشت ۹۶ - دانشگاه تهران

جدول ۲. نتایج ضریب همبستگی پیرسون برای بررسی رابطه میان متغیرها

متغیر پیش بین	متغیر ملاک	ضریب همبستگی	مقدار معناداری	تفسیر
جذابیت	انگیزه تحصیلی	۰/۵۱**	۰/۰۰۱	مستقیم و معنادار
چند رسانه ای بودن		۰/۳۵**	۰/۰۰۱	مستقیم و معنادار
دسترس پذیری		۰/۶۱**	۰/۰۰۱	مستقیم و معنادار

نتایج نشان داد که متغیرهای جذابیت (۰/۵۱)، چند رسانه ای بودن (۰/۳۵) و دسترس پذیری کتابهای الکترونیکی (۰/۶۱) با انگیزه تحصیلی با مقدار معناداری ۰/۰۰۱ دارای رابطه مثبت و معناداری هستند.

جدول ۳. تحلیل رگرسیون همزمان پیش بینی کننده متغیر انگیزه تحصیلی

متغیر ملاک	R	R^2	R^2 تعدیل شده
انگیزه تحصیلی	۰/۶۳	۰/۴۰	۰/۳۸

با توجه به مقادیر R^2 مندرج در جدول ۳ متغیرهای پیش بین حدود ۴۰ درصد از تغییرات انگیزه تحصیلی را تبیین می کنند. در ادامه برای بررسی معناداری رگرسیون یعنی آزمون اینکه آیا متغیرهای پیش بین می توانند در پیش بینی متغیر ملاک مؤثر باشند یا خیر، از آزمون تحلیل واریانس یکراهه (ANOVA) استفاده می شود. نتایج این آزمون در جدول ۴ ارائه شده است.

جدول ۴: نتایج تحلیل واریانس یکراهه متغیرهای پیش بین

منبع تغییرات	مجموع مجزورات	d.f	میانگین مجزورات	F	مقدار معناداری
رگرسیون	۴۴۸/۴۸۱	۳	۱۴۹/۴۹۴	۴۸/۰۸۳	۰/۰۰۱
خطا	۶۸۷/۱۰۱	۲۲۱	۳/۱۰۹		
کل	۱۱۳۵/۵۸۲	۲۲۴			

همان گونه که در جدول ۴ ملاحظه می شود F به دست آمده برای هر سه متغیر پیش بین با مقدار معناداری ۰/۰۰۱ معنادار است و متغیرهای پیش بین نقش معناداری در پیش بینی متغیر ملاک (انگیزه تحصیلی) دارند.

جدول ۵: ضرایب رگرسیون متغیرهای پیش بین

Sig.	t	ضرایب استاندارد نشده (بتا)	ضرایب استاندارد شده		
			خطای استاندارد	B	
.۰۴۱	۲/۳۰		.۹۲	۲/۱۲	مقدار ثابت
.۰۰۱	۵/۶۶	.۲۸	.۰۳	.۱۷	جذابیت
.۰۰۳	۳/۷۵	.۲۳	.۰۴	.۱۵	چند رسانه ای بودن
.۰۰۱	۶/۷۵	.۴۳	.۰۴	.۲۷	دسترس پذیری

نتایج مربوط به جدول ۵ نشان می دهد که هر سه متغیر یادگیری جذابیت، چندرسانه ای بودن و دسترس پذیری برای ایجاد انگیزه تحصیلی دارای اهمیت است. دسترس پذیری با میزان بتای ۰/۴۳ دارای بیشترین اهمیت و چند رسانه ای بودن با بتای ۰/۲۳ دارای کم ترین اهمیت است.

بحث و نتیجه گیری

روند رو به رشد انتشار کتاب های الکترونیک بطور فزاینده ای بازار جدیدی ایجاد کرده است. بر اساس گزارش انجمن ناشران آمریکا در فصل اول ۲۰۱۲، فروش کتاب الکترونیک بزرگسالان رشد ۲۸/۴ درصدی در مقایسه با مدت مشابه سال گذشته شاهد بود. مطالعات اسکوکو (۲۰۱۲) نشان داد، در سال ۲۰۱۲، درآمد خالص حاصل از کتاب الکترونیک بیش از کتاب جلد گالینکور بود. کایتون (۲۰۱۱)، گزارشی از ژانرهای پر فروش کتاب الکترونیک منتشر کرد. طبق این گزارش، درصد فروش کتاب های الکترونیک با موضوعات آشپزی، راهنمای سفر، دوست یابی، کمدی، تاریخی، زندگی نامه رو به فزونی بوده است. مطالعات جوکار و عفت نژاد (۱۳۸۳) نشان داد، میزان استفاده دانشجویان تحصیلات تکمیلی از فن آوری اطلاعاتی در کتابخانه ها با پاسخگویی نیازهای اطلاعاتی آنها رابطه معناداری دارد. مطالعات ایندویک (۲۰۱۲) نشان داد، بر اساس انگیزه تحصیلی دانشجویان، آموزش چند رسانه ای از جمله مهمترین ویژگی آموزش های الکترونیک است. مطالعات واکاری (۲۰۰۶) و فوت و راپ-سرانو (۲۰۱۰) نشان داد، امکان انتخاب رسانه کتاب الکترونیک در تمایل و انگیزه استفاده از آن اثر گذار است. مطالعات رایینی و همکاران (۲۰۱۲) نشان داد، محتوای مورد علاقه مخاطبان در جذابیت کتاب الکترونیک اثر گذار است. مطالعات والی (۱۳۹۱) نشان داد، کتاب های آموزشی که قابلیت تبدیل به فرمت های دیجیتال pdf، kindle، و epub را دارند، از میزان جذابیت بیشتری برخوردارند. نیز نتایج وی نشان داد، انتظار مخاطبان از کتاب های الکترونیک، محتوا و قابلیت خوانایی متن، پوشش فرمت های مختلف، اندازه مناسب

اولین همایش بین‌المللی و سومین همایش ملی پژوهش‌های مدیریت و علوم انسانی

۱۳ اردیبهشت ۹۶ - دانشگاه تهران

صفحه نمایش می‌باشد. مطالعات جعفرپور و رحمان سرشت (۱۳۸۸) نشان داد، تسهیل روند انتخاب و دستیابی بر کتاب از جمله عوامل مؤثر بر خرید اینترنتی کتاب است. مطالعات آنورادها و اوشا (۲۰۰۶) نشان داد، میزان دسترسی به منابع الکترونیکی در بهره‌گیری از آنها مؤثر است. مطالعات اصناف (۱۳۸۴)، نشان داد، تفاوت در فضای کاربرد، میزان جذب مخاطب و وسیله‌ی بکارگیری است. توجه به این نکته ضروری است که مخاطب به کدامیک از حواس خود اطمینان بیشتری دارد. استفاده از کتاب‌های صوتی در هنگام سفر، استفاده از مترو، خصوصاً استفاده توسط افراد نابینا اهمیت فراوانی پیدا می‌کند. مطالعات دیانی (۱۳۸۵) نشان داد، اگر کلمه‌ای برای مخاطبان نامفهوم است کافیست که آن را انتخاب کنند و با یک لمس ساده در گوگل به جستجو در مورد آن بپردازند. پس از هر درس به جای خودآزمایی‌های تکراری و خسته‌کننده یک تست الکترونیک می‌تواند بسیار مؤثرتر باشد و امکان قرار دادن ویدئو در متن درس نیز علاوه بر جذابیت و کمک به فهم مطلب آموزگار را از استفاده از وسایل پرخرج کمک آموزشی بی‌نیاز می‌کند.

زمانی که معلمان در کلاس درس خود از کتاب الکترونیکی استفاده می‌کنند، یادگیری دانش‌آموزان با اعتماد به نفس همراه است و انگیزه بیش‌تری برای یادگیری دارند. مزایای دیگر آن در آموزش عبارتند از: نداشتن محدودیت زمانی و مکانی، در نظر گرفتن استعدادهای فردی، انعطاف‌پذیری در اصلاح و تغییر محتوا، گسترش فرهنگ یادگیری مستقل، استفاده از مدرسان مجرب در حوزه‌های گسترده‌تر و افزایش سرعت آموزش (کاوسی، ۱۳۸۸، ص ۵۹).

قابلیت‌های هر زمانی، چند رسانه‌ای، شخصی‌سازی، تسهیل دسترسی به منابع اطلاعاتی و سهولت و تسریع ارتباط با دیگران، از جمله امکانات فناوری‌های نوین هستند که معلمان می‌توانند از آن‌ها برای تسهیل یادگیری دانش‌آموزان استفاده نمایند (سراجی و عظیمی، ۱۳۹۰، ص ۶). در پژوهشی که هاریسون و همکاران (۲۰۰۲) انجام دادند به این نتیجه رسیدند که فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات، آموزش را عمیق‌تر و اثربخش‌تر کرده و سبب ایجاد انگیزه می‌شود.

منابع

- اصناف، امیر رضا. (۱۳۸۴)، کتابهای الکترونیکی در کتابخانه‌ها، مجله الکترونیکی مرکز اطلاعات و مدارک علمی ایران، شماره چهارم، دوره چهارم.
- جعفرپور، محمود؛ رحمان سرشت، حسین. (۱۳۸۸). ارائه یک مدل مفهومی از خرید اینترنتی کتاب و ارزیابی آن در دانشگاه‌های کشور، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، شماره ۵۲، پاییز، ص ۲۴۷-۲۱۱.
- جوکار، عبدالرسول؛ عفت نژاد، ام‌الله. (۱۳۸۳). بررسی میزان استفاده دانشجویان تحصیلات تکمیلی از فن‌آوری اطلاعاتی در کتابخانه‌ها و مراکز رایانه دانشگاه شیراز، مجله علوم تربیتی و روانشناسی دانشگاه چمران اهواز، شماره ۳ (۴ و ۳).
- خادم مسجدی، ح (۱۳۹۳). «بررسی نقش کتاب‌های الکترونیک، در بهبود فرایند یاددهی یادگیری دانش‌آموزان». رسانه‌های نوین آموزش، سال اول، شماره دوم.

Harrison^o

دیانی، محمدحسین. (۱۳۸۵). اصول و خدمات مرجع در کتابخانه ها و مراکز اطلاع رسانی ویرایش دوم. مشهد: انتشارات کتابخانه رایانه ای.

کاوسیان، جواد؛ فرهاهانی، محمد تقی؛ هومن، عباس؛ کدیور، پروین؛ شهرآرای، مهناز؛ فرزاد، ولی اله. (۱۳۸۶). طی پژوهشی تحت عنوان " مطالعه عوامل مؤثر بر انگیزش تحصیلی دانش آموزان دختر و پسر دبیرستانهای سراسر کشور در سال تحصیلی ۸۴-۱۳۸۳"، فصلنامه علمی پژوهشی روانشناسی دانشگاه تبریز، سال دوم، شماره ۸، زمستان.

والی، مینا. (۱۳۹۱). بررسی تأثیر محتوا و فرمت در موفقیت کتاب الکترونیک، فصلنامه تحلیل پژوهشی کتاب مهر، شماره ششم، تابستان، ص ۱۱۸-۱۰۰.

Gardiner, Eileen and Ronald G. Musto, 2010. "The Electronic Book." In Suarez, Michael Felix, and H. R. Woudhuysen. The Oxford Companion to the Book. Oxford: Oxford University Press, p. 164.

Anuradha., K.T. and Usha., H.S. (2006). "E-books Access Models: An Analytical Comparative Study," The Electronic Library 24, no. 5: 662-79; F. Bry and M. Krause, "Perspectives for Electronic Books in the World Wide Web Age.

Canyon, D. j. (2011). The keys to epubliishing success? Retrieved from Adventures in Epubliishing: <http://derekjcanyon.blogspot.com/2011/01/keys-to-epubliishing-success.html>

Chettri ,K.and Rout,S.K (2013) . Reading Habits -An Overview. IOSR Journal of Humanities and Social Science (IOSR-JHSS) Volume 14, Issue 6. Retrieved from www.iosrjournals.org.

Crestani, F., M Landoni, and M Melucci. 2006. Appearance and functionality of electronic books,

Lessons from the visual book and hyper- textbook projects. Digital libraries 6(2):192-209.

Eboni project. 2002. <http://ebooks.strath.ac.uk/eboni/guidelines/index.html>. (accessed March 12 2009).

Foote., J.B. and Rupp-Serrano., K. (2010). "Exploring E-book Usage Among Faculty and Graduate Students in the Geosciences: Results of a Small Survey and Focus Group Approach," Science and Technology Libraries 29, no. 3 (2010): 216-34

Ebook Sales Surpass Hardcover for First Time in U.S. Retrieved from Indvik, L. (2012).

mashable: <http://mashable.com/2012/6/17/ebook-hardcover-sales/Most Common EBook Formats.> (n.d.). Retrieved from the ebook reader: <http://www.the-ebook-reader.com/ebook-formats.html>.

Polding, R. E. A. 2008. Assessing E-book model sustainability journal of librarianship and information science 40(4): 255-268. <http://rse.sagepub.com> (accessed 20 July. 2009).

Petrides, K. V., Frederickson, N., & Turnham, A. (2004). "The role of trait emotional intelligence in academic performance and deviant behavior at school". *Personality and Individual Differences* ,36, 277_293.

Harris, Christopher (2009). "The Truth About Ebooks." *School Library Journal* 55, no. 6: 18. Wilson Select Plus. Online Database

Saylor, Michael (2012). *The Mobile Wave: How Mobile Intelligence Will Change Everything*. Vanguard Press. p. 54. ISBN 1-59315-720-7.

Rainie, L., Zickuhr, K., Purcell, K., Madden, M., & Brenner, J. (2012). *The rise of e-reading*. Wash-ington: Pew Research Center.

Rowlands, I, D. Nicholas, H R. Jamali and Paul Huntington. 2007. what do faculty and students really think about ebooks? *Aslib proceeding: New Information Perspectives* 59(6):489-511.

Scocco, D. (2012). Retrieved from DailyBlogTips: <http://www.dailyblogtips.com/sales-of-ebooks-top-sales-of-hardcover-books>

Vakkari, Pertti. (2006). " Trends in the use of digital libraries by scientists in 2000 – 2005: A case study of Fin ELib" ., *Information Science*, [Available at[http:// eprints. Rclis.org/archive/000082981](http://eprints.Rclis.org/archive/000082981)].

The relationship between attractiveness, being multimedia and accessibility of electronic books with academic motivation

Abstract

This study was done to investigate the relationship between attractiveness, being multimedia and accessibility of electronic books with academic motivation. This study was an applied research, methods of data collection was quantitative and it was descriptive, intrinsically (non-experimental). Statistical society had been formed of 11000 high school students at Esfahan city in 2015- 2016 academic year. Finally, 320 students were selected according to Morgan table. The research instrument had been composed of three researcher constructed questionnaire including attractiveness, accessibility multimedia elements of the electronic books and learning motivation. The validity of the questionnaire was confirmed by ten relevant professors and experts. Reliability of the questionnaire was obtained by Cronbach's alpha coefficients 0.89, 0.92, 0.86, respectively. Data analyses were done by SPSS software according to Pearson correlation and regression methods. Results indicated that attractiveness, being multimedia and accessibility had a positive and significant relationship with academic motivation. Accessibility had highest importance ($\beta= 0.43$), while the lowest importance were belonged to being multimedia by $\beta, 0.23$.

Keywords: Attractiveness, Being Multimedia, Accessibility, Electronic Books, Academic Motivation