

## نقش میزان سواد رسانه ای آموزگاران ابتدایی آموزش و پرورش شهر کرمانشاه بر توسعه مدل تفکر انعکاسی

نازیلا خطیب زنجانی<sup>۱</sup>، روزین اعظمی<sup>۲</sup>

<sup>۱</sup> استادیار گروه علوم تربیتی دانشگاه پیام نور (نویسنده مسئول)

<sup>۲</sup> دانشجوی کارشناسی ارشد تاریخ و فلسفه آموزش و پرورش دانشگاه پیام نور

### چکیده

اکنون که انقلاب اطلاعات و ارتباطات، مرزهای جغرافیایی را در نوردیده و تحولات شگرفی را در عرصه جهانی شدن خلق کرده است، حجم بالای اطلاعات و دانش های تازه، به راحتی از طریق شبکه های اطلاعاتی در دسترس همگان قرار می گیرد و به نظر می رسد "دهکده جهانی" در حال شکل گیری است. در این میان یک موضوع مهم، نحوه برخورد با پیشرفت های پرشتاب و خیره کننده فناوری اطلاعات و ارتباطات و استفاده از آن ها در شئون مختلف زندگی است. رسانه ها می توانند همچون ابزاری مفید به انسان معاصر کمک کنند تا با استفاده از آخرین پدیده های علمی، زندگی دلخواه، آرمانی و پربراری داشته باشد، در این تحقیق سعی بر این شده است که به بررسی میزان آگاهی و اطلاعات سواد رسانه ای آموزگاران مدارس دخترانه ابتدایی آموزش و پرورش شهر کرمانشاه بر گسترش شیوه ی افکار انعکاسی می پردازد و نقش آن را بر توسعه مدل تفکر انعکاسی آنان مورد تجزیه و تحلیل قرار دهیم تحقیق حاضر توصیفی از نوع همبستگی واز نظر نتایج کاربردی می باشد، جامعه آماری تحقیق حاضر کلیه ی آموزگاران مدارس ابتدایی دخترانه شهر کرمانشاه می باشد (N=5241) که با استفاده از از جدول کرچسی و مورگان ۳۸۱ نفر را به عنوان حجم نمونه آماری انتخاب کرده ایم. ابزار های اندازه گیری در این تحقیق پرسشنامه می باشد، که پرسشنامه های مورد استفاده در این تحقیق شامل پرسشنامه های استاندارد؛ سنجش سواد رسانه ای می باشد. تجزیه وتحلیل بین داده های به دست آمده در این تحقیق به وسیله ی نرم افزار spss و بهره گیری از آزمون های آمار گالوگروف و اسپیرمن مورد بررسی قرار گرفت. ماحصل تحقیق را می توان اینگونه بیان نمود که وضعیت سواد رسانه ای جامعه آماری منطقه مورد مطالعه متوسط روبه بالا می باشد و بین سواد رسانه ای آموزگاران ابتدایی مدارس دخترانه شهر کرمانشاه با گسترش الگوی افکار انعکاسی رابطه ی معناداری وجود داشته و می توان گفت که آگاهی و اطلاعات سواد رسانه ای بر مدل تفکر انعکاسی و توسعه آن تاثیر مثبت دارد.

**واژه های کلیدی:** سواد رسانه ای، مدل تفکر انعکاسی، آموزگاران مقطع ابتدایی

## مقدمه:

سواد رسانه ای " مبحث جذابی در ارتباطات است که می کوشد خواندن سطرهای نانوشته رسانه های نوشتاری، تماشای پلان های به نمایش در نیامده یا شنیدن صداهای پخش نشده از رسانه های الکترونیک را به مخاطبان بیاموزد. (ارجمند، ۱۳۹۲)

"سواد رسانه ای" نهضتی علیه رسانه ها نیست، بلکه عادات رسانه ای افراد را تغییر می دهد و با هوشیار کردن مخاطبان به آن ها می آموزد چطور از رسانه ها استفاده کنند. شهروندانی که سواد رسانه ای دارند، از طریق رسانه میزان آگاهی و توان دریافت اطلاعات خود را بالا می برند و با همین توان به سمت تقویت روحیه انتقادی بیشتر حرکت می کنند و رابطه یکسویه و انفعالی را به جریانی دو سویه و فعال تبدیل می کنند. (آراسته، ۱۳۹۰) اهمیت آگاهی و اطلاعات سواد رسانه ای و ضرورت آن سال هاست که در کشورهای پیشرفته مورد توجه قرار گرفته است و نهادهای دولتی و مدنی برای آموزش و گسترش آن بین اقشار مختلف جامعه تلاش می کنند. برای مثال مدت هاست موضوع "اطلاعات و آگاهی سواد رسانه ای" در کشور کانادا مطرح است و در نظام آموزش عمومی این کشور جای خاص خود را دارد، در ژاپن نیز اندیشه سواد رسانه ای به سرعت گسترش یافته است و در سطح وسیعی در امر آموزش و تولید رسانه ای اندیشیده اند و به مطالعات انجام شده در کشورهای دیگر و استفاده از تجارب آن ها، اهداف و رویکردهای سواد رسانه ای را متناسب با نیازهای جامعه مشخص کرد و به آموزش آن همت گمارد. برای این منظور نهادهای آموزشی، مدنی، صنفی و رسانه ای باید به این امر کمک کنند و در این میان، رسانه های جمعی به ویژه رادیو و تلویزیون با توجه به طیف وسیع مخاطبان، نقش زیادی در امر آموزش سواد رسانه ای به مخاطبان خود دارند. (انتخابی و همکاران، ۱۳۹۴).

درباره کارکردهای وسایل ارتباط جمعی، نقدر و نظر بسیار است، اما بی تردید یکی از مهم ترین آن ها از دیرباز مورد توجه اندیشمندان این حوزه قرار گرفته است، بخش آموزشی آن است. اهمیت کارکرد آموزشی وسایل ارتباط جمعی در جوامع معاصر تا حدی است که بعضی از جامعه شناسان برای رسانه ها نقش "آموزش موازی" یا "آموزش دایمی" قایل هستند (بصیریان، ۱۳۹۲) آموزشی که از سوی رسانه ها عرضه می شود، غیر تجریدی و چند بعدی است. مطالعات اثبات کرده است که استفاده فعال از حواس پنجگانه در آموزش های رسانه ای، یادگیری را آسان و جذابیت آموزش را دو چندان می کند. سواد رسانه ای نیز مقوله ای است که می توان به طور موثر از طریق رادیو و تلویزیون به مخاطبان آموزش داد. (قاسمی، ۱۳۹۴).

نقش آموزگاران در این عرصه شاید این است که تلاش کند راهی را بیابد تا دریابد چگونه می توان دانش آموزان را در درک نقش های چندگانه فرهنگی و اجتماعی رسانه های جمعی در جامعه و میزان تأثیرگذاری رسانه ها یاری رساند، بدون آن که مستقیماً آنان را در مسیری مشخص انداخت. گرچه زیبایی شناسی رسانه ها ممکن است به خوبی با برنامه های درسی سنتی منطبق باشد، اما همچنین جنبه های اجتماعی، اقتصادی و سیاسی وسیع تر رسانه ها نیز باید مورد کنکاش قرار گیرند. این که آیا این امر به فعال گرایی مصرف کنندگان منتهی می شود یا خیر به یک اندازه به مشارکت کنندگان و آموزگار بستگی دارد و این در صورتی است که ترکیبی مناسب از کشفیات آزاد و ارزشیابی بی طرفانه ایجاد شده باشد. (رضایی، ۱۳۹۳)

محققان و پژوهشگران عرصه ارتباطات، اطلاعات و آگاهی سواد رسانه ای را شامل « تحقیق ، تحلیل ، آموزش و آگاهی از تاثیرات رسانه ها نظیر رادیو ، تلویزیون ، فیلم ، روزنامه ، مجله ، کتاب و اینترنت بر روی افراد و جوامع بشری می دانند » (باکینگها ، ترجمه سرافراز، ۱۳۸۹) بر اساس این تعریف، آگاهی و اطلاعات سواد رسانه ای به دنبال آن است تا در فرد توانایی لازم برای

استفاده از رسانه ها را آموزش دهد به طوری که فرد بتواند ضمن درک و تحلیل و ارزیابی پیام های رسانه های مختلف ، پیام ها و برنامه های مثبت ، مفید و سازنده را از پیامهای منفی و بی محتوا تشخیص دهد. یعنی فرد آگاهانه در برابر رسانه ها قرار گیرد و توانایی دسترسی به پیام های مورد نظر خود از میان انبوه پیام ، تجزیه و تحلیل انتقادی ، ارزیابی و ارسال پیام ها در انواع مختلف را پیدا کند.

تاریخچه پیدایش این تفکر که بر پایه یک نیاز مبرم آموزشی بنا نهاده شده به سال ۱۹۶۰ میلادی و به دنبال عمومی شدن تلویزیون ، رادیو و فیلمهای هالیوودی بر می گردد . در این میان تلویزیون گوی سبقت را از رسانه های دیگر ربود به طوری که اکثر مردم ترجیح دادند که تماشا کنند تا اینکه مطالعه کنند. یکی از عواقب این تحول اجتماعی و آموزشی کمتر شدن تمایل دانش آموزان به مطالعه و کتاب بود که محققان رکود تمرکز فکری دانش آموزان در کلاس درس را به عنوان عارضه این تحول اجتماعی بیان می کنند. (دوبونو ، ترجمه بشارتیان ، ۱۳۹۰)

اهمیت موضوع زمانی دو چندان شد که پژوهش ها در آمریکا نشان داد که یک کودک به طور میانگین روزانه شش ساعت از وقت خود را پای تلویزیون می گذراند. بنابراین با توجه به اثرات سوئی که استفاده بی رویه از رسانه ها به ویژه تلویزیون ، اینترنت و ماهواره می تواند بر روی افراد به ویژه کودکان برجای بگذارد لزوم کنترل و نحوه استفاده از رسانه ها در وهله اول مورد توجه محققان قرار گرفت. در این اثنا محققان اعلام کردند که افراد به خصوص کودکان در استفاده کردن از رسانه ها باید حساب شده و در مواجهه با پیام های بیشمار خود را واکنش دهند یعنی نسبت به رژیم مصرف رسانه ای خود آگاهی یابند و قوه تشخیص و درک پیام های رسانه ها را تقویت نمایند. بنابراین موضوع سواد رسانه ای به عنوان یکی از دغدغه های علم ارتباطات مورد توجه دانشمندان این رشته قرار گرفت. (بهشتی ، ۱۳۹۲).

"دیویی" تفکر انعکاسی را توجه دقیق، فعالانه، و مستمر به اطلاعات و زمینه های حمایت کننده از آن و در نظر گرفتن نتایج و تبعات آن اطلاعات می داند. یادگیرندگان با استفاده از مشارکت فعالانه در این نوع تفکر، می توانند نسبت به یادگیری خود آگاه باشند و آن را کنترل کنند.

به طور کلی، منظور از گسترش تفکر انعکاسی آن است که دانش آموز با دقت و اندیشه لازم ، برآوردی از دانسته ها و عدم دانسته های خود ارائه دهد . از این طریق می تواند در مواجهه با آموزش رسانه ها، برآورد کند که رسانه ها چه چیزی به او می آموزند، چگونه توسط رسانه ها هدایت می شوند، در این مورد چه نکاتی را می دانند، چه چیز باید بدانند و چگونه فاصله بین این وضعیت ها را تشخیص داده و تنظیم و تکمیل کنند، یادگیری سواد رسانه ای، مستلزم درگیری فعالانه دانش آموزان در جریان این نوع آموزش است و حضور و فعالیت آموزگاران با میزان آگاهی و اطلاعات سواد رسانه ای بالاتر در این فرآیند نقش به سزایی دارد. بدین ترتیب تقویت تفکر و پرورش اندیشه های دانش آموزان به شیوه گسترش تفکر انعکاسی از جمله سازه هایی است که به تعمق و ژرف اندیشی یادگیرندگان دانش آموز در خصوص رسانه ها می انجامد. (سلطانی ، ۱۳۹۵).

در تعلیم و تربیت نوین، یادگیری به معنی جمع آوری اطلاعات نیست . بلکه منظور از آن، شرکت فعالانه یا دگیرنده در کسب تجارب و معنابخشی به آن تجارب است. در این مفهوم، اندیشه و اندیشیدن جایگاه ویژه ای دارد . از این رو، در مورد آموزش رسانه ها حضور آموزگاران ابتدایی با آگاهی و اطلاعات سواد رسانه ای بالاتر بر گسترش الگوی تفکر انعکاسی در تقویت قوای

فکری و ذهنی کودکان و جوانان که در معرض یادگیری مداوم از رسانه ها قرار دارند کمک شایانی می کند و موقعیتی را بر ای آنها فراهم می سازد تا نسبت به آموزش اکتسابی خود از رسانه ها، اندیشه کنند. (شمس و دهداری (۱۳۹۰).

با بررسی متون و مطالعات گذشته که با استفاده از منابع چاپی صورت گرفت، تالیف یا گزارش پژوهشی ای به بررسی نقش وسایل ارتباط جمعی و به ویژه رادیو و تلویزیون در ارتقای سواد رسانه ای مخاطبان در داخل کشور پردازد، مشاهده نشد و در کارهای انجام گرفته (در حد چهار پایان نامه کارشناسی ارشد) نیز تنها به بررسی سطح سواد مخاطبان پرداخته شده است که به خلاصه ای از برخی از آن ها اشاره می شود:

شاهرخ اسکویی (۱۳۹۰) در پایان نامه خود به بررسی مقایسه ای سطح گسترش آگاهی و اطلاعات سواد رسانه ای در میان دانشجویان علوم اجتماعی و دانشجویان فنی دانشگاه تهران پرداخته است. این پژوهش با روش پیمایشی انجام شده و نمونه آماری آن، ۱۷۹ نفر از دانشجویان فنی و علوم اجتماعی دانشگاه تهران بوده است. مهم ترین نتیجه پژوهش حاکی از آن است که سواد رسانه ای دانشجویان فنی دانشگاه تهران بالاتر از سواد رسانه ای دانشجویان علوم اجتماعی این دانشگاه است.

راسخ محمدی (۱۳۹۰) در پژوهش خود به بررسی عوامل موثر در پیشرفت سواد رسانه ای دانشجویان از دیدگاه کارشناسان علوم ارتباطات پرداخته است. این پژوهش به روش پیمایش انجام شده است و نمونه آماری آن، ۱۳ نفر از استادان دانشگاه های علامه طباطبایی، تهران و آزاد اسلامی بوده است. نتایج به دست آمده از این پژوهش نشان می دهد که یادگیری زبان خارجی، تماشای انتقادی، تقویت ساختارهای دموکراتیک جامعه و آزادی های مدنی، عملکرد دولت در زمینه دسترسی شهروندان به اطلاعات و برگزاری جلسات نقد و بررسی تولیدات فرهنگی و رسانه ای در افزایش سواد رسانه ای دانشجویان موثر است.

سحاب (۱۳۸۹) در پایان نامه خود که در دانشکده صدا و سیما انجام شده، به بررسی تطبیقی ارزیابی مدیران خبر رسانه صدا و سیما از سواد رسانه ای مردم شهر تهران، با میزان واقعی آن پرداخته است. (دسترسی به اطلاعات این پایان نامه به دلیل موجود نبودن آن در کتابخانه دانشکده صدا و سیما میسر نشد)

نصیری (۱۳۸۹) در پژوهش خود به بررسی دیدگاه کارشناسان ارتباطات در خصوص سواد رسانه ای در جامعه پرداخته است. روش پژوهش پیمایش بوده و نمونه آماری آن ۱۳۰ نفر از استادان رشته ارتباطات دانشگاه های علامه طباطبایی، تهران و آزاد اسلامی تهران مرکز تشکیل داده است. مهم ترین نتیجه این پژوهش از این قرار است: سطح سواد رسانه ای افراد جامعه بسیار پایین است و حتی در بین استادان ارتباطات، عده ای با واژه سواد رسانه ای آشنا نبودند و درک درستی از مفهوم آن نداشتند.

(خداوردی زاده، ۱۳۸۸) در پایان نامه کارشناسی ارشد خود به موضوع بررسی سواد رسانه ای شهروندان تبریز پرداخته است. روش این پژوهش پیمایش بوده است و جامعه آماری جمعیت ۱۵ سال به بالای ساکن شهر تبریز به تعداد ۱۱۵۰۰۰۰ نفر بوده، حجم نمونه براساس فرمول کوکران با لحاظ جنسیت و سن برابر ۳۸۴ نفر بود که به روش خوشه ای چند مرحله ای انتخاب شدند. یافته ها بیانگر همانند بودن اهداف استفاده از رسانه ها در سطوح مختلف سواد رسانه، تلویزیون پر مخاطب ترین رسانه، توانایی متوسط شهروندان تبریزی در تشخیص تاثیر تحریف، کلیشه

سازی، تبلیغات و خشونت در رسانه ها، برخوردارای متوسط از نگاه نقادانه به محتوای رسانه ها، دانستن پیامدهای اخلاقی، اجتماعی و فرهنگی رسانه ها در حد متوسط بود. نتیجه این که در اغلب متغیرهای وابسته مورد بررسی، مردم نسبت به رسانه ها، محتوا و پیامدهای همه جانبه آن ها شناخت متوسطی دارند. بطور کلی یافته های تحقیق حاکی از آن است که سواد رسانه ای شهروندان تبریزی در حد متوسط است.

نقش سواد رسانه ای در نظام آموزش و پرورش و ارائه مدلی مطلوب برای ایران (پایان نامه مقطع دکترا بهاره نصیری). در این پژوهش به بررسی و شناسایی ساختار و برنامه آموزش سواد رسانه ای، تشابهات و تفاوت های دو کشور کانادا و ژاپن و همچنین شناسایی کتب آموزشی، انجمن ها، سایت ها، شبکه های آموزشی، تجربیات و فعالیت های آن ها در زمینه آموزش سواد رسانه ای برای ایران بوده لذا مدل های موجود در این را در دنیا و در این دو کشور را مورد بررسی و ارزیابی قرار داده و برای ایران ارائه مدل صورت گرفته است. در نهایت راهکارها و پیشنهادات لازم در این زمینه ارائه شده است.

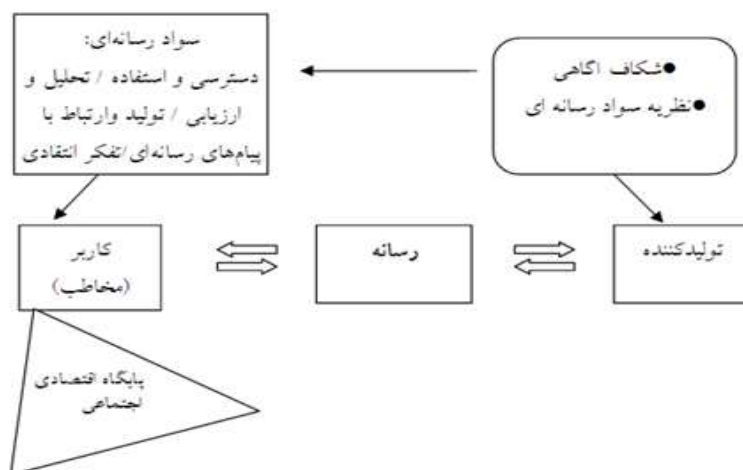
بررسی تطبیقی ارزیابی مدیران خبر رسانه صدا و سیما از سواد رسانه ای مردم شهر تهران با میزان واقعی (کارشناسی ارشد- ژاله سحابی- استاد راهنما: دکتر میناوند مشاور: دکتر سرابی ۱۳۸۶) در این تحقیق، عواملی نظیر میزان صحت، روشنی، دقت و جامعیت در اخبار، توانمندی گویندگی اخبار، تکنیک های تصویری و تکنیک های پوشش های خبری ارائه شده در اخبار به عنوان عامل موثر در اعتماد مخاطبان به خبرهایی که از رسانه ملی پخش می شوند، مطرح شده است.

بررسی نظرات متخصصان علوم ارتباطات پیرامون سواد رسانه ای در جامعه (کارشناسی ارشد بهاره نصیری- دکتر عقیلی، دادگران ۱۳۸۳) در این پژوهش، محقق بر ضرورت توجه بیشتر در حوزه تئوریک و عملی به سواد رسانه ای و ارتقا سواد رسانه ای مخاطبان از سوی متخصصان ارتباطات تاکید ورزیده است و اضافه می نماید که سواد رسانه ای راهی است که به انسان کمک می کند تا بطور مستقلانه فکر کند و تصویری کافی و همه جانبه از رسانه داشته باشد و به دانش موجود در هر رسانه ای دست پیدا کند، در هر صورت یواد رسانه ای مهارتی لازم و ضروری به نظر می رسد که می تواند اثرهای رسانه ای گروهی را تعدیل کند و به مخاطبان این امکان را بدهد که با آگاهی کامل، پیام های رسانه ای را پردازش کنند. براساس یافته های تحقیق استادان ارتباطات تا حدی در رابطه با مقوله سواد رسانه ای آگاهی دارند.

## روش تحقیق:

اصولاً با توجه به ماهیت تحقیق و متناسب با موضوع مورد بررسی، روش های مختلفی وجود دارد. استفاده از هر یک از روش های تحقیق به ماهیت و زمینه تحقیق، فعالیت های لازم به نتیجه گیری و میزان مسئولیت محقق در مقابل نتایج و اهداف تحقیق بستگی دارد (حافظ نیا، ۱۳۸۳). با توجه به مسائل مطروحه و مطالعه اسناد و مدارک و همچنین مطالعات تحلیلی در خصوص ادبیات تحقیق، پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر شیوه های اجراء همبستگی می باشد، جامعه آماری تحقیق

حاضر کلیه ی معلمان مدارس دخترانه مقطع متوسطه شهر کرمانشاه می باشد (N= 5241) که با استفاده از از جدول کرجسی و مورگان ۳۸۱ نفر را به عنوان حجم نمونه آماری انتخاب کرده ایم. ابزار های اندازه گیری در این تحقیق پرسشنامه می باشد، که پرسشنامه های مورد استفاده در این تحقیق شامل پرسشنامه های استاندارد؛ سنجش سواد رسانه ای می باشد. تجزیه و تحلیل بین داده های بدست آمده در این تحقیق به وسیله ی نرم افزار SPSS و بهره گیری از آزمون های آمار گالموگروف و اسپیرمن مورد بررسی قرار گرفت.



شکل شماره ۱: مدل نظری تحقیق

### یافته های تحقیق:

#### میزان استفاده از رسانه های مکتوب و اینترنتی

همانطور که در جدول زیر مشخص است اکثریت پاسخگویان مورد مطالعه ۶ تا ۱۰ ساعت در روز با ۴۲/۵ درصد از اینترنت استفاده می کنند و بقیه ساعت های استفاده به ترتیب شامل بالای ۱۰ ساعت در روز با ۲۴/۱۷ درصد، ۲ تا ۵ ساعت در روز با ۲۰ درصد، و کمتر از یک ساعت در روز با ۱۳/۳۳ درصد می باشد.

#### جدول شماره ۱: میزان استفاده از رسانه

میزان استفاده از رسانه ها	فراوانی	درصد
کمتر از یک ساعت در روز	۸۵	۱۳/۳۳
۲ تا ۵ ساعت در روز	۷۵	۲۰
۶ تا ۱۰ ساعت در روز	۸۲	۴۲/۵

بالای ۱۰ ساعت در روز	۱۳۹	۲۴/۱۷
جمع	۳۸۱	٪ ۱۰۰

## آزمون کالموگروف - اسمیرنوف

قبل از انجام هر کاری برای تعیین روش مناسب برای انجام و تحلیل یافته های تحقیق از آزمون کالموگروف - اسمیرنوف جهت نرمال و غیر نرمال بودن متغیرها استفاده می کنیم با توجه به اینکه P-value کوچک تر از ۰/۰۵ می باشد، لذا توزیع داده ها غیر نرمال می باشد. در جدول شماره ۱ نتایج آزمون کالموگروف اسمیرنوف برای آزمون نرمال بودن توزیع متغیرهای پژوهش ذکر شده است.

## جدول شماره ۲: نتایج آزمون کالموگروف اسمیرنوف

مولفه ها	Z	سطح معنی داری (Sig)
سواد رسانه ای	۳/۴۹۷	۰/۰۰۰
آموزش تفکر انعکاسی	۲/۷۰۴	۰/۰۰۱
جامعه پذیری دانش آموزان	۱/۶۱۰	۰/۰۰۲
شکل گیری دیدگاههای انتقادی دانش آموزان	۱/۱۹۵	۰/۰۰۰
میزان عکس العمل دانش آموزان	۱/۵۹۸	۰/۰۶۸
توانایی دسترسی و استفاده از رسانه ها	۱/۰۸۸	۰/۰۱۰
توانایی تحلیل و ارزیابی	۲/۱۸۷	۰/۰۰۸
توانایی تولید و ارتباط با پیام های رسانه ای	۱/۵۰۴	۰/۰۰۲
تفکر انتقادی	۲/۱۳۷	۰/۰۰۰

نتایج آزمون کالموگروف - اسمیرنوف نشان می دهد که توزیع متغیرهای تحقیق نرمال نمی باشد ( $P < 0/05$ ) و بنابراین از آزمون های غیر پارامتریک به منظور آزمون فرض های آماری استفاده شده است.

## فرضیه های پژوهش

فرضیه ی شماره ۱: وضعیت سواد رسانه ای معلمان منطقه مورد مطالعه مناسب می باشد.

باتوجه به جدول شماره ۳ می توان نتیجه گرفت که وضعیت آگاهی و اطلاعات سواد رسانه ای معلمان منطقه مورد مطالعه متوسط رو به بالا هست و وضعیت آن ها قابل قبول می باشد و به نوعی با توجه به یافته های این جدول می توان گفت که از بین مولفه های آگاهی و اطلاعات رسانه ای توانایی تحلیل و ارزیابی با میانگین ۳/۲۴ بیشترین و سایر مولفه ها به ترتیب از بیشترین به کمترین شامل تفکر انتقادی (۳/۱۵) ، توانایی تولید و ارتباط با پیام های رسانه ای (۲/۸۷) و توانایی دسترسی و استفاده از رسانه ها (۲/۵۷) می باشد.

فرضیه ی شماره ۲: بین میزان آگاهی و اطلاعات سواد رسانه ای آموزگاران آموزش و پرورش و توسعه مدل آموزش تفکر انعکاسی در مدارس ابتدایی دخترانه شهر کرمانشاه رابطه معناداری وجود دارد.

جدول شماره ۴: ارتباط بین میزان آگاهی و اطلاعات سواد رسانه ای آموزگاران ابتدایی آموزش و پرورش و توسعه مدل آموزش تفکر انعکاسی

متغیر	آماره	سواد رسانه ای
مدل آموزش تفکر انعکاسی	ضریب همبستگی اسپیرمن	۰/۷۵
	سطح معناداری	۰/۰۰۱
	تعداد	۳۸۱

جدول شماره ۴ ارتباط بین میزان آگاهی و اطلاعات سواد رسانه ای آموزگاران آموزش و پرورش و توسعه مدل آموزش تفکر انعکاسی را نشان می دهد ، با توجه به مقدار بدست آمده توسط آزمون اسپیرمن می توان به رابطه ی مستقیم بین متغیرهای آگاهی و اطلاعات سواد رسانه ای دبیران و آموزش تفکر انعکاسی اشاره نمود ؛ به نوعی که هرچند میزان سواد رسانه ای آموزگاران بالا باشد توسعه مدل آموزش رسانه ای نیز بیشتر است و هرچند میزان آگاهی و اطلاعات رسانه ای آموزگاران منطقه مورد مطالعه در سطح پایینی باشد توسعه مدل آموزش رسانه ای نیز در سطح پایینی می باشد.

فرضیه شماره ۳: بین میزان آگاهی و اطلاعات سواد رسانه ای آموزگاران آموزش و پرورش و نحوه جامعه پذیری دانش آموزان در دبیرستان های دخترانه شهر کرمانشاه رابطه معناداری وجود دارد.



جدول شماره ۵: ارتباط بین میزان آگاهی و اطلاعات سواد رسانه ای معلمان و نحوه جامعه پذیری دانش آموزان

متغیر	آماره	سواد رسانه ای
جامعه پذیری دانش آموزان	ضریب همبستگی اسپیرمن	۰/۴۱
	سطح معناداری	۰/۰۰۱
	تعداد	۳۸۱

طبق نتایج آزمون اسپیرمن بین ارتباط مستقیم و معناداری وجود دارد. یعنی هرچه میزان سواد رسانه ای دبیران منطقه مورد مطالعه بیشتر باشد میزان جامعه پذیری دانش آموزان در سطح بالاتری قرار دارد و هرچه میزان سواد رسانه ای دبیران منطقه مورد مطالعه در سطح پایینی باشد میزان جامعه پذیری دانش آموزان نیز در سطح پایین تر می باشد. بنابراین بین متغیرهای مذکور همبستگی مثبت و رابطه ی مستقیمی وجود دارد.

فرضیه ی شماره ۴: بین میزان آگاهی و اطلاعات سواد رسانه ای آموزگاران آموزش و پرورش و شکل گیری دیدگاه انتقادی دانش آموزان بر رسانه ها در مدارس دخترانه شهر کرمانشاه رابطه معناداری وجود دارد.

جدول شماره ۶: ارتباط بین میزان آگاهی و اطلاعات سواد رسانه ای آموز آموزش و پرورش و شکل گیری دیدگاه انتقادی دانش آموزان بر رسانه ها

متغیر	آماره	سواد رسانه ای
دیدگاه انتقادی	ضریب همبستگی اسپیرمن	۰/۳۹
	سطح معناداری	۰/۰۰۲
	تعداد	۳۸۱

یافته های تحقیق حاضر نشان از این دارد که هرچه آگاهی و اطلاعات سواد رسانه ای آموزگاران افزایش پیدا کند و بیشتر باشد موجب توسعه ی دیدگاه دانش آموزان و ایجاد تفکر انتقادی در آنان می شود و هرچه معلمان سنتی تر و به دور از سواد رسانه ای باشند موجب می شود که دانش آموزان نیز همانند آموزگاران خود دیدگاههای سنتی و غیر قابل نقد داشته باشند و با هر توضیحی قانع شوند، به همین جهت می توان گفت بین متغیرهای تحقیق همبستگی مثبت وجود دارد.

فرضیه ی شماره ۶ : بین میزان آگاهی و اطلاعات سواد رسانه ای آموزگاران ابتدایی آموزش و پرورش و مواجهه دانش آموزان با رسانه ها و محتوای آنها در مدارس ابتدایی دخترانه شهر کرمانشاه رابطه معناداری وجود دارد.

جدول شماره ۷: ارتباط بین میزان آگاهی و اطلاعات سواد رسانه ای معلمان آموزش و پرورش و مواجهه دانش آموزان با رسانه ها و محتوای آنها

متغیر	آماره	سواد رسانه ای
مواجهه دانش آموزان با رسانه ها و محتوای آنها	ضریب همبستگی اسپیرمن	۰/۳۵
	سطح معناداری	۰/۰۰۱
	تعداد	۳۸۱

میزان آگاهی و اطلاعات رسانه ای آموزگاران ابتدایی می تواند تاثیرات مثبتی بر روی جامعه دانش آموز در هرکشوری داشته باشد زیرا رسانه ها در کنار تاثیرات مثبت دارای تاثیرات منفی نیز هستند، در نتیجه باید از میان تاثیرات منفی و مثبت ، به جدایی گزینی تاثیرات مثبت اقدام نماییم ؛ لذا هرچه میزان سواد رسانه ای آموزگاران بالاتر باشد موجب می شود تا دانش آموزان را به سمت مناسب در راستای استفاده از رسانه ها و بهره گیری از محتوای آنها استفاده نمود. به همین دلیل رابطه ی مستقیمی بین این دو متغیر وجود دارد و میزان زیاد یا کم بودن سواد رسانه ای دبیران بر بهره گیری مناسب یا نامناسب دانش آموزان از رسانه ها و محتوای آن تاثیر جدی خواهد داشت.

فرضیه ی شماره ۷ : بین پایگاههای اقتصادی واجتماعی معلمان و استفاده از رسانه های مکتوب رابطه ی معناداری وجود دارد.

جدول شماره ۸: ارتباط بین پایگاههای اقتصادی واجتماعی معلمان و استفاده از رسانه های مکتوب

متغیر	آماره	پایگاه اقتصادی و اجتماعی
میزان استفاده از رسانه های مکتوب	ضریب همبستگی اسپیرمن	۰/۶۴۷
	سطح معناداری	۰/۰۰۸
	تعداد	۳۸۱

با توجه به میزان نتایج بدست آمده و سطح معناداری و ضریب همبستگی بدست آمده می توان گفت که با توجه به اینکه نتیجه بدست آمده ۰/۶۴۷ می باشد و چون نتیجه بدست آمده از ۰/۰۵ بزرگتر است؛ بنابراین می توان گفت که فرضیه رد می شود و رابطه ی معناداری بین دو متغیر مطرح شده وجود ندارد.

فرضیه ی شماره ۸ : بین پایگاههای اقتصادی واجتماعی آموزگاران ابتدایی و استفاده از اینترنت رابطه ی معناداری وجود دارد.

جدول شماره ۹: ارتباط بین پایگاههای اقتصادی واجتماعی معلمان و استفاده از اینترنت

متغیر	آماره	پایگاه اقتصادی و اجتماعی
میزان استفاده از اینترنت	ضریب همبستگی اسپیرمن	۰/۴۱
	سطح معناداری	۰/۰۰۰
	تعداد	۳۸۱

با توجه به میزان نتایج بدست آمده و سطح معناداری و ضریب همبستگی بدست آمده می توان گفت که با توجه به اینکه نتیجه بدست آمده ۰/۴۱ می باشد و چون نتیجه بدست آمده از ۰/۰۵ کوچکتر است؛ بنابراین می توان گفت که فرضیه مطرح شده تایید و رابطه ی معناداری بین دو متغیر مطرح شده وجود دارد.

#### بحث و نتیجه گیری :

در تحقیق حاضر با استفاده از ابزار پرسشنامه به سنجش میزان آگاهی و اطلاعات سواد رسانه ای جامعه آماری منطقه مورد مطالعه پرداختیم ، در این تحقیق با توجه به نتایج بدست آمده مشخص شد که ۴۲/۵ درصد از جامعه آماری مورد نظر روزانه تا ۱۰ ساعت از رسانه های مکتوب و رسانه های اینترنتی استفاده می کنند و این نشان از استفاده از رسانه های مختلف را دارد در ادامه تحقیقات مشخص شد که وضعیت سواد رسانه ای معلمان منطقه مورد مطالعه متوسط رو به بالا هست و وضعیت آن ها قابل قبول می باشد و به نوعی با توجه به یافته های تحقیق می توان گفت که از بین مولفه های سواد رسانه ای توانایی تحلیل و ارزیابی با میانگین ۳/۲۴ بیشترین و سایر مولفه ها به ترتیب از بیشترین به کمترین شامل تفکر انتقادی (۳/۱۵)، توانایی تولید و ارتباط با پیام های رسانه ای (۲/۸۷) و توانایی دسترسی و استفاده از رسانه ها (۲/۵۷) می باشد. در ادامه تجزیه و تحلیل تحقیق به بررسی ارتباط بین میزان سواد رسانه ای آموزگاران آموزش و پرورش و توسعه مدل آموزش تفکر انعکاسی آنان پرداخته شد ، با توجه به مقدار بدست آمده توسط آزمون اسپیرمن می توان به رابطه ی مستقیم بین متغیرهای سواد رسانه ای آموزگاران و آموزش تفکر انعکاسی اشاره نمود ؛ به نوعی که هرچقدر میزان سواد رسانه ای آموزگاران بالا باشد توسعه مدل آموزش رسانه ای نیز بیشتر است و هرچقدر میزان سواد رسانه ای آموزگاران منطقه مورد مطالعه در سطح پایینی باشد توسعه مدل آموزش رسانه ای نیز در سطح پایینی می باشد بنابراین این نتیجه نشان دهنده ی میزان اهمیت سواد رسانه

ای در توسعه تفکر انعکاسی می باشد. و همچنین نتیجه های یافته های بدست آمده نشان داد که ؛ هرچه سواد رسانه ای آموزگاران افزایش پیدا کند و بیشتر باشد موجب توسعه ی دیدگاه دانش آموزان و ایجاد تفکر انتقادی در آنان می شود و هرچه معلمان سنتی تر و به دور از سواد رسانه ای باشند موجب می شود که دانش آموزان نیز همانند آموزگاران خود دیدگاههای سنتی و غیر قابل نقد داشته باشند و با هر توضیحی قانع شوند ، به همین جهت می توان گفت بین متغیرهای تحقیق همبستگی مثبت وجود دارد و همچنین می توان اشاره کرد که ؛ هرچه میزان سواد رسانه ای آموزگاران بالاتر باشد موجب می شود تا دانش آموزان را به سمت مناسب در راستای استفاده از رسانه ها و بهره گیری از محتوای آنها استفاده نمود. به همین دلیل رابطه ی مستقیمی بین این دو متغیر وجود دارد و میزان زیاد یا کم بودن سواد رسانه ای آموزگاران بر بهره گیری مناسب یا نامناسب دانش آموزان از رسانه ها و محتوای آن تاثیر جدی خواهد داشت. در پایان تحقیق به بررسی رابطه ی استفاده از سواد رسانه ای مکتوب و سواد رسانه ای اینترنتی با پایگاه اجتماعی و اقتصادی جامعه آماری نموده ایم که مشخص شد که بین سواد رسانه ای مکتوب و و پایگاه اقتصادی واجتماعی هیچ نوع رابطه ای وجود ندارد و برخلاف آن بین سواد رسانه ای اینترنتی با پایگاه اجتماعی و اقتصادی رابطه ی معناداری وجود دارد ؛ به طور کلی می توان گفت که بین سواد رسانه ای آموزگاران آموزش و پرورش با توسعه مدل تفکر انعکاسی رابطه ی معناداری داشته و تاثیر مثبتی می تواند داشته باشد.

#### منابع و مأخذ :

- ایزدی، رضا، (۱۳۸۰)، فناوری های نوین و آموزش مولد، نشر دیدار.
- اتکینسون، دیوید و مارک رابوی (۱۳۸۴)، رادیو- تلویزیون خدمت عمومی (چالش قرن بیست و یکم)، ترجمه مرتضی ثاقب فر، تهران: انتشارات سروش.
- ارجمندی، غلامرضا، ۱۳۸۵. مهارت های سواد رسانه ای. در کتاب مهارت های زندگی (۱) ویراستار دکتر بهمن زندی، ۹۰-۶۵. تهران: انتشارات دانشگاه پیام نور.
- انتخابی، امیر. شهرود و رجبی، سید مسعود، ۱۳۸۷، بررسی و تحلیل سطوح مختلف سواد رسانه ای، پژوهشنامه سواد رسانه ای، انتشارات مرکز تحقیقات استراتژیک، مجمع تشخیص مصلحت نظام.
- باکینگهام، دیوید؛ ۱۳۸۹. آموزش رسانه ای، ترجمه حسین سرافراز، چاپ اول، تهران: ناشر دانشگاه امام صادق (ع).
- حافظنیا، محمدرضا (۱۳۸۳). مقدمه ای بر روش تحقیق در علوم انسانی، چاپ دهم، تهران: سمت.
- دوبونو، ادوارد ( ۱۳۸۰ ) ؛ «تفکر جانبی ، فن آموزی جدید در مدیریت ذهنی؛ ترجمه عباس بشارتیان، شرکت چاپ قدس
- آراسته، حمیدرضا (۱۳۸۱). " دانشگاه مجازی، مؤسسه پژوهش و برنامه ریزی آموزش عالی". مجله ی رهیافت، شماره ۲۸، زمستان.

اینگرید و ریکمایر ۱۳۸۲، ضرورت آموزش رسانه، ترجمه محمد رضا حسن زاده، تهران: فصلنامه پژوهش و سنجش، شماره ۳۳، سال دهم.

بیران، صدیقه، ۱۳۸۲، سواد رسانه ای در برخورد با خشونت رسانه ای، روزنامه ایران، ۲۳ مهرماه ف شماره ۲۶۰۹.

بصیریان، حسین و رضا، ۱۳۸۵، درآمدی به سواد رسانه ای و تفکر انتقادی، فصلنامه رسانه، سال هفدهم، شماره ۴

بلیغ، ناصر، ۱۳۸۹، درآمدی بر سواد رسانه ای، ماهنامه علمی تخصصی صدای جمهوری اسلامی ایران، سال دوم، شماره ۷

بهشتی، زهرا. (۱۳۸۳). "بررسی نقش آموزش الکترونیکی در حل مشکلات آموزش سنتی". تهران: مجموعه مقالات دومین همایش آموزش الکترونیکی .

پاتر، جیمز، ۱۳۸۵، تعریف سواد رسانه ای، ترجمه لیدا کاووسی، فصلنامه رسانه، سال هفدهم، شماره ۴

تومن، الیزابت، ۱۳۸۰، مهارت ها و راهبردهای آموزشی

رسانه ایف ترجمه حسن نورایی بیدختف فصلنامه رسانه، سال دوازدهم، شماره اول

چشم‌براه، محسن (۱۳۸۰). "گذری بر نقش فن‌آوری اطلاعات در بهداشت و درمان". نشریه‌ی صنایع، شماره ۲۹، زمستان

رضایی بایندر، محمد رضا، ۱۳۸۲، بررسی نقش رسانه در آموزش مهارت های شهروندی و رفتارهای مدنی، فصلنامه پژوهش و سنجش، شماره ۳۳

سپاسگر، ملیحه، ۱۳۸۵، رویکرد علمی به سواد رسانه ای، فصلنامه پژوهش و سنجش، سال دوازدهم، شماره ۴۴

سلطانی فر، محمد، ۱۳۸۷ تحلیل وضعیت سواد اینترنتی دانش آموزان سال سوم دبیرستان شهر تهران ۱۳۸۶-۱۳۸۵ در مقایسه با مربیان و والدین آن ها، فصلنامه نوآوری های آموزشی، شماره ۲۷، سال هفتم، دوره پاییز .

شمسی فرد، مهرنوش و دهداری، زهره (۱۳۸۳). "سیستم آموزشی هوشمند مبتنی بر هستان شناسی". تهران، مجموعه مقالات دومین همایش آموزش الکترونیکی.

قاسمی، طهمورث، ۱۳۸۵، سواد رسانه ای رویکرد جدید به نظارت، فصلنامه رسانه، سال هفدهم، شماره ۴

قاسمی، محمد. ۱۳۸۸. بررسی نقش رسانه ها در ایجاد همگرایی ملی و امنیت پایدار . فصلنامه نظم و امنیت انتظامی. شماره سوم. سال دوم