

## بررسی ضرورت آموزش سواد رسانه‌ای کودکان و نوجوانان از نگاه متخصصان آموزش و پرورش شهر تهران

سیده معصومه مظلوم نیکو

آموزگار آموزش و پرورش، رشته تربیت مربی پیش دبستان، منطقه ۱۲ تهران، ایران Mahsa.Mazloom1393@gmail.com

### چکیده

زمینه و هدف: امروزه در عصری زندگی می‌کنیم که انسان خواه و ناخواه در شرایط اشباع رسانه ای قرار دارد فضای پیرامون سرشار از اطلاعات است در برابر چنین فضایی تعیین و تجویز یک رژیم مصرف رسانه ای امری نه تنها ضروری بلکه حیاتی است. در این فرآیند نظام آموزش و پرورش از اهمیت خاصی برخوردار است چرا که کودکان و نوجوانان از اصلی ترین و آسیب پذیرترین اقشار جامعه هستند و لذا ایجاد زمینه های شناختی و انگیزشی لازم در این قشر و آموزش سواد رسانه ای به آنان امری انکارناپذیر است.

روش تحقیق: روش تحقیق به کار رفته در این طرح " روش توصیفی " از نوع پیمایشی است. جامعه آماری این تحقیق متخصصان حوزه آموزش و پرورش شهر تهران می باشد. در این تحقیق پس از جمع آوری داده ها و کنترل و بازبینی آنها پرسشنامه کد گذاری شده سپس تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از نرم افزار SPSS که ویژه آزمون های آماری در علوم اجتماعی می باشد.

یافته‌ها و نتیجه‌گیری: متخصصان نظام آموزش و پرورش با آگاهی از کارکرد رسانه ها به اهمیت و ضرورت آموزش سواد رسانه ای در عصر حاضر پی برده و در برنامه ریزی های خود در عناوین درسی مدارس بگنجانند

**واژه‌های کلیدی:** سواد رسانه‌ای، آموزش، کودکان و نوجوانان

## مقدمه

در دنیای امروز چالش های اطلاعاتی درباره چگونگی نحوه استفاده از اطلاعات است، زیرا که ما در محیطی زندگی می کنیم که بسیار متفاوت از شرایطی است که اجداد مان طی کرده اند، محیطی که با هر قدم تغییرات زیادی ایجاد می شود و با توجه به تعدد و تکثر کانال های تلویزیونی، رشد و توسعه تکنولوژی های جدید رسانه ای پیام ها دائما در حال انتقال هستند و مخاطبان خود را با اشباع رسانه ای و بمباران اطلاعاتی مواجه می بینند. (رجبی، ۱۳۹۵). در دنیای معاصر اطلاع رسانی پیچیدگی های فراوانی دارد. فهم و درک انسان ها از اتفاقات و رویدادهای اطراف خود روز به روز اهمیت بیشتری پیدا می کند. افراد متفاوت ممکن است از یک رویداد و اتفاق واحد برداشت و نگرش ثابتی نداشته باشند زیرا سطح تجربیات افراد مختلف است و رسانه ها نیز عوامل را از دیدگاه های گوناگون مورد بررسی قرار می دهند (رجبی، ۱۳۹۵).

عصر جدید عصری است که به سمت مخاطب فعال، انتخابگر و گزینشگر می رود و انسان برای آنکه بتواند در یک جامعه رسانه ای شده عملکرد مطلوبی داشته باشد باید اشکال مختلف رسانه ها را از یکدیگر تشخیص داده تا به مخاطب بی سواد، بی هویت و مصرف کننده صرف تبدیل نشود تلافی رسانه و تکنولوژی در فرهنگ جهانی روش یادگیری ما درباره دنیا را به چالش کشیده و آموزش بطور اساسی تغییر کرده دیگر توانایی خواندن و نوشتن کلمات چاپی کافی نیست بلکه کودکان، نوجوانان و حتی بزرگسالان باید توانایی تحلیل، بررسی و نقد مطالب رسانه ها را داشته باشند تا در برابر پیام رسانه های مختلف از حالت انفعال و مصرف کننده صرف خارج شده و بر اساس نیازهای اطلاعاتی شان دست به انتخاب بزنند و خود را در معرض هر گونه پیامی قرار ندهند. (بصیریان جهرمی، ۱۳۹۷).

در مقاله "سواد رسانه ای در آینده" سعی می کند "فرد" را در کانون توجه قرار دهد. وی مواجهه افراد با رسانه های مختلف را دارای اهمیت بسیار می داند و می گوید کنترل و تسلط بر سواد رسانه ای می تواند موجب شود که امکان تمایزگذاری میان واقعیت و آنچه رسانه ها تصویر می کنند به دست آید. پاتر در حالی که آموزش سواد رسانه ای را برای جوامع ضروری می خواند بر ارتقاء آن در طول زمان تاکید دارد زیرا که این موضوع از آنجایی که رسانه ها و دنیای واقعی پیوسته در حال تغییر اند، فرآیندی است که هرگز پایان نمی یابد. (پاتر، ۲۰۱۵).

حال چطور می توانیم به سلاح علم و آگاهی برای تفکیک و تمیز کردن پیام رسانه ها مجهز شویم؟ آیا می توانیم خریدن، خواندن، تماشا کردن و گوش دادن انواع رسانه ها را متوقف کنیم؟ یا اینک جلوی امواج رسانه ای را بگیریم؟ آیا با روش های کنونی تعلیم و تربیت می توان آموزش های لازم برای مقابله با هجوم اطلاعات را داد؟ در پاسخ به این سوالات باید گفت که نه می توان خواندن و تماشا کردن را متوقف کرد و نه جلوی امواج رسانه ای را گرفت، بلکه باید با توجه به رشد روز افزون تکنولوژی های رسانه ای آموزش های مرتبط با نحوه استفاده و بهره مندی بهتر از این امکانات را ارائه کرد. در واقع مخاطبان در برخورد با رسانه ها باید از سطح دانش بالایی برخوردار باشند یعنی بتوانند روابط حاکم میان اجزاء و عناصر را درک نمایند و عمیق فکر کردن و دانستن را بیاموزند و از تفکرات سطحی اجتناب نمایند زیرا محصول یادگیری مهم نیست بلکه فرآیند یادگیری که همان قدرت استدلال و تجزیه تحلیل، ارزشیابی و خلاقیت و پویایی است مهم است و این همان نکته ای است که به آن "سواد رسانه ای" می گویند.

سواد رسانه ای در عصر حاضر پایه و اساس آینده جامعه آگاه را تشکیل می دهد و موجب تقویت و جامعه می شود. سواد رسانه ای با دادن بینش و دانش لازم به قدرتمند کردن ساختارهای دموکراتیک مخاطبین توانایی آنها را در تجزیه و تحلیل، تفسیر و تولید پیام ها و اطلاعات بالا برده و قصد هوشیاری و اختیار بخشی به مخاطبان را دارد (سلطانی، ۱۳۹۷).

پیشرفت های اخیر در صنعت رایانه، ظهور شبکه های اطلاع رسانی بین المللی چند رسانه ای، فناوری های اطلاعاتی و ارتباطی چالش های جدیدی را پیش روی برنامه ریزان و مراکز آموزشی قرار داده است و شیوه های تعلیم و تربیت را نیز دگرگون کرده است و این حوزه نیازمند تغییر و تحول بر اساس مقتضیات این عصر است تا فراگیران را برای چالش های زندگی در حال تغییر و غیرقابل پیش بینی آماده سازد. سواد رسانه ای به یک قشر خاصی مثل افراد تحصیل کرده اختصاص ندارد و می تواند همه افراد جامعه را از کودک گرفته تا کهنسال در بر گیرد، بطوری که امروزه در کشورهایی چون کانادا و ژاپن که

سردمداران آموزش سواد رسانه ای در جهان هستند، موضوع سواد رسانه ای را جزو عناوین درسی مدارس خود قرار داده اند. در حالی که متاسفانه در ایران حتی اغلب دانشجویان رشته ارتباطات با این مقوله آشنایی چندانی ندارند. بنابراین با توجه به ضرورت و اهمیت آموزش سواد رسانه ای و پیشرفت های قابل ملاحظه ای که در زمینه آموزش سواد رسانه ای در سطح جهان صورت گرفته جایگاه این آموزش در کشورمان کجاست؟ و اصولاً آموزش سواد رسانه ای باید از چه دوره سنی و یا در چه مقطع زمانی آغاز شود؟ (قاسمی، ۱۳۹۶)

با نگاهی گذرا به برخی از کشورهایی که به مقوله آموزش سواد رسانه ای پرداخته اند در می یابیم که بسیاری از این کشورها آموزش سواد رسانه ای را از دوران کودکی و نوجوانی و از پایه شروع کردند و این دوران را بهترین زمان برای شروع آموزش می دانند و با گنجانیدن موضوع سواد رسانه ای در عناوین درسی به آموزش های لازم در این زمینه پرداخته اند. به همین دلیل نظام آموزش و پرورش همانگونه که در مقابل سواد خواندن و نوشتن کودکان و نوجوانان مسئول است در برابر آموزش سواد رسانه ای آنها نیز با کمک متخصصان و نهادها حرفه ای مسئولیت خطیری بر عهده دارد. در این بین مسئولان، مدیران و معلمان حوزه آموزش و پرورش نقش کلیدی در تدوین برنامه ها و اجرای طرح آموزش سواد رسانه ای به کودکان و نوجوانان دارند (حبیبی نیا، ۱۳۹۹).

در این تحقیق سعی شده تا به بررسی ضرورت آموزش سواد رسانه ای کودکان و نوجوانان از دیدگاه مدیران و متخصصان آموزش و پرورش بپردازد تا با توجه به الزامات و ضرورت های پیش رو راه های رسیدن به یک محتوای آموزشی مناسب جامعه ایرانی برای پر کردن شکاف موجود میان وضعیت آموزش سواد رسانه ای در ایران پیدا شود. با توجه به مسائل مطرح شده به نظر می رسد برای آنکه سواد رسانه ای در میان کودکان و نوجوانان فراگیر شود باید نسبت به آموزش آن بر اساس مقتضیات زمانی، مکانی و مسائل بومی همت گماشت.

### فرضیه های تحقیق

۱. به نظر می رسد بین آموزش سواد رسانه ای کودکان و نوجوانان و شناخت متخصصان آموزش و پرورش از رسانه رابطه معنی داری وجود دارد
۲. به نظر می رسد بین آموزش سواد رسانه ای کودکان و نوجوانان و نبود آموزش آن در مدارس رابطه معنی داری وجود دارد.
۳. به نظر می رسد بین آموزش سواد رسانه ای کودکان و نوجوانان و استفاده هدفمند آنها از رسانه ای رابطه معنی داری وجود دارد.

### مبانی نظری

سواد رسانه ای

توانایی دسترسی، تجزیه و تحلیل و بررسی، ارزیابی و برقراری ارتباط با پیام رسانه ها در اشکال مختلف است و مجموعه ای از چشم اندازه ها است که مخاطب به طور فعالانه وقتی در معرض رسانه ها قرار می گیرد از آن استفاده می کند. توسعه اجتماعی: عبارت است از کلیه کنش هایی که به منظور سوق دادن جامعه بسری تحقق مجموعه منظمی از شرایط زندگی فردی و جمعی صورت می گیرد که بر فعالیت نهادهای اجتماعی (بهداشت، تغذیه، خدمات و تأمین اجتماعی، اشتغال و ... ) و فرهنگی (مشارکت، انتخابات، آزادی) توجه دارد.

برنامه ریزی آموزشی

سازماندهی یا اصلاح فعالیت ها، تجهیز منابع و امکانات آموزشی برای تحقق بهتر اهداف آموزشی

استفاده هدفمند از رسانه ها

مخاطبان بتوانند بر اساس آگاهی و شناخت خود از رسانه ها به میزان مناسب از رسانه ها استفاده نمایند که توان گزینشگری و انتخاب درست پیام رسانه ها را داشته باشند.

شناخت متخصصان از رسانه ها:

آگاهی متخصصان از نقش و کارکرد هر یک از رسانه های مکتوب، دیداری و شنیداری با توجه به نیازشان در زمان مشخص است (حسین‌زاده، ۱۳۹۰).

### ویژگی کودکان و نوجوانان برای آموزش سواد رسانه ای

مخاطبان اصلی آموزش سواد رسانه ای کودکان و نوجوانان هستند. دلایل آن هم چندان پیچیده نیست دانش و تجربه کم این گروه و در نتیجه نیاز بیشتر آنها به آموزش یادگیری از یک طرف و مقرون به صرفه بودن آموزش برای آنها از نظر طول مدت بازده سرمایه گذاری آموزشی از طرف دیگر بیش از سایر گروه ها توجه برنامه ریزان این حوزه را به خود جلب کرده است. نکته مهم تر آن است که میزان در معرض قرار گرفتن این گروه از سایر گروه ها بیشتر است البته این بدین معنا نیست که برای گروه های بزرگسال نباید آموزش داد. بلکه بزرگسالان اعم از معلمان و اولیا در زمره مشتریان بالقوه آموزش سواد رسانه ای هستند. (ارجمندی، ۱۳۹۴).

یکی از ویژگی های مهم کودکان شناخت محدود آنها از کلیه جنبه های جهان مادی و اجتماعی که در آن زندگی می کنند است همه ما شناخت درباره جهان را در طول زندگی به دست می آوریم اما مهمترین بخش فراگیری معمولا در دوران کودکی صورت می گیرد زیرا کودکی دورانی است که افراد باید چیزهایی که عمل به آنها در حیطه فرهنگ شان لازم است فراگیرند آنها یاد می گیرند که چگونه با مردم، حیوانات، گیاهان، اشیاء، ایده ها و روح ها برخورد کنند. کودکان از این طریق به انسان کامل و عضو رسمی یک گروه فرهنگی و اجتماعی مبدل می شوند بنابراین این کودکان در حالی به رسانه روی می آورند که در مقایسه با بزرگسالان در مورد سازندگان برنامه های تلویزیونی شناخت کمتری در مورد جهان مادی و معنوی دارند این مسئله به مفاهیم چندی در مورد رابطه متقابل کودکان و رسانه ها اشاره دارد

۱- کودکان ممکن است در صورت نداشتن آگاهی پس زمینه ای لازم برای فهم محتوای برنامه یا از فهم آن عاجز باشند و یا آن را غلط درک کنند.

۲- کودکان ممکن است محتوای برنامه را به عنوان اطلاعات دقیق پذیرا باشند در حالی که از نظر افراد دارای شناخت و آگاهی اطلاعات به شکل دیگری ارزیابی شوند.

۳- کودکان ممکن است بدون توجه به اهداف انگیزه های تولید و پخش برنامه به ارزیابی بپردازند کودکان آشکارا کنجکاو و مشتاق فراگیری اند و این ویژگی آنها هنگامی که موجب طرح پرسش های بیشتر و تلاش برای سر در آوردن از همه چیز و همه جا و انجام اعمال ناگوار می شود ناراحتی بزرگسالان را فراهم می کند کنجکاوی و میل به فراگیری جزو جدایی ناپذیر دوران کودکی هستند

کودکان علی رغم اشتیاق به فراگیری فقط به ترویج مهارت ها و آگاهی های پس زمینه ای لازم برای فراگیری موثر و کارآمد را کسب می کنند توانایی های کودکان برای شناخت چیزهایی مهم و گزینش آن از میان موضوع های دیگر در مقایسه با بزرگسالان محدود است زیرا توجه و حافظه آنان کوتاه مدت است کودکان ابزار و فنونی را که بسیاری از بزرگسالان برای جلوگیری از پرت شدن حواسشان و به خاطر آوری چیزها به کار می برند در اختیار ندارند همچنین آنان قادر نیستند به اندازه بزرگسالان قدرت درک و تشخیص داشته باشند.

ما با کودکان سرو کار داریم که:

۱- شناختی از دنیای مادی و معنوی ندارند

۲- مشتاق فراگیری اند

۳- فقط به طور نسبی به ابزارهای لازم برای فراگیری مجهز اند. برای رسانه ها همین ویژگی ها کافی است که کودکان را در مقایسه با بزرگسالان مخاطبانی خاص می سازد همین مسئله آنها را مورد جلب برای بررسی می کند.

### جایگاه سواد رسانه ای در نظام آموزش کشور

همانطور که اشاره شد اهمیت سواد رسانه ای در دنیای امروز کمتر از سواد خواندن و نوشتن نیست. به همان اندازه که سواد خواندن و نوشتن از ضروریات زندگی اجتماعی افراد به حساب می آید سواد رسانه ای نیز در عصر پر تلاطم اطلاعات که هر روز

خود را در مواجهه با رسانه‌های گوناگون شنیداری، دیداری و نوشتاری می‌یابیم از اهمیت دو چندان برخوردار می‌باشد. چرا که بدون این سواد نمی‌توان گزینش‌های صحیح از پیام‌های رسانه‌ای داشت و خود را در برابر پیام‌های رسانه‌ها بیمه کرد و این خود زمینه‌سازی برای آموزش این نوع سواد را در کنار سواد خواندن و نوشتن در نظام آموزشی کشور ایجاد می‌کند. در این بین نهادهای اجتماعی - آموزشی همچون آموزش و پرورش، دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی به عنوان متولیان امر آموزش و تربیت انسان نقش عمده‌ای بر عهده دارند. نهاد آموزش و پرورش به عنوان اولین نهاد آموزشی که فرد به عنوان عضوی از جامعه با آن آشنا می‌شود نقش اصلی را بر عهده دارد. در این نهاد می‌توان با گنجاندن واحدهای درسی در دوره‌های تحصیلی زمینه را برای طرح موضوع سواد رسانه‌ای ایجاد کرد و در مقاطع تحصیلی بالاتر به عنوان واحد درسی به طور جدی تری به آن پرداخته شود. حمایت نهادهای آکادمیک از طریق گنجاندن مفاهیم سواد رسانه‌ای در کتب درسی دانش‌آموزان و دروس دانشکده‌های ارتباطات نیز می‌تواند مفید باشد. از این دیدگاه آموزش سواد رسانه‌ای به دانش‌آموزان و دانشجویان اهداف متعددی را دنبال می‌کند که مهمترین آنها عبارتند از:

۱. ایجاد تفکر خلاقانه، انتقادی و موشکافانه در دانش‌آموزان و دانشجویان نسبت به محتوا و عملکرد رسانه‌ها
۲. شناخت اشکال بصری ارتباط با استفاده از آن در کنار سایر مهارت‌های خواندن، نوشتن، صحبت کردن و گوش دادن حتی خود رسانه‌ها به خصوص روزنامه‌ها نیز با توجه به جغرافیای مخاطبان خود می‌توانند مفاهیم مرتبط با سواد رسانه‌ای را منعکس کنند. متأسفانه امروزه نه تنها این موضوع در آموزش و پرورش و دانشگاه‌ها مورد توجه قرار نمی‌گیرد بلکه حتی در رشته ارتباطات هم کم توجهی شده این در حالی است که کشورهای پیشرفته برای بالا بردن سواد رسانه‌ای در جامعه اهمیت ویژه‌ای برای نسل جوان قائل می‌شوند و آنها را از سنین پایین آموزش می‌دهند. البته سواد رسانه‌ای اختصاص به گروه یا طبقه خاصی ندارد و همه افراد جامعه را در بر می‌گیرد اما به دلیل اینکه در سنین نوجوانی ظرفیت پذیرش بالاتری وجود دارد سواد رسانه‌ای بیشتر برای کودکان و نوجوانان مطرح است. در انگلیس سواد رسانه‌ای به عنوان دروس پایه در مدارس این کشور تدریس می‌شود. هدف از تدریس این درس استفاده درست از رسانه است. در کشورهایی نظیر ژاپن و کانادا نیز موضوع سواد رسانه‌ای به طور مشخص از حدود سه دهه قبل بررسی می‌شود. در این کشورها سواد رسانه‌ای آنقدر اهمیت داشت که آن را به عنوان یک ماده درسی در میان مواد درسی دوره‌های تحصیلی راهنمایی با مقطع دیپلم به رسمیت شناختند و حتی آن را برای سنین بزرگسال و مقاطع تحصیلی بالاتر نیز طراحی کردند. آنها این هدف را دنبال می‌کردند که به افراد بیاموزند رسانه چیست و تفاوت آن با دنیای اطراف آن چگونه است. اما قدمت ادبیات سواد رسانه‌ای در کشور ما به بیش از ده سال نمی‌رسد و همچنان از آن به مفهوم جدیدی یاد می‌شود. این در حالی است که باید در عرصه آموزش رسانه‌ای و سواد رسانه‌ای ادبیات تولید کنیم (ساروخانی، ۱۳۹۸).

### روش تحقیق

با توجه به اینکه تحقیق حاضر به جمع‌آوری اطلاعات برای آزمون فرضیات با پاسخ به سوالات مربوط به وضعیت فعلی می‌پردازد روش تحقیق به کار رفته در این طرح " روش توصیفی " از نوع پیمایشی است که از طریق پرسشنامه ضرورت آموزش سواد رسانه‌ای کودکان و نوجوانان از نگاه متخصصان آموزش و پرورش بررسی می‌شود و اینکه به نظر آنان تا چه اندازه آموزش سواد رسانه‌ای برای کودکان و نوجوانان ضروری است.

جامعه آماری این تحقیق متخصصان حوزه آموزش و پرورش شهر تهران می‌باشد.

در این تحقیق پس از جمع‌آوری داده‌ها و کنترل و بازبینی آنها پرسشنامه‌ها کد گذاری شده سپس تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم افزار SPSS که ویژه آزمون‌های آماری در علوم اجتماعی می‌باشد صورت گرفت. برای اثبات فرضیه‌ها و پاسخ به سوالات تحقیق با توجه به مقیاس فاصله‌ای از جداول فراوانی و نمودارها برای توصیف اطلاعات و روش استنباطی به کمک آزمون پیرسون استفاده شده است.

### یافته‌ها

فرضیه اول: بین آموزش سواد رسانه ای کودکان و نوجوانان و شناخت متخصصان آموزش و پرورش از رسانه ها رابطه معناداری وجود دارد.

جدول شماره ۱: توزیع فراوانی پیرسون رابطه بین ضرورت آموزش سواد رسانه ای کودکان و نوجوانان و شناخت متخصصان آموزش و پرورش از رسانه ها

	شناخت مدیران از رسانه ها و تکنولوژی های نوین ارتباطی	ضرورت آموزش سواد رسانه‌ای به کودکان و نوجوانان
<b>Pearson Correlation</b>	۱	۰,۱۲۸
<b>Sig. (1-tailed)</b>	-	۰,۲۵۷
<b>N</b>	۸۰	۸۰
<b>Pearson Correlation</b>	۰,۱۲۸	۱
<b>Sig. (1-tailed)</b>	۰,۲۵۷	-
<b>N</b>	۸۰	۸۰

از جدول فوق بر می آید میزان آزمون پیرسون ۱۲۸ / با سطح معنی داری ۲۵۷ / می باشد با توجه به اینکه سطح معنی داری کوچکتر از ۰.۱ / می باشد بنابر این فرضیه صفر در سطح معنی داری ۰.۱ / رد شده است. بنابر این با اطمینان ۹۹ درصد می توان اظهار داشت که بین شناخت متخصصان از رسانه ها و آموزش سواد رسانه ای کودکان و نوجوانان رابطه معناداری وجود دارد و فرضیه اول مورد تأیید است البته با توجه به پایین بودن میزان پیرسون این ارتباط در حد پایین می باشد هر چه متخصصان حوزه آموزش و پرورش از نحوه استفاده رسانه ها اطلاع داشته باشند نسبت به مقوله سواد رسانه ای آشنایی بیشتری دارند.

فرضیه دوم: بین سواد رسانه ای کودکان و نوجوانان و نبود آموزش آن در مدارس رابطه معنی داری وجود دارد

جدول شماره ۲: توزیع فراوانی پیرسون رابطه بین سواد رسانه ای کودکان و نوجوانان و نبود آموزش در مدارس

	نبود آموزش سواد در مدارس	ضرورت آموزش سواد رسانه‌ای به کودکان و نوجوانان
<b>Pearson Correlation</b>	۱	۰,۷۸۳
<b>Sig. (1-tailed)</b>	-	۰,۰۰۰
<b>N</b>	۸۰	۸۰
<b>Pearson Correlation</b>	۰,۷۸۳	۱
<b>Sig. (1-tailed)</b>	۰,۰۰۰	-
<b>N</b>	۸۰	۸۰

از جدول فوق بر می آید میزان آزمون پیرسون ۷۸۳ / با سطح معنی داری صفر می باشد با توجه به اینکه سطح معنی داری کوچکتر از ۱ می باشد بنابر این فرضیه صفر در سطح معنی داری ۰.۱ / رد شده است.

بنابر این با اطمینان ۹۹ درصد می توان اظهار داشت بین سواد رسانه ای کودکان و نوجوانان و نبود آموزش آن در مدارس رابطه معنی داری وجود دارد و فرضیه دوم مورد تأیید است.

با توجه به بالا بودن ضریب پیرسون این ارتباط در سطح بالایی قرار دارد بدین معنا که به دلیل نبود برنامه آموزشی سواد رسانه ای در سطح مدارس کشور موجب شد تا کودکان و نوجوانان با مقوله سواد رسانه ای آشنایی نداشته باشند.

فرضیه سوم: بین آموزش سواد رسانه ای کودکان و نوجوانان و استفاده هدمند آنها از رسانه ها رابطه معنی داری وجود دارد.

جدول شماره ۳: توزیع فراوانی پیرسون رابطه بین آموزش سواد رسانه ای کودکان و نوجوانان و استفاده هدفمند

آنها از رسانه ها

	استفاده هدفمند کودکان و نوجوانان از رسانه‌ها	ضرورت آموزش سواد رسانه‌ای به کودکان و نوجوانان
<b>Pearson Correlation</b>	۱	۰,۶۴۱
<b>Sig. (1-tailed)</b>	-	۰,۰۰۰
<b>N</b>	۸۰	۸۰
<b>Pearson Correlation</b>	۰,۶۴۱	۱
<b>Sig. (1-tailed)</b>	۰,۰۰۰	-
<b>N</b>	۸۰	۸۰

از جدول فوق بر می آید میزان آزمون پیرسون ۶۴۱ / با سطح معنی داری صفر می باشد با توجه به اینکه سطح معنی داری کوچکتر از ۰/۱ می باشد بنابر این فرضیه صفر در سطح معنی داری ۰/۱ رد شده است. بنابراین با اطمینان ۹۹ درصد می توان اظهار داشت بین سواد رسانه ای کودکان و نوجوانان و استفاده هدفمند آنان از رسانه ها رابطه معناداری وجود دارد و فرضیه سوم مورد تأیید است. با توجه به بالا بودن ضریب پیرسون این ارتباط در سطح بالایی قرار دارد یعنی وجود آموزش سواد رسانه ای موجب می شود تا کودکان و نوجوانان از رسانه ها استفاده هدفمند داشته باشند. در واقع کودکان با فراگیری و آموزش سواد رسانه ای می توانند از اهداف پیدا و پنهان رسانه ها آشنا یابند.

### نتیجه گیری

در فرضیه اول که رابطه بین شناخت متخصصان آموزش و پرورش از رسانه ها و آموزش سواد رسانه ای کودکان و نوجوانان مورد بررسی قرار گرفت بر اساس آزمون پیرسون به این نتیجه رسیدیم که رابطه معنی داری بین شناخت متخصصان از رسانه ها و آموزش سواد رسانه ای وجود دارد با توجه به اینکه نمونه مورد نظر از متخصصان حوزه آموزش و پرورش کشور هستند نیازمند این موضوع هستیم که تا چه اندازه متخصصانی که خود تدوین کننده محتوای آموزشی برای نظام آموزش کشور هستند اولاً نسبت به رسانه ها و کارکرد شان آشنایی دارند. در ثانی این آگاهی از رسانه ها تا چه اندازه می تواند آنان را نسبت به مقوله آموزش سواد رسانه ای برای کودکان و نوجوانان حساس نماید در واقع متخصصان نظام آموزش و پرورش با آگاهی از کارکرد رسانه ها به اهمیت و ضرورت آموزش سواد رسانه ای در عصر حاضر پی برده و در برنامه ریزی های خود در عناوین درسی مدارس بگنجانند.

در فرضیه دوم که رابطه بین آموزش سواد رسانه ای کودکان و نوجوانان و نبود آموزش آن در مدارس مورد بررسی قرار گرفت بر اساس آزمون پیرسون به این نتیجه رسیدیم که رابطه معنی داری بین آموزش سواد رسانه ای و نبود آموزش آن در مدارس وجود دارد در این فرضیه مشخص شد که عدم آشنایی کودکان و نوجوانان با مقوله سواد رسانه ای به این موضوع بر می گردد که هیچ گونه آموزشی در خصوص سواد رسانه ای در نظام آموزش رسمی کشور وجود ندارد به همین دلیل کودکان و نوجوانان ما نمی توانند استفاده درست و درکی از اهداف پیدا و پنهان رسانه ها داشته باشند. آموزش سواد رسانه ای از کار آمد ترین امکاناتی است که دولت می تواند و باید برای تحقق آموزش و پرورش رایگان و خصوصاً تسهیل و تعمیم، آموزش عالی بکار گیرد موضوعی که متأسفانه تا به امروز مغفول مانده است این موضوع نیازمند توجه جدی دولت و نظام آموزشی کشور است. بر اساس مطالعات صورت گرفته در سند تحول بنیادین نظام آموزش و پرورش کشور که اخیراً از آن رونمایی شده در می یابیم که هر چند راهکارهایی در ارتباط با موضوع رسانه و استفاده از تکنولوژی ها در سطح مدارس به خصوص برای ارتقای سطح آگاهی معلمان مطرح شده است، ولی متأسفانه به گنجانیدن موضوع آموزش سواد رسانه ای در عناوین درسی مدارس توجه نشده و جای خالی آن در این سند مهم کماکان احساس می شود. دیدگاه فریبره نیز این فرضیه را تایید می کند وی نقش حقیقی

آموزش و پرورش را تربیت افرادی می‌داند که آگاهانه و به طور فعال برای ساختن فرهنگ و تاریخ اقدام می‌کنند در واقع نقش نظام آموزشی و مدرسه در ساخت تمدن و فرهنگ نقش مهمی است که زمینه آن آگاهی مخاطبان از تحولات پیرامون بر اساس آموزش روحیه کنجکاوی و نقادی دانش آموزان میسر است.

در فرضیه سرم که رابطه بین آموزش سواد رسانه ای کودکان و نوجوانان و استفاده هدفمند آنها از رسانه ها مورد بررسی قرار گرفت بر اساس آزمون پیروسون به این نتیجه رسیدیم که رابطه معنی داری بین آموزش سواد رسانه ای و استفاده هدفمند کودکان و نوجوانان از رسانه ها وجود دارد. بر اساس این رابطه به این نتیجه می‌رسیم که اگر آموزش سواد رسانه ای در مدارس به کودکان و نوجوانان داده شود آنها می‌توانند از رسانه ها بهتر استفاده نمایند امروزه دغدغه بسیاری از والدین ترس از استفاده کودکان و نوجوانان از رسانه هایی است که ناهنجاری ها را در جامعه ترویج می‌دهند برای جلوگیری از تحت تاثیر قرار گرفتن آنان از رسانه ها باید آنان را به دانش سواد رسانه ای مجهز کرد تا با گسترش حس کنجکاوی و نقادی آنان را از مصرف کننده صرف به مخاطب فعال تبدیل کرد.

دیدگاه فریره نیز این فرضیه را تایید می‌کند و در همین زمینه می‌گوید آموزش تلقینی یکی از خطرناکترین صور محیطی است که روند ستم پذیری را رواج می‌دهد مهمترین ویژگی این نوع داده شود آنها می‌توانند از رسانه ها بهتر استفاده نمایند امروزه دغدغه بسیاری از والدین ترس از استفاده کودکان و نوجوانان از رسانه هایی است که ناهنجاری ها را در جامعه ترویج می‌دهند برای جلوگیری از تحت تاثیر قرار گرفتن آنان از رسانه ها باید آنان را به دانش سواد رسانه ای مجهز کرد.

در چنین شرایطی حقیقت این است که عقل انسان از فرصت نوآوری محروم می‌شود زیرا نه سوال می‌کند و نه وارد عمل می‌شود. و بدین ترتیب بعید نیست که این نظام بانکی موجوداتی سازگار با محیط، رام و فرمانبر تحویل جامعه بدهد از دیدگاه این افراد، انسان تنها تماشاگر است و قادر به نقش آفرینی نیست، انسان عقل تهی و فارغی است که آماده دریافت چیزهایی است که در جهان انباشته شده است.

بنابر این وقتی کودکان و نوجوانان با توجه به رشد تکنولوژی های جدید ارتباطی و اطلاعاتی هنوز از طریق شیوه های سنتی آموزش ببینند نمی‌توان آنها را مخاطبان فعال جامعه دانست که در استفاده از رسانه ها روشی منطقی با حس کنجکاوی و نقادی در پیش گیرند این دانش آموزان مخاطبانی منفعل و استفاده کننده صرف رسانه ها هستند که قدرت درک و تجزیه و تحلیل پیام رسانه را ندارند.

## منابع

۱. الوین، تافلر، موج سوم، ترجمه شهیندخت خوارزمی، ۱۳۹۳
۲. ساروخانی، باقر، جامعه شناسی ارتباطات، نشر اطلاعات، ۱۳۹۸
۳. بصیریان جهرمی، حسین و رضا، درآمدی بر سواد رسانه ای و تفکر انتقادی، فصلنامه رسانه، ۱۳۹۶
۴. شکر خواه، یونس، سواد رسانه ای یک مقاله عقیده ای، فصلنامه رسانه، ۱۳۹۶
۵. بیران، صدیقه، سواد رسانه ای در برخورد با خشونت رسانه ای، روزنامه ایران، ۲۳ مهر ۱۳۹۲، شماره ۲۶۰۹
۶. قاسمی، طهمورث، سواد رسانه ای رویکردی جدید به نظارت، فصلنامه رسانه، ۱۳۹۶
۷. حسین زاده، منصور، تاریخ مجلات کودکان و نوجوانان از آغاز پیروزی انقلاب، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها، ۱۳۹۰
۸. اسدی، علی، افکار عمومی و ارتباطات، تهران، سروش، ۱۳۹۱
۹. براون، جیمز، رویکردهای سواد رسانه ای، ترجمه پیروز ایزدی، ۱۳۹۵
۱۰. پاتر، جیمز، تعریف سواد رسانه ای، ترجمه لیدا کاووسی، ۱۳۹۵
۱۱. پستمین، نیل، نقش رسانه های تصویری در زوال دوران کودکی، ترجمه صادق طباطبایی، انتشارات اطلاعات، ۱۳۹۷
۱۲. تومن، الیزابت، مهارت ها و راهبرد های آموزش رسانه ای، ترجمه حسن نورایی، فصلنامه رسانه، سال دوازدهم، ۱۳۹۰
۱۳. حبیبی نیا، امید، مردم و سواد رسانه ای، همشهری، آبان ۱۳۹۹، شماره ۳۲۱۹



۱۴. حیدری زهراپور ، معصومه ، سواد رسانه ای و آموزش رسانه ای ، فصلنامه پژوهش و سنجش ، سال ۱۱ ، شماره ۱۷ ،  
۱۳۹۳
۱۵. سلطانی فر ، محمد ، سانسور یا سواد رسانه ای ، پژوهشنامه ، ۱۳۹۷