

عنوان مقاله:

واکوی تاثیر آموزش کتاب تفکر و سواد رسانه ای بر توانایی مصرف بهینه رسانه و تحلیل نقادانه پیام های آن

محل انتشار:

فصلنامه فناوری آموزش، دوره 16، شماره 4 (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

زهرا کتابدار - گروه مدیریت آموزشی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه تربیت دبیر شهید رجایی، تهران، ایران

منصور عبدی - گروه تکنولوژی آموزشی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه اراک، اراک، ایران

سارا رضائی - گروه تکنولوژی آموزشی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه اراک، اراک، ایران

خلاصه مقاله:

پیشینه و اهداف: امروزه، مردم دنیا با پدیده فراگیر شدن رسانه های جمعی و پیشرفت فناوری های جدید ارتباطی در جامعه روبه رو شده اند. پدیده ای که توانسته است بخش زیادی از زندگی روزمره آن ها را در بر بگیرد و به عنوان مهم ترین راه ارتباطی آن ها با جهان پیرامون، به همه حوزه های خصوصی و عمومی زندگی شان، اعم از دین، اخلاق، سیاست، اجتماع و فرهنگ نفوذ کند. سواد رسانه ای به مخاطب کمک می کند تا با بالا بردن سطح دانش در این زمینه، به شناخت توأم با نگاه انتقادآمیز دست یافته شود. بنابراین سواد رسانه ای را می توان به عنوان توانایی مخاطب در تجزیه و تحلیل پیام رسانه های گوناگون توأم با نگاه انتقادی به محتوی این پیام ها عنوان کرد. لذا، آموزش سواد رسانه ای به دانش آموزان، به عنوان افرادی که مهم ترین نقش را در آینده هر جامعه ایفا خواهند کرد، می تواند تاثیر بسزایی در ایجاد درک صحیح و کارآمد آن ها نسبت به فضای جامعه امروزی و اتفاقات محیط پیرامون داشته باشد. از این رو، هدف از پژوهش حاضر تعیین اثربخشی آموزش کتاب تفکر و سواد رسانه ای بر توانایی مصرف بهینه از رسانه و تحلیل نقادانه پیام های آن در دانش آموزان پایه دهم شهرستان خمین است. روش ها: پژوهش حاضر از لحاظ هدف تحقیق از نوع کاربردی و از لحاظ شیوه گردآوری داده ها از نوع روش شبه آزمایشی است. در تحقیق حاضر طرح پیش آزمون - پس آزمون به ترتیب با اجرای مراحل پیش آزمون، قراردادن آزمودنی ها در معرض متغیر مستقل، اجرای پس آزمون و مقایسه نتایج حاصل با استفاده از ابزار آماری مناسب در یک گروه استفاده شده است. جامعه آماری شامل دانش آموزان پایه دهم شهرستان خمین در سال تحصیلی ۹۹-۱۳۹۸ به تعداد ۱۱۷۳ نفر بوده است. روش نمونه گیری مورد استفاده در این پژوهش، نمونه گیری در دسترس است. حجم نمونه انتخابی این پژوهش در گروه آزمایش مورد بررسی، یک کلاس ۳۰ نفری است. برای سنجش متغیر تحلیل نقادانه پیام های رسانه و مولفه های آن نیز از دو پرسشنامه استاندارد سواد رسانه ای عزیزی و فلسفی به ترتیب با ۵۹ و ۲۰ گویه (شاخص) استفاده شد. روایی پرسشنامه ها به تایید کارشناسان این زمینه رسید و پایایی آن ها نیز با ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۹ برای پرسشنامه عزیزی و ۰/۷۹ برای پرسشنامه فلسفی تایید شد. سپس طی سال تحصیلی کتاب تفکر و سواد رسانه ای به دانش آموزان آموزش داده شد. در انتها پس آزمون نیز از گروه مورد آزمایش گرفته شد. تجزیه و تحلیل داده ها در بخش آمار توصیفی شامل فراوانی، درصد، میانگین و انحراف معیار و در بخش استنباطی شامل آزمون t همبسته یا زوجی است؛ همچنین تحلیل داده ها با نرم افزار spss ۲۵ انجام شد. یافته ها: یافته های حاصل از این پژوهش نشان می دهند که میانگین نمرات توانایی مصرف بهینه از رسانه، تحلیل نقادانه پیام، ویژگی های پیام و نقد پیام در پس آزمون نسبت به پیش آزمون افزایش چشمگیری داشته است. همچنین اختلاف میانگین زوج متغیرها در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنی دار است. به عبارت دیگر، در همه مولفه های دو متغیر مصرف بهینه از رسانه و تحلیل نقادانه پیام های رسان ...

کلمات کلیدی:

آموزش، تفکر، سواد رسانه ای، مصرف بهینه رسانه، تحلیل نقادانه پیام

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1540964>

