

تحلیل وضعیت سواد اینترنتی دانش‌آموزان سال سوم دبیرستان شهر تهران ۱۳۸۶-۱۳۸۵ در مقایسه با مربیان و والدین آنها*

دکتر محمد سلطانی فر^۱

چکیده

نوجوانان که اصلی‌ترین مخاطبان اینترنت به‌شمار می‌آیند، در مورد امکانات و شیوه استفاده صحیح از اینترنت آموزش نمی‌بینند و از سوی دیگر قدرت چندان‌ی در گزینش، انتخاب، پردازش و تجزیه و تحلیل درست اطلاعات و داده‌های دریافتی ندارند. این مشکل، در آشنا نبودن متولیان آموزش (والدین و مربیان دانش‌آموزان) با تکنولوژی‌های نو ارتباطی و اطلاعاتی ریشه دارد. بنابراین آگاهی متولیان برنامه‌ریزی درسی نسبت به این ضعف و ناتوانی می‌تواند آنان را به برنامه‌ریزی دقیق برای کسب آموزش سواد اینترنتی والدین و مربیان سوق دهد.

سواد اینترنتی سه لایه دارد؛ اول، برنامه‌ریزی شخصی در شیوه استفاده از اینترنت؛ دوم، شناخت ویژگی‌های پیام و سوم، تحلیل و نقد پیام. در پژوهش حاضر وضعیت سواد اینترنتی در لایه اول، میان سه گروه دانش‌آموزان، مربیان و والدین آنها مورد ارزیابی قرار گرفت. نمونه آماری، ۳۵۹ دانش‌آموز دختر و پسر سال سوم دبیرستان هستند که کاربر اینترنت بوده‌اند. این دانش‌آموزان از پنج منطقه شهر تهران شمال، جنوب، شرق، غرب و مرکز انتخاب شدند و پرسشنامه‌ای برای سنجش سواد اینترنتی میان آنها، مربیان (۱۱۲ نفر) و والدینشان (۷۱۸ نفر) توزیع شد. نتایج این پژوهش توصیفی نشان می‌دهد:

۱. در توانایی استفاده از اینترنت میان دانش‌آموزان، مربیان و والدین آنها تفاوت معنادار وجود دارد.

۲. میزان استفاده دانش‌آموزان از اینترنت بیشتر از مربیان و والدین آنهاست.

* تاریخ دریافت: ۸۶/۱۲/۱ تاریخ آغاز بررسی: ۸۶/۱۲/۱۵ تاریخ تصویب: ۸۷/۷/۱۵

۱. استادیار دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات و مدرس دانشگاه جامع علمی - کاربردی.

(پست الکترونیکی: msoltanifar@yahoo.com)

۳. در اولویت برنامه‌های مورد استفاده از اینترنت، میان دانش‌آموزان، مربیان و والدین آنها تفاوت معنادار وجود دارد.

۴. در برنامه‌ریزی شخصی برای استفاده از اینترنت، میان دانش‌آموزان، مربیان و والدین آنها تفاوت معنادار وجود ندارد.

۶/۵۸ درصد دانش‌آموزان در خصوص استفاده از اینترنت با افراد ذی صلاح مشاوره داشته‌اند. ۱۰/۴۴ درصد والدین دانش‌آموزان کاربر اینترنت، فقط قادرند به اینترنت وصل شوند و این میزان در میان مربیان آنها ۳۲/۳۱ درصد است.

تفاوت سطح سواد اینترنتی در میان سه گروه دانش‌آموزان، مربیان و اولیا نشان می‌دهد، والدین و معلمان نمی‌توانند در مورد چگونگی استفاده از اینترنت به دانش‌آموزان آموزش لازم را ارائه دهند و مرجعی برای نوجوانان به‌شمار نمی‌آیند.

والدین و به خصوص مربیان باید توانمندی و سطح سواد اینترنتی و رسانه‌ای خود را افزایش دهند. کلید واژه‌ها: سواد اینترنتی، سواد رسانه‌ای، دانش‌آموزان، مربیان، والدین، نوجوان، اینترنت



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

مقدمه

کیفیت تعلیم و تربیت در هر عصری به انسان‌هایی بستگی دارد که مسئولیت آن را بر عهده دارند و نیز تابع چگونگی فرهنگی است که این فعالیت‌ها در چارچوب آن صورت می‌گیرد. شکست تعلیم و تربیت در مقیاس وسیع، پیش از آن که به نقص روش‌های آموزشی مربوط شود، بیشتر در نارسایی‌ها و تناقض‌های رفتاری افراد بالغ جامعه ریشه دارد.

توانایی‌ها و ضعف‌های جوانان بازنمایی از توانایی‌ها و ضعف‌های بزرگسالان است، زیرا نسل جوان از سال‌های اول زندگی در خانواده تا دوران ابتدائی و مقطع متوسطه و شاید در مراحل بالاتر، راهی را پیش می‌گیرند که نسل‌های گذشته ترسیم کرده‌اند.

از طرف دیگر، با افزایش تفکیک حوزه خانه از محل کار و رسمی شدن آموزش، نظارت اولیاء بر نوجوانان محدودتر می‌شود و رسانه جای خالی اولیاء را بیشتر پر می‌کند و بنابراین ارزشمندتر خواهد شد.

براساس اعلام تسکو تله کام^۱ در سال ۲۰۰۶ میلادی، دو سوم از والدین، از شیوه استفاده فرزندانشان از اینترنت آگاهی ندارند. در حقیقت آنها به هیچ وجه نمی‌توانند ارتباطات اینترنتی فرزندانشان را کنترل کنند. اغلب والدین گمان می‌کنند فرزندان برای اطلاع از جدیدترین بازی‌های کامپیوتری، کارتون و یا کتاب به اینترنت مراجعه می‌کنند (به نقل از احمدی، ۱۳۸۵).

کاربران نوجوان ایرانی به راستی نمی‌دانند که امکان چه استفاده‌هایی از اینترنت وجود دارد. غالباً هدف مشخصی ندارند. استفاده آنها از بخش‌های سرگرمی، مسائل ضد اخلاقی و گفتگوهای بیهوده در اتاق‌های چت به همین دلیل است. اتاق‌های چت اینترنتی، یعنی گفتگو از طریق رایانه، از شلوغ‌ترین فضای اینترنتی در ایران است (ضیائی پرور، ۱۳۸۴). اسلامی (۱۳۸۳) در تحقیقی که در میان دانش‌آموزان انجام داده است نشان می‌دهد بیشترین استفاده دانش‌آموزان از اینترنت برای برقراری ارتباط و چت کردن است. پژوهش بابایی (۱۳۸۲) حاکی از آن است که ایرانیان به چت علاقه‌مند هستند و غیر از محدود افراد متخصص معمولاً وارد محیط‌های تخصصی نمی‌شوند.

اگر بسیاری از جوانان به این شیوه از اینترنت استفاده می‌کنند، علت آن را باید در ساختار فکری آنان جستجو کرد. آنها در خانه و مدرسه آموزش مؤثر و مفیدی از اینترنت ندیده‌اند، هیچ نهادی هدایت آنان برای نمایش امکانات گسترده اشتغال‌زایی، ایجاد درآمد، ادامه تحصیل، حتی سرگرمی مفید و آموزنده در اینترنت را بر عهده ندارد؛ پس نوجوانان از چه کسانی و چگونه بیاموزند؟

در شرایط کنونی خانواده بخشی از وظایف اصلی خود را به مدرسه واگذار کرده است. از آنجا که مدرسه در زمینه آموزش رسانه‌ای و به‌خصوص اینترنتی هدف تعریف نشده‌ای ندارد، دانش و مهارت‌های لازم را از طریق منابع درسی به دانش‌آموزان منتقل نمی‌کند و رسانه هم که کنترل ناپذیر است. خانه، مدرسه و رسانه مثلثی است که از کارکرد آنها در زمینه آموزش رسانه‌ای غفلت شده است.

خانواده نه تنها اولین محیط آموزشی نوجوانان شناخته شده است، بلکه مهم‌ترین آن به‌شمار می‌آید. لوینگستون (b. ۲۰۰۸) در مقاله‌ای پژوهشی، خانواده و نقش آموزشی آن را عامل اصلی بقا در جامعه تکنولوژیکی امروز معرفی کرده است. پدر و مادر از لحاظ عاطفی، می‌توانند با فرزندان خویش نزدیک‌ترین رابطه را داشته باشند و علاوه بر آن، الگوی آنان شمرده می‌شوند. هرچند همانندسازی از دوران کودکی و سال‌های پیش از نوجوانی آغاز می‌شود، اما اوج آن نوجوانی است. والدین باید به روز باشند تا نوجوان به آنها اعتماد داشته باشند و با آنان ارتباط برقرار کنند. در غیر این صورت نوجوان برای حل مسائل خود به دیگران مراجعه خواهند کرد. نوجوانان به ارتباط‌های عاطفی سخت نیازمندند تا به آنها تکیه کنند و از آنان راهنمایی جویند.

کاستلز معتقد است هرچه فاصله ارتباطی نوجوانان با والدین و نهادهای آموزشی بیشتر باشد، میزان تفاهم میان نسلی کمتر می‌شود و شکاف نسلی بیشتر نمود می‌یابد (کاستلز، ترجمه چاوشیان، ۱۳۸۱، ص ۵۶).

رجبی (۱۳۸۲) در تحقیقی با عنوان «تساهل، اخلاق و کشمکش‌های خانوادگی» روابط گروهی از والدین تهرانی با فرزندان نوجوانانشان را بررسی کرده است. پژوهش او نشان می‌دهد والدینی که نمی‌توانند با فرزندان خود به اشکال گوناگون رابطه برقرار کنند، اغلب به تعارضات ژرف و گسست‌های مستمر دچار می‌شوند. رجبی معتقد است چنین والدینی نمی‌توانند نظر و دیدگاهی متفاوت با نظر خود را درک کنند.

صالحی (۱۳۸۳) نیز تحقیقی مشابه ادعای رجبی را تأیید کرده است. این محقق با رویکرد فلسفی، ریشه‌های «تعارض بنیادی نوجوانان و والدین آنان» را مورد بررسی قرار داده است. به باور او آگاهی نداشتن والدین از دنیای نوجوان و شیوه‌های ارتباطی او، غالباً موجب می‌شود آنان نتوانند تفاوت‌های نگرش، ارزش و باور فرزندان نوجوانانشان را درک کنند و آنان را از یکدیگر رویگردان می‌کند. این یافته صالحی با یافته روفمن^۱ (۲۰۰۴) همخوانی دارد. این محققان نیز در تحقیقات گسترده‌ای دریافته‌اند میان سطح ارتباطی والدین، به ویژه پدران، و میزان همخوانی نظرها و نگرش‌های آنان با فرزندانیشان رابطه معناداری وجود دارد.

ضرورت و اهمیت پژوهش

انگیزه‌های مثبت و هدفمند برای استفاده از اینترنت، نقش مؤثری در ارتقای فکری و روحی نوجوانان دارد، اما به دلیل انگیزه‌های منفی و یا اعتیاد به استفاده از آن، لازم است برنامه‌ریزی‌ها و سیاست‌گذاری‌هایی در عرصه فرهنگ صورت گیرد. در این میان، مدارس و والدین نقش مؤثری دارند. اینترنت برای به دست آوردن اطلاعات و ارتباطات وسیله‌ای مفید است، اما می‌تواند مانند هر محصول صنعتی جدید مورد سوءاستفاده قرار گیرد و استفاده نادرست از آن، نتایج منفی خواهد داشت. افرادی که بدون هدف و نیاز، به اینترنت متصل می‌شوند استفاده مطلوبی از آن نمی‌کنند. نوجوانان، کنجکاو و نوجو هستند و می‌خواهند به تنهایی تصمیم‌گیری کنند. بر این اساس استفاده نابجای آنها از اینترنت، می‌تواند موجب وقت‌کشی، دوستی‌های نامناسب و یا مشکلات دیگر شود.

امروزه استفاده از کامپیوتر و اینترنت جزء مهارت‌های زندگی و به‌ویژه یکی از شیوه‌های تعامل با دیگران به‌شمار می‌آید و باید از ابتدا در آموزش‌های دانش‌آموزان گنجانده شود تا فرهنگ صحیح استفاده از رایانه رواج یابد؛ بنابراین نباید آنان را از اتصال به اینترنت منع کرد. روند رو به گسترش دسترسی جوانان به فناوری‌های نوین اطلاع‌رسانی در سال‌های اخیر، شکل‌گیری پدیده وبلاگ نویسی در میان جوانان، تبدیل شدن اینترنت به دومین رسانه مورد اعتماد جوانان کشور بعد از صدا و سیما، شکل‌گیری جامعه اطلاعاتی در جامعه ما و جهان و ضرورت‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و مدیریتی، نقش و اهمیت فراوان این فناوری را میان جوانان و حتی توسعه کشور نشان می‌دهد (ضیائی‌پرور، ۱۳۸۴).

امروزه جوانان بزرگ‌ترین تولیدکنندگان دانایی و اطلاعات و بیش‌ترین مصرف‌کنندگان آن هستند؛ دسترسی به فناوری اطلاعات، مهم‌ترین بستر برخورداری از دانایی به‌شمار می‌رود. استفاده از اینترنت مانند ورود به یک بزرگراه است. هر فرد با کم‌ترین هزینه می‌تواند به این بزرگراه وارد شود؛ بخشی از کاربران پیش از ورود به بزرگراه، مقصد خود را تعیین می‌کنند و نیاز مشخصی دارند و با برطرف شدن آن نیاز، از بزرگراه خارج می‌شوند، اما دسته دیگر بی‌آنکه مقصد خاصی داشته باشند، به اینترنت مراجعه می‌کنند تا با فرار از خود، ناکامی‌های خود را فراموش کنند؛ از این رو با استفاده بیشتر از اینترنت، رابطه آنها با اطرافیانشان به‌تدریج کم می‌شود و با کاهش این روابط، بیشتر به اینترنت پناه می‌برند.

ما با اینترنت همانند ماهواره و ویدئو، نسنجیده روبه‌رو شدیم. به جای آموزش رانندگی در این

بزرگراه و آموزش چگونگی پاسخ گفتن به نیازهای متناسب با خدمات آن، مدام از خطرها و سوانح جانگدازی که در آن رخ می‌دهد، سخن می‌گوییم.

سرعت تغییر و پیشرفت صنعت فرهنگی در جامعه ما سریع‌تر از فرهنگ استفاده از صنایع فرهنگی است؛ افراد در مدت زمان اندکی می‌توانند کامپیوتر و کارت اینترنت تهیه کنند، اما فراگیری فرهنگ صحیح استفاده از کامپیوتر و اینترنت سال‌ها طول می‌کشد.

برخی دست اندرکاران رسانه‌ها، راه حل مشکل را محدودیت و سانسور می‌دانند، اما به‌تازگی صاحب‌نظران حوزه ارتباطات، آموزش سواد رسانه‌ای به خصوص اینترنت، استفاده آگاهانه از محصولات اینترنتی و تشخیص شیوه‌های فریبکارانه برای بازسازی واقعیت را، تنها راه مقاومت و محافظت از مخاطبان در برابر خطرات احتمالی اینترنت می‌دانند.

تاریخچه سواد رسانه‌ای در برخی کشورهای جهان

سازمان بین‌المللی یونسکو، به‌طور فعال، از دهه ۱۹۶۰ پشتیبان آموزش رسانه‌ای است و می‌کوشد در این زمینه برنامه‌ای اجرا کند. در اعلامیه یونسکو در بانکوک (۲۰۰۱)، اشاره شده است که، آموزش رسانه‌ای راهکاری مناسب است که می‌تواند نابرابری اطلاعاتی میان کشورهای شمال و جنوب را جبران کند، زیرا از یک سو، کشورهای شمال به تولید، کنترل و توزیع اطلاعات می‌پردازند و از سوی دیگر کشورهای جنوب دریافت‌کننده منفعل اطلاعات هستند. از نظر یونسکو، پیشرفت مهارت‌های فردی برای تفسیر و تحلیل پیام‌های رسانه‌ای میان مخاطبان، تنها راهی است که می‌تواند قدرت استفاده‌کنندگان از رسانه‌ها را در کشورهای جنوب افزایش دهد و آنان را از وضعیت انفعال صرف، خارج کند (هایز، ۲۰۰۵، ص ۵).

از اواسط دهه ۱۹۷۰، موضوع سواد رسانه‌ای در برخی کشورها مانند آمریکای لاتین و کشورهای اروپایی مانند ایتالیا و اسپانیا، مورد توجه قرار گرفت. اصلی‌ترین هدف آموزش رسانه‌ای در این کشورها، برطرف کردن نابرابری‌های اطلاعاتی میان کشورهای پیشرفته و عقب افتاده است.

در آفریقای جنوبی، از آموزش رسانه‌ای برای ارتقای سطح آموزش عمومی استفاده شده در حالی که در برخی کشورهای انگلیسی زبان، مانند اسکاتلند و استرالیا، بخشی از آموزش مهارت‌های زبانی به‌شمار می‌آمد (همان).

آموزش سواد رسانه‌ای در کانادا در سال ۱۹۷۸، با تشکیل «انجمن سواد رسانه‌ای» آغاز شد. اعضای این انجمن، آموزگاران، محققان دانشگاه‌ها و سازندگان محصولات رسانه‌ای بودند؛

مهم‌ترین دستاورد آنان وارد کردن بحث سواد رسانه‌ای به نظام آموزش عمومی مدارس «استان اناریو» کانادا و انتشار «کتاب سواد رسانه‌ای» در این کشور شمرده می‌شود.

پس از سال ۱۹۸۷ مباحث سواد رسانه‌ای به صورت موضوعی درسی، در برنامه‌های درس انگلیسی مدارس اناریو گنجانده شد.

سواد رسانه‌ای در کشور ژاپن، تا سال ۱۹۸۰، بسیار مختصر و محدود بود، اما از سال ۱۹۹۲، پس از ترجمه کتاب «سواد رسانه‌ای»، به صورت تازه‌تری وارد مطالعات رسانه‌ای این کشور شد. چنان‌که انجمن ملی «سازمان‌های رادیویی و تلویزیونی» در سال ۱۹۹۹، تولید برنامه‌ای را برای آموزش سواد رسانه‌ای به کودکان آغاز کرد و «شورای تحقیقات درباره سواد رسانه‌ای» نظامی را برای عملیاتی کردن مفهوم سواد رسانه‌ای تدوین کرد. در سال‌های اخیر نیز برای آموزش سواد رسانه‌ای درباره رسانه‌های جدید مانند اینترنت و ماهواره تلاش‌های بسیاری صورت می‌گیرد.

کشور کانادا از سواد رسانه‌ای، برای مقابله با فرهنگ آمریکایی و استحکام بخشی به هویت کانادایی استفاده می‌کرد، اما ژاپن این مفهوم را برای بررسی انتقادی فرآورده‌های رسانه‌ای و نقد و تحلیل واقعیتی که توسط رسانه‌ها ایجاد شده است به کار می‌برد (تاکنونی، ترجمه بیدفتی، ۱۳۷۸، صص ۷۹ - ۸۴).

سواد رسانه‌ای در ایالات متحده آمریکا با روند کندتری آغاز شد. در این کشور اصطلاحات «سواد رسانه‌ای» و «آموزش رسانه‌ای» به صورت مترادف به کار می‌رفتند. در سال‌های اخیر، تفاوت میان این دو اصطلاح در کنفرانس همکاری‌های بین‌المللی سواد رسانه‌ای در دهه ۱۹۹۰ مورد بررسی قرار گرفت و «سواد رسانه‌ای» به معنای «توانایی دسترسی و ارزیابی پیام‌های رسانه‌ای در اشکال گوناگون» تعریف شد (هابز، ۲۰۰۵، ص ۲).

موضوع آموزش رسانه‌ای در استرالیا و برخی کشورهای اروپایی، بر نگاه منتقدانه و خلاق بر محصولات رسانه‌ای تأکید می‌کند و هدف اصلی آن توانمند کردن مخاطبان برای ایجاد تمایز میان ارزش‌های والای فرهنگی و ارزش‌های عمومی محصولات رسانه‌ای است (همان).

مدارس کشورهای کانادا، استرالیا، آمریکا و انگلستان، مراکز چند رسانه‌ای دارند و برخی مسئولان این مراکز که هدایت دانش‌آموزان را بر عهده گرفته‌اند، از نظر شغلی بسیار مهم هستند و جزء مهم‌ترین، محبوب‌ترین و پرکارترین مسئولان مدارس به‌شمار می‌آیند (زمانی و نصر اصفهانی، ۱۳۸۶).

اینترنت

اینترنت یک رسانه جمعی پنهان است. لایه‌های این وسیله ارتباطی بسیار ناشناخته‌تر از رسانه‌های جمعی دیگر است. برای مثال یک مجله تعدادی صفحه دارد و برنامه‌های تلویزیون و ماهواره نیز در چند شبکه محدود می‌شوند. حتی اگر این شبکه‌ها هزار عدد باشد، باز هم قابل دسترسی و تفکیک است، اما در اینترنت با لایه‌هایی فراوانی روبه‌رو هستیم (لوینگستون، ۲۰۰۸).

دیدگاه صاحب‌نظران و اندیشمندان در خصوص پیامدهای استفاده از اینترنت را می‌توان به سه دسته تقسیم کرد: دسته اول که دیدگاه آنها به «جبرگرایی» معروف است، اینترنت را ساختاری عینی، بیرونی و متصلب فرض می‌کند که ذهنیت افراد در چارچوب آن شکل می‌گیرد و کاربران را در سیطره خود قرار می‌دهد؛ دیدگاه دسته دوم به «اراده‌گرایی» معروف است و اینترنت را رشته امکانات محضی در جهت توانا سازی فرد برای گردآوری انبوه اطلاعات و رشد کثرت‌گرایی می‌داند؛ دسته سوم که دیدگاه آنها به «تکنورثالیسم» معروف است، رویکرد بینابینی دارند. آنها همچنان که ابعاد هستی‌شناختی فن‌آوری اینترنت را نادیده می‌گیرند، معتقدند این فن‌آوری تعیین‌کننده نهایی نیست. به بیان دیگر آنها همچنان که ظرفیت‌ها و توانایی‌های اینترنت را در نظر دارند، به آزادی عمل کاربران نیز توجه می‌کنند (عباس‌قادی، ۱۳۸۶). پژوهش حاضر با نگاه اخیر (تکنورثالیسم) موافق است و سعی می‌کند وضعیت سواد اینترنتی دانش‌آموزان سال سوم دبیرستان را از این منظر مورد مطالعه و بررسی قرار دهد.

لوینگستون و تامن (۲۰۰۱) معتقدند نخستین شرط استفاده از اینترنت، داشتن نوعی پختگی و اعتماد به نفس است. استفاده از هر فناوری جدید خواه ناخواه برای کاربران پیش شرط‌های عقلی، عاطفی و اخلاقی ایجاد می‌کند که می‌توان با نهادینه کردن آنها به افزایش آگاهی و خردمیدوار بود.

اینترنت جمع‌زدایی می‌کند. به دلیل کاربری فردی از اینترنت در محیط خانه‌ها فرد آرام آرام از حضور در جمع خانواده محروم می‌شود و فضای گفتگوهای خانوادگی که اصلی‌ترین فضای جریان یافتن مفاهیم خانوادگی است، کم‌کم از میان می‌رود و به فردگرایی که یکی از ویژگی‌های دنیای مدرن است، دامن می‌زند. بی‌شک فردگرایی مستلزم وجود پایه‌های جدید نظم اخلاقی است. فردگرایی با دو تعبیر مثبت و منفی یاد می‌شود. تعبیر مثبت، رهایی از اجبار اجتماعی و شرایط ستمگرانه در ارتباط است. والد و امرسون (۲۰۰۴) معتقدند فرد گرایی با استقلال و اعتماد به نفس همراه است. در تعبیر منفی، فرد به جدایی از دیگران گرایش می‌یابد و احساس تعهد متقابل وجود ندارد. رشد منفی فردگرایی

پیوندهای خانوادگی را تضعیف خواهد کرد که امر بسیار قابل تأملی است.

اینترنت آگاهی‌ها و اطلاعات عمومی نوجوانان را افزایش می‌دهد و آنها می‌توانند دانش خود را با استفاده از اطلاعات موجود در شبکه، به آسانی ارتقا بخشند. (السیف، ۱۹۹۹) و در تحقیقی که زارع‌زاده و کدیور (۱۳۸۶) در بین دانش‌آموزان انجام داده‌اند به این نتیجه رسیدند که خودکارآمدی و خلاقیت دانش‌آموزانی که کاربر اینترنت هستند، بالاتر از دانش‌آموزان دیگر است.

کاربران معمولی، یعنی کسانی که در حد اعتدال از اینترنت استفاده می‌کنند، از نظر عزت نفس بهترین وضعیت را دارند. وضعیت این افراد از کسانی که به اینترنت دسترسی ندارند بهتری است، زیرا بهره‌گیری از اینترنت، احساس روزآمد شدن و همگامی با پیشرفت‌های روز را به آنها می‌دهد؛ به‌علاوه آنها گرفتار آثار مخرب استفاده زیاد از اینترنت نمی‌شوند و احساس نداشتن کنترل در مدیریت خود را ندارند (قاسم‌زاده، شهرآرای و مرادی، ۱۳۸۶، ص ۶۲)

کرات و پترسون، لاندکم، کسلر و همکاران ۱۹۹۸ بیان می‌دارند که بهره‌گیری از اینترنت به افسردگی و تنهایی منجر می‌شود.

مواجهه نوجوانان با سبک‌های گوناگون زندگی، تفکر و ارتباطات در محیط گسترده اینترنت، موجب تشویش‌زایی و اضطراب‌آفرینی در نوجوانان می‌شود.

بنابراین باید برای بهره بردن از اینترنت راهکارهایی مطابق با فرهنگ ملی و دینی کشور ما اندیشیده شود و گریز از اینترنت و یا بدبینی نسبت به آن منطقی نیست.

سواد رسانه‌ای در دیدگاه تامن

سواد رسانه‌ای، بر اساس نظر الیزابت تامن و همکارانش، مانند فیلتری داوری کننده است؛ جهان متراکم از پیام نیز از لایه‌های فیلتر سواد رسانه‌ای عبور می‌کند تا شکل مواجهه با پیام معنادار شود. پیام رسانه‌ای در سه لایه عمل می‌کند:

لایه اول: اهمیت برنامه‌ریزی شخصی در شیوه استفاده از رسانه‌ها (رژیم رسانه‌ای)؛ به این معنا که مخاطب به انتخاب و تماشای انواع گوناگون برنامه‌ها توجه بیشتری دارد و به صورت مشخصی از تلویزیون، ویدئو، بازی‌های الکترونیکی، فیلم‌ها و دیگر رسانه‌ها استفاده می‌کند و میزان

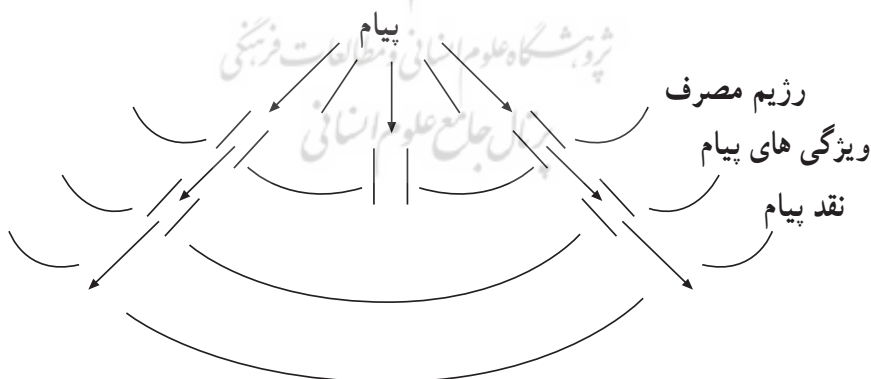
مصرف را کاهش می‌دهد .

لایه دوم : در این سطح، مخاطب به جنبه‌های نامحسوس‌تر رسانه توجه دارد و به پرسش‌ها و موضوع‌های عمیقی مانند چه کسی از ارسال پیام سود می‌برد و چه کسی ضرر می‌کند، می‌پردازد. لایه سوم : این لایه مهارت‌های لازم برای تماشای انتقادی رسانه‌ها را ارائه می‌دهد. مخاطب با این مهارت‌ها به تجزیه، تحلیل و پرسش درباره چارچوب ساخت پیام و جنبه‌های جا افتاده در آن می‌پردازد (تامن، ۱۹۹۵، ص ۲).

شناخت حقایق و جنبه‌هایی از پیام که حذف شده در این لایه اهمیت دارد. به عبارت دیگر، فهم مخاطب از متن، در گرو شناسایی ابعاد جا افتاده پیام است (کرج و روزنشل، ۲۰۰۲، ص ۳۵). این بعد از سواد رسانه‌ای به اندازه‌ای اهمیت دارد که هابز آن را «فهم سطح بالاتر» می‌نامد. از نظر هابز، این جنبه از سواد رسانه‌ای می‌تواند به شکلی قوی نیازها و انتظارات مخاطبان را پیش‌بینی کند (هابز و فراست، ۲۰۰۳، صص ۳۴۳-۳۴۰).

تامن معتقد است با عمیق تر شدن لایه‌ها، سواد رسانه‌ای مخاطبان بیشتر می‌شود؛ در لایه اول مخاطب خود را ملزم می‌کند تا در استفاده از رسانه، جیره مصرف داشته باشد؛ و در لایه دوم با توجه به ویژگی‌های پیام دهنده، برخی پیام‌ها که مطلوب مخاطب است، برگزیده می‌شوند و به دیگر پیام‌ها توجه نمی‌شود؛ در لایه سوم نیز پیام‌های رسانه‌ای نقد می‌شوند.

تصویر ۳. سواد رسانه‌ای از دیدگاه تامن



بنابراین سواد رسانه‌ای این امکان را فراهم می‌کند که پیام با چالش روبه‌رو شود و مخاطب از حالت انفعالی به وضعیتی فعال (پرسشگر و خود بیانگر) برسد. به این ترتیب، سواد رسانه‌ای، توانمندی خاصی است که خواننده را در برابر هر متن (نوشتاری، دیداری یا شنیداری و در برابر انواع کتاب، مجله، یلبورد، رادیو، تلویزیون و ماهواره) از انسانی منفعل به انسانی فعال تبدیل می‌کند (بولز، ۲۰۰۲، ص ۳).

سواد رسانه‌ای نظامی تفسیری و ترجیحی است که از داوری‌های ذهنی و اخلاقی تأثیر می‌پذیرد و شیوهٔ رویارویی فرد را با پیام‌های رسانه‌ای (چه در دسترس و چه جستجوگرانه) شکل می‌دهد و موجب می‌شود مخاطبان در استفاده و انتخاب پیام‌ها، مسئولیت بیشتری احساس کنند (لوینگستون و تامیم، ۲۰۰۱، ص ۶).

فرضیه‌ها:

۱. در توانایی استفاده از اینترنت میان دانش‌آموزان، مریمان و والدین آنها تفاوت وجود دارد.

۲. میزان استفاده از اینترنت میان دانش‌آموزان، مریمان و والدین آنها متفاوت است.

۳. در اولویت برنامه‌های مورد استفاده از اینترنت، میان دانش‌آموزان، مریمان و والدین آنها تفاوت وجود دارد.

۴. در برنامه‌ریزی شخصی برای استفاده از اینترنت میان دانش‌آموزان، مریمان و والدین آنها متفاوت است.

روش پژوهش

پژوهش حاضر، مطالعه‌ای توصیفی - پیمایشی است؛ توصیفی به این دلیل که به مقایسه میزان سواد اینترنتی دانش‌آموزان پایه سوم دبیرستان شهر تهران با والدین و مربیان‌شان می‌پردازد. پیمایشی به این دلیل که از افراد دربارهٔ توانمندی‌ها، میزان استفاده، اولویت برنامه‌های مورد علاقه، نیازشان و چگونگی برنامه‌ریزی شخصی، پرسش شده است.

ابزار گردآوری اطلاعات

رایج‌ترین وسیله گردآوری اطلاعات در پژوهش پیمایشی، پرسشنامه است (سلیمی، ۱۳۷۶). برای سنجش میزان سواد اینترنتی بر اساس عناصر لایه اول سواد رسانه‌ای تامن، با نظر کارشناسان و اساتید حوزه رسانه‌ها پرسشنامه‌ای طراحی شد.

این پرسشنامه ابتدا ۳۳ پرسش داشت که پس از اجرای پیش‌آزمون و حذف چهار پرسش،

روایی آن با محاسبه آزمون آلفای کرونباخ $0/82$ مورد تأیید قرار گرفت. سؤالات پرسشنامه به شرح زیر است:

- توانایی استفاده از اینترنت با سنجش فعالیت‌هایی چون: - اتصال به اینترنت، استفاده از ایمیل، جستجوی موضوعات گوناگون و دریافت برنامه و نرم افزار از اینترنت، اندازه‌گیری می‌شود.
- میزان استفاده به صورت ساعت در هفته اندازه‌گیری شده است.
- برنامه‌های مورد استفاده از اینترنت شامل: اطلاعات علمی، خبری و آموزشی، تفریح و سرگرمی، استفاده از خدمات اینترنتی، مانند ثبت نام در مراکز گوناگون، دریافت صورت حساب بانکی و دریافت نرم افزارهای گوناگون می‌باشند.
- برنامه‌ریزی شامل مراجعه به سایت مشخص، جستجوی هدفمند، مشاوره با افراد ذی‌صلاح و استفاده در مدت معین می‌باشند.

- والدین پدر و مادر هستند و هر دو باید به سؤال‌های پرسشنامه پاسخ دهند.
- مریمان عبارتند از: دبیران، مدیر، معاونان، مربی تربیتی و مسئول کامپیوتر، آزمایشگاه و کتابخانه (در صورتی که در دبیرستان حضور داشتند).

- دانش‌آموزان، افرادی هستند که حداقل هفته‌ای دو بار از اینترنت استفاده می‌کردند.
- روش آماری پژوهش، آمار توصیفی (فراوانی و درصد) است و برای مقایسه تفاوت میان سه گروه مورد مطالعه، از آزمون کای اسکور استفاده و عملیات آماری با بهره‌گیری از نرم افزار SPSS صورت گرفت.

جامعه و نمونه آماری:

هدف این پژوهش مقایسه سواد اینترنتی میان دانش‌آموزان سال سوم دبیرستان با مریمان والدینشان است. بنابراین جامعه آماری پژوهش، سه گروه دارد؛ گروه نخست دانش‌آموزان سال سوم دبیرستان شهر تهران در سال تحصیلی ۱۳۸۶-۱۳۸۵ رشته ریاضی، علوم تجربی و علوم انسانی هستند که حداقل هفته‌ای دو بار از اینترنت استفاده می‌کنند. گروه دوم و سوم مریمان و والدین آنها هستند.

۲۲ منطقه آموزش و پرورش شهر تهران برای نمونه‌گیری به ۵ منطقه جغرافیایی: شمال، جنوب، شرق، غرب و مرکزی تقسیم شد و سپس به صورت تصادفی از میان مدارس هر منطقه، دو دبیرستان، یک پسرانه و یک دخترانه، که حداقل سه کلاس سوم داشته باشند انتخاب شدند، تا در هر دبیرستان تعداد دانش‌آموزانی که کاربر اینترنت هستند، به اندازه کافی، یعنی حدود 30° نفر برسد؛

بدین ترتیب ۱۰ دبیرستان، ۳۰ کلاس و ۱۱۲۳ دانش‌آموز در جامعه نمونه قرار گرفتند. پس از مشخص شدن تعداد افراد جامعه نمونه و مراحل انجام دادن آن، پرسشگر خانم به دبیرستان‌های دخترانه و پرسشگر آقا به دبیرستان‌های پسرانه اعزام شدند. پرسشگران در هر کلاس، هدف از اجرای پژوهش را برای دانش‌آموزان توضیح دادند. نمونه‌گیری به صورت هدفمند انجام شد یعنی از دانش‌آموزانی پرسشنامه دریافت کردند که حداقل هفته‌ای دو بار به اینترنت مراجعه می‌کنند. (یعنی ۳۵۹ دانش‌آموز) برای ایجاد انگیزه و دستیابی به پاسخ‌های درست، مشارکت دانش‌آموزان داوطلبی بود. دانش‌آموزانی که تمایل به همکاری داشتند، سه پرسشنامه دریافت کردند که یکی از آنها را خودشان و دو تای دیگر را پدر و مادرشان با دقت تکمیل کنند و تا سه روز بعد به مدرسه بیاورند. پرسشنامه به همهٔ مریبان پایه سوم که آن روز در دبیرستان حضور داشتند داده شد تا با تأمل و دقت به سؤالات آن پاسخ دهند.

زمان پخش و جمع‌آوری پرسشنامه اوایل سال تحصیلی، یعنی از بیستم مهر ماه تا نیمه آبان ماه بود. در این زمان دانش‌آموزان همچنان به عادت تابستان از اینترنت استفاده می‌کردند و آغاز سال تحصیلی در استفاده از اینترنت تأثیر چندانی نداشت.

جدول ۱. حجم نمونه انتخابی به تقسیم منطقه و گروه‌های مورد مطالعه

درصد پاسخگویان	پاسخگویان	بی‌پاسخ	کل	مرکز	غرب	شرق	جنوب	شمال	
۳۸/۱۶٪	۲۷۴	۴۴۴	۷۱۸	۱۷۰	۱۳۴	۱۳۰	۱۲۴	۱۶۰	والدین
۱۰۰٪	۳۵۷	۰	۳۵۹	۸۵	۶۷	۶۵	۶۲	۸۰	دانش‌آموزان
۸۲/۵۹٪	۶۷	۴۵	۱۱۲	۲۷	۱۷	۱۹	۲۴	۲۵	مریبان

دانش‌آموزانی که پرسشنامه خود را پاسخ داده بودند مورد بررسی قرار گرفتند. برخی از والدین به پرسشنامه‌ها پاسخ ندادند و دانش‌آموزان دلایل این امر را چنین برشمردند: پدر و مادر ما بلد نیستند با کامپیوتر کار کنند، علاقه‌ای به استفاده از اینترنت ندارند، وقت نداشتند پرسشنامه را بیاورند، در منزل نبودند و والدین آنها گفته‌اند لزومی ندارد پدر و مادر هر دو پاسخ بدهند و پاسخ دادن یکی از آنها کافی است.

از طرف دیگر، مریبان هم چون با اینترنت کار نمی‌کردند، پرسشنامه خود را برنگرداندند.

بنابراین تعداد پرسشنامه بی پاسخ را می‌توان شامل افرادی دانست که با اینترنت کار نمی‌کنند.

یافته‌های پژوهش

تحلیل تک متغیره :

در این قسمت هر یک از متغیرها به صورت تحلیل تک متغیره مورد بررسی قرار گرفته‌اند که در جدول‌ها به آنها اشاره می‌شود.

جدول ۲. توانایی استفاده از اینترنت در میان دانش‌آموزان، مربیان و والدین

توانایی‌ها	والدین	دانش آموز	مربیان
اتصال به اینترنت	فراوانی	۳۵۹	۳۶
	درصد	۱۰۰٪	۵۴/۹۳٪
	درصد معتبر	۱۰/۴۴٪	۳۲/۳۱٪
استفاده از ایمیل	فراوانی	۲۴۷	۱۶
	درصد	۶۷/۹۳٪	۴۴/۴۴٪
	درصد معتبر	۶/۸۲٪	۱۴/۲۹٪
ارسال و دریافت برنامه‌ها و نرم افزار	فراوانی	۲۷۸	۷
	درصد	۷۷/۴۴٪	۲۹/۴۴٪
	درصد معتبر	۴/۷۴٪	۶/۳۰٪
جستجو موضوعی	فراوانی	۱۸۹	۹
	درصد	۵۲/۶۵٪	۲۵/۱۰۰٪
	درصد معتبر	۴/۰۵٪	۸/۰۴٪

جدول ۲ نشان می‌دهد :

- ۱۰/۴۴ درصد والدین دانش‌آموزانی که از اینترنت استفاده می‌کنند، می‌توانند به اینترنت

وصل شوند و این میزان در میان مریبان ۳۲/۳۱ درصد است.

• از میان والدین و مریبانی که کاربر اینترنت بوده‌اند، به ترتیب ۶۵/۳۳ و ۴۴/۴۴ درصد می‌توانند از ایمیل استفاده کنند، در حالی که اگر همه والدین و مریبان دانش‌آموزان را در نظر بگیریم، این توانمندی به ۶/۸۲ و ۱۴/۲۹ درصد تقلیل می‌یابد؛ ۶۷/۹۳ درصد دانش‌آموزان از ایمیل استفاده می‌کنند.

• ۷۷/۴۴ درصد دانش‌آموزان می‌توانند از طریق اینترنت برنامه و نرم‌افزار دریافت کنند، در حالی که فقط ۲۲/۶۷ و ۲۹/۴۴ درصد از والدین و مریبان آنان این توانمندی را دارند. البته این آمار در میان والدین مریبانی است که کاربر اینترنت بوده‌اند. به‌علاوه توانمندی دانش‌آموزان در دریافت برنامه و نرم‌افزار، بیش از ایمیل است.

• ۳۸/۶۷ و ۲۵/۰۰ درصد والدین و مریبان کاربر اینترنت قادرند جستجوی موضوعی انجام دهند و این توانمندی در دانش‌آموزان ۵۲/۶۵ درصد است.

جدول ۳. میزان استفاده از اینترنت در میان دانش‌آموزان، مریبان و والدین کاربر اینترنت در هفته

زمان	والدین	دانش آموز	مریبان
کمتر از ۲ ساعت	فراوانی	۳۷	۱۱
	درصد	۱۰/۸۵٪	۴۰/۷۴٪
	درصد معتبر	۷۲/۰۰٪	۳۰/۵۶٪
بین ۲-۶ ساعت	فراوانی	۲۰۸	۱۲
	درصد	۱۳/۶۴٪	۴۴/۴۴٪
	درصد معتبر	۱۲٪	۳۳/۳۳٪
بیش از ۶ ساعت	فراوانی	۹۶	۴
	درصد	۲۸/۱۵٪	۱۴/۸۱٪
	درصد معتبر	۴/۰۰٪	۱۱/۱۱٪

نتایج جدول ۳ نشان می‌دهد ۷۲/۰۰ و ۳۰/۵۶ درصد از والدین و مریبان کاربر اینترنت، حداکثر دو ساعت در هفته از اینترنت استفاده می‌کنند، در حالی که ۵۷/۶۴ درصد دانش‌آموزان تا شش ساعت و ۲۶/۲۷ درصد آنها، بیش از شش ساعت و تنها ۱۰/۸۵ درصد آنها دو ساعت یا

کمتر از آن کاربر اینترنت هستند.

جدول ۴. اولویت برنامه‌های مورد استفاده از اینترنت در میان دانش‌آموزان، مربیان و والدین کاربر اینترنت

برنامه‌ها	والدین	دانش آموز	مربیان
اطلاعاتی، خبری و آموزشی	فراوانی	۴۳	۷۷
	درصد	%۶۳/۲۴	%۷۴/۱۹
	درصد معتبر	%۵۷/۳۳	%۶۳/۸۸
تفریح و سرگرمی	فراوانی	۲۱	۲۵۶
	درصد	%۳۰/۸۸	%۷۷/۰۲
	درصد معتبر	%۲۸/۰۰	%۷۱/۸۷
خدمات اینترنتی	فراوانی	۴	-
	درصد	%۵/۸۸	-
	درصد معتبر	%۵/۳۳	-

مطابق اطلاعات جدول ۴ بیشترین تجمع و انباشتگی از لحاظ نوع برنامه‌های مورد استفاده در میان ۷۱/۸۷ درصد دانش‌آموزان به برنامه‌های تفریح و سرگرمی اختصاص دارد، اما والدین و مربیان به ترتیب با ۵۷/۳۳ و ۶۳/۸۸ درصد به برنامه‌های اطلاعاتی، خبری و آموزشی اولویت می‌دهند.

جدول ۵. برنامه‌ریزی در میان گروه‌های مورد مطالعه

برنامه‌ریزی	والدین	دانش آموز	مربیان
مراجعه به سایت مشخص	فراوانی	۵۲	۱۸۶
	درصد	%۷۴/۲۹	%۵۳/۶۰
	درصد معتبر	%۶۹/۳۳	%۵۱/۸۱
جستجوی هدفمند	فراوانی	۲۰	۷۴
	درصد	%۳۱/۲۵	%۲۷/۷۲
	درصد معتبر	%۲۶/۶۷	%۲۰/۷۳

۱۳	۵۴	۲۲	فراوانی	استفاده در مدت معین
%۵۴/۱۷	%۲۳/۲۸	%۳۷/۹۳	درصد	
%۳۶/۱۱	%۱۵/۰۴	%۲۹/۳۳	درصد معتبر	

جدول ۵ نشان می‌دهد:

• در میان گروه‌های مورد مطالعه به ترتیب $۶۹/۳۳$ ، $۶۱/۱۱$ و $۵۱/۸۱$ درصد والدین، مربیان و دانش‌آموزان کاربر اینترنت به سایت‌های مشخص مراجعه می‌کنند؛ اما در مورد اینکه آن سایت‌ها چه سایت‌هایی هستند و چه امکاناتی به مخاطبان خود می‌دهند، سوالی نشده است، زیرا این سؤال‌ها به لایه دوم سواد اینترنت مربوط می‌شود.

• $۵۰/۰۰$ ، $۲۶/۶۷$ و $۲۰/۷۳$ درصد مربیان، والدین و دانش‌آموزان در اینترنت هدفمند و موضوعی جستجو می‌کنند، اما در مورد اینکه هدف آنان چیست و چه موضوعاتی برای آنها جذاب است سؤال نشده است.

• بیشترین تجمع و انباشتگی از لحاظ برنامه‌ریزی، آذوبی میان مربیان با $۳۶/۱۱$ درصد بر استفاده

در مدت $۶/۵۸$ از اینترنت خطی دارد؛ اما است خیر $۱۵/۰۴$ درصد و $۲۴/۹$ بی‌توجه مشاوره.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

مطابق نمودار ۱ فقط $۶/۵۸$ دانش‌آموزان در مورد استفاده از سایت‌های گوناگون با افراد ذی‌صلاحی مانند معلمان و بزرگسالان مشورت می‌کنند و راهنمایی می‌گیرند و بقیه یا خودشان تجربه و آزمون می‌کنند و یا از گروه همسالان اطلاعات به‌دست می‌آورند.

تحلیل مقایسه‌ای

در این مرحله برای مقایسه و تشخیص میزان سواد رسانه‌ای در سه گروه مورد مطالعه از تحلیل مقایسه‌ای استفاده می‌شود؛ جدول ۶ توزیع مقایسه‌ای متغیرهای تحقیق را در سه نمونه آماری همراه با آزمون‌های آن نشان می‌دهد.

جدول ۶. توزیع مقایسه‌ای متغیرهای تحقیق در سه گروه مورد مطالعه

متغیر	سطح معناداری در آزمون خی دو
توانمندی اتصال به اینترنت-۱	0.000
توانمندی استفاده از ایمیل-۲	0.000
توانمندی دریافت و ارسال برنامه و نرم افزار-۳	0.000
توانمندی جستجوی موضوعی-۴	0.000
میزان استفاده از اینترنت-۵	0.063
اولویت برنامه‌های مورد استفاده-۶	0.098
مراجعه به سایت مشخص-۷	0.174
جستجوی هدفمند-۸	0.512
استفاده در مدت معین-۹	

نتیجه‌گیری و پیشنهادات

ردیف شماره ۱، ۲، ۳ و ۴ جدول ۶ فرضیه اول تحقیق را تایید می‌کند. توانایی استفاده از اینترنت در سه جامعه آماری دانش‌آموزان، مربیان و والدین آنها در سطح $0/05$ تفاوت معنا دار دارد. به عبارتی دیگر، توانمندی دانش‌آموزان در استفاده از اینترنت و رایانه در مقایسه با پدر و مادر و حتی معلمانشان بیشتر است. ردیف شماره ۵ نشان می‌دهد میزان استفاده از اینترنت در سه گروه مورد مطالعه در سطح $0/05$ تفاوت معنادار دارد (تأیید فرضیه دوم) و دانش‌آموزان زمان بیشتری از اینترنت استفاده می‌کنند.

از طرف دیگر، با توجه به شماره ۶ جدول ۶ فرضیه سوم تحقیق تأیید نمی‌شود؛ با 95% اطمینان می‌توان گفت در اولویت برنامه‌های مورد استفاده از اینترنت، میان دانش‌آموزان، مربیان و والدین آنها تفاوت معنادار وجود ندارد. همه این گروه‌ها به ترتیب از برنامه تفریح و سرگرمی، برنامه

خبری و آموزشی و بعد از خدمات اینترنتی استفاده می‌کنند. این امر با تحقیق ضیائی پرور (۱۳۸۴)، اسلامی (۱۳۸۳) و بابایی (۱۳۸۲) همخوانی دارد.

همچنین شماره ۷، ۸ و ۹ این جدول مشخص می‌کند در سطح ۵۰٪ والدین و مربیانی که کاربر اینترنت هستند همانند دانش‌آموزان برای استفاده از اینترنت برنامه‌ریزی مشخصی ندارند (رد فرضیه چهارم)؛ بنابراین نمی‌توانند الگوی مناسبی برای آنها باشند.

پژوهش حاضر همچنین نشان می‌دهد تنها ۶/۵۸ درصد دانش‌آموزان کاربر اینترنت سوم دبیرستان شهر تهران در سال تحصیلی ۸۶-۸۵ برای استفاده از اینترنت با افراد ذی‌صلاح و مطلع مشورت می‌کنند و راهنمایی می‌گیرند و بقیه آنها در دنیای ناشناخته و بیکران، بدون راهبر و هدایتگر رها شده‌اند.

این پژوهش بر مبنای نظریه تامن وضعیت سواد رسانه را فقط در مصرف رسانه‌ای (لایه اول)، یعنی اهمیت برنامه‌ریزی شخصی در شیوه استفاده از رسانه مورد بررسی قرار داده است و به شناخت ویژگی‌های پیام (لایه دوم) و تحلیل و نقد پیام (لایه سوم) که از اجزای مهم سواد اینترنتی هستند، نمی‌پردازد. حیدری (۱۳۸۳) می‌نویسد: «تصوریری که رسانه‌ها از جهان و واقعیات آن نشان می‌دهند اغلب گزینشی و دستکاری شده است و نماینده واقعیت اصلی نیست». از طرف دیگر دانش‌آموزان در جامعه خود بیش از پیش به اطلاعات و مهارت‌های لازم برای کار با اشکال گوناگون اینترنتی نیاز دارند. اینترنت یکی از پیچیده‌ترین رسانه‌های جمعی به‌شمار می‌آید. هدف سواد اینترنتی هوشیار کردن، اختیار بخشی و آزاد سازی دانش‌آموزان است. سواد اینترنتی یکی از کارآمدترین ابزارهای نظارتی است که کشورهای پیشرفته بدان توجه دارند. با عملیاتی کردن این دانش نه تنها فرهنگ ایرانی - اسلامی تقویت می‌شود، بلکه بخشی از حقوق افراد تأمین خواهد شد.

اما چگونه می‌توان زمینه‌های شناختی و انگیزشی لازم را در دانش‌آموزان ایجاد کرد تا خود انگیزه نسبت به محتوا و عملکرد رسانه‌ای واکنش نشان دهند و در رویارویی با رسانه‌ها، محتوای آنها را از راه تحلیل و تعمق، معنا بخشند. یکی از مهم‌ترین روش‌های دستیابی به این توانایی‌ها، آموزش و ارائه الگوی مناسب و فعال در این زمینه است. والدین و مربیان می‌توانند بهترین الگوی نوجوانان باشند، اما اگر سواد اینترنتی خود را افزایش ندهند، نخواهند توانست آموزش‌های ضروری و مورد نیاز را در شیوه بهره‌مندی از اینترنت به آنان ارائه دهند.

نقش خانواده برای کنترل و هدایت نوجوانان در شیوه استفاده از اینترنت بسیار مهم‌تر و با اهمیت‌تر از مدارس است، زیرا دانش‌آموزان بیشتر در منازل به اینترنت دسترسی دارند (اسلامی، ۱۳۸۳) و پژوهش نصیری (۱۳۸۴) نشان می‌دهد در مدارس استفاده غیر مفید از اینترنت مشاهده نشده است.

بررسی اطلاعات از تحقیق ولک، شلنز، ون کر و جرارتز (۱۹۸۲) نشان داد از میان مداخلات مورد نظر برای ارتقای استفاده از اینترنت و رفتارهای اینترنتی درست، تنها کنترل خانواده‌ها به طور قابل ملاحظه‌ای با کاهش رفتارهای غیر مفید اینترنتی ارتباط داشت. ماهیت مداخلات مدرسه بر رفتار اینترنتی نوجوانان کمتر از حد انتظار بود؛ اگر والدین به حد کافی با اینترنت آشنا باشند و سایت‌های مفید را بشناسند، می‌توانند در دنیای بیکران اطلاعات مطمئن‌ترین راهنمای فرزندان خود باشند.

مقاله حاضر بر آموزش اینترنتی به نوجوانان در خانواده به طور غیر مستقیم و در مدارس به طور مستقیم تأکید می‌کند تا در آنان توانایی رویارویی خود انگیخته نسبت به محتوا و عملکرد رسانه‌ای ایجاد شود. به همین دلیل تأثیرات مثبت و منفی اینترنت بر نوجوانان را برمی‌شمارد. این پژوهش اهمیت آموزش والدین و تشویق آنها به استفاده از اینترنت و همچنین ضرورت آموزش شیوه پردازش اطلاعات و سنجش محتوای برنامه‌های رسانه‌ای نزد آنها را بیان می‌کند تا بتوانند الگوی مناسبی برای فرزندان خود باشند. والدین نباید احساس کنند یادگرفتن رایانه کار پیچیده‌ای است، و اینکه فرزندان بیش از والدین درباره رایانه می‌دانند، نباید مأیوس کننده باشد.

لازم است مسئولان و دست اندرکاران آموزش و پرورش برای والدین در مدارس کارگاه‌های آموزشی برگزار کنند و سایت‌های مورد علاقه دانش‌آموزان را به آنها بشناسانند. برای مثال آموزش دهند چگونه می‌توان از طریق اینترنت رادیو گوش داد یا اطلاعات مورد نیاز را به دست آورد و یا از خدمات اینترنتی استفاده کرد.

مدارس می‌توانند نمرات دانش‌آموزان را از طریق اینترنت به اطلاع اولیا برسانند و اعلام کنند اگر والدین قصد دارند از دبیر فرزندشان سؤالاتی درباره وضعیت تحصیلی او بپرسند، این کار را از طریق ایمیل انجام دهند. از طرف دیگر از دبیران تقاضا شود که سریع و با دقت به اولیا پاسخ دهند و برای گسترش این شیوه، به دبیران فعال پاداش دهند و یا در ارزشیابی آنان لحاظ کنند.

مدارس در کلاس‌های آموزشی از والدین بخواهند با دنیای نوجوانان، بازی‌ها و تفریح‌هایشان آشنا شوند. گاهی اوقات لازم است در احساسات آنها شریک شوند و حتی همراه با آنها گفتگو و بازی کنند. با فرزندان نیز درباره اینترنت و گشت‌زنی در سایت‌ها صحبت کنند و از آنها بخواهند کارهایشان را به پدر یا مادرشان اطلاع دهند. در این صورت نوجوان احساس می‌کند والدین دوست و همراه او هستند و می‌تواند علاقه‌مندی‌های خود را به پدر و مادرش بگوید؛ والدین نیز بهتر می‌توانند او را به کارهای بهتر و سازنده‌تر تشویق کنند.

اینترنت جذاب‌ترین امکان زندگی جدید است و می‌توان تنها با فشردن چند دکمه به دریایی از ارتباطات و اطلاعات دست یافت. اینترنت نیز مانند بسیاری از ابزار می‌تواند به شکل منفی و مثبت

مورد استفاده قرار گیرد. اگر نوجوان در حضور والدین به سایت‌های مختلف مراجعه کند، نه تنها مانعی ندارد بلکه کاری ارزشمند و بسیار مفید است. برای مثال پدر یا مادر کنار فرزند بنشینند و با فردی به زبان انگلیسی گفتگو کنند. وقتی نوجوان ناتوانی خود را در ارتباط برقرار کردن احساس می‌کند، می‌کوشد زبان انگلیسی را فرا بگیرد. اولیا با این کار از طرفی او را کنترل می‌کنند و از طرف دیگر فرزندشان به استفادهٔ درست از رایانه تشویق شده است.

خانواده‌ها باید بدانند هرگز نمی‌توان با گذاشتن رمز برای ورود به رایانه یا قرار دادن فیلتر، جلوی دسترسی به سایت‌های مضر را گرفت، زیرا نوجوان با جستجوگری خود به راحتی محدودیت‌ها را از بین می‌برد. اگر رابطه والدین و فرزندان دوستانه باشد، آنها به راحتی مسائل خود را مطرح می‌کنند.

نظارت والدین بر برنامه‌هایی که نوجوانان به کار می‌گیرند، مانند محدود کردن سایت‌های نامطلوب و تشویق نوجوانان به همراهی در سایت‌های مفید و تبادل نظر با آنها دربارهٔ اطلاعات نامطلوب و زیان‌بار این سایت‌ها نیز ضروری است.

مدارس نیز باید نقشی فعال‌تر و جدی‌تری ایفا کنند، زیرا همان‌گونه که این تحقیق نشان می‌دهد، دانایی و توانایی خانواده‌ها در زمینه فناوری‌های اطلاعاتی بسیار اندک است و مدارس باید خلأ خانواده‌های کم سواد و کم تجربه را پر کنند.

مسئولان و دست‌اندرکاران نظام آموزشی نیز باید ارتقای سواد رسانه‌ای به خصوص سواد اینترنتی مربیان، معلمان و دبیران را در دستور کار خود قرار دهند تا این امر با برنامه‌ریزی هدفمند هر چه سریع‌تر به وقوع بپیوندد.

نظام آموزشی در ایران نظامی متمرکز است، بنابراین مدیران استراتژیک می‌توانند با وضع قوانین و دستورالعمل‌های مقتضی، دبیران و معلمان را ترغیب کنند تا به‌طور خودانگیزه دانش و مهارت اینترنتی را به دست آورند و به کار گیرند.

برخی راهکارهای اجرایی برای گسترش سواد رسانه‌ای عبارتند از: تهیه و تنظیم کتب درسی مناسب و برنامه‌های دیداری - شنیداری، بکارگیری مشاوران خیره و متخصص در مدارس، تشکیل و راه‌اندازی تشکلهای غیردولتی سواد رسانه‌ای متشکل از معلمان، اساتید و پژوهشگران دانشگاهی و کارگزاران و دست‌اندرکاران صنعت رسانه‌ای کشور و هماهنگی و مشارکت میان نهادهای آموزشی رسمی و غیررسمی کشور مانند رسانه، مدرسه و خانواده.

می‌توان از تجارب سایر کشورها استفاده کرد. برای مثال دیدگاه مقامات مسئول اندونزی قابل تأمل است. آنان سیاست تدوین شده‌ای در پیش گرفته‌اند و راه‌حلهایی برای آثار تخریبی سایت‌های

اینترنتی و برنامه‌های ماهواره‌ای بر فرهنگ بومی، ارائه می‌دهند. آنها با جذاب کردن سایت‌های داخلی و برنامه‌های محلی، از طریق آموزش و پرورش به دانش‌آموزان نشان می‌دهند که کدام گزینه را انتخاب کنند.

دانش‌آموزان بیشتر از برنامه‌های سرگرمی و تفریحی استفاده می‌کنند. مدارس می‌توانند با معرفی سایت‌های تفریحی و آموزشی خوب و متناسب با سن آنها و همچنین برگزاری مسابقات رایانه‌ای، استفاده از اینترنت را برای آنان هدفمند کنند. سواد رسانه‌ای به بهره‌مندی و رضامندی از رسانه منجر می‌شود. اشخاص به میزان سطح ادراک و سواد رسانه‌ای‌شان از رسانه‌ها استفاده می‌کنند و این رفتار کم کم به عادت رسانه‌ای تبدیل می‌شود.

منابع

- اسلامی، محسن، (۱۳۸۳)، برنامه درسی در عصر فناوری اطلاعات و ارتباطات (مجموعه مقالات)، نشر آبیژ، چاپ اول، زمستان.
- احمدی، احیا، (۱۳۸۵)، نگاهی به استفاده از اینترنت در میان کودکان، نوجوانان و جوانان، روزنامه همشهری، شماره ۴۱۴۳، دوشنبه ۶ آذر.
- بابایی، رقیه، (۱۳۸۲)، خانواده و پیامدهای فناوری اطلاعات، مجموعه مقالات، سازمان مرکزی انجمن اولیا و مربیان، چاپ اول.
- تاکونومی، شیبیا، (۱۳۷۸)، تحلیل رویکرد انتقادی در سواد رسانه‌ای مطالعات تطبیقی بین ژاپن و کانادا، ترجمه زهره بیدفتی، فصلنامه رسانه، سال ۱۳، شماره ۲، صص ۸۸-۸۷.
- حیدری زهرابور، معصومه، (۱۳۸۲)، سواد رسانه‌ای و آموزش رسانه‌ای، فصلنامه پژوهش و سنجش، شماره ۳۷، سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی.
- رجبی، احمد، (۱۳۸۲)، تساهل، اخلاق و کشمکش‌های خانواده، مجموعه مقالات، نشر پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی.
- زارع زاده، کمال و کدیور، پروین، (۱۳۸۶)، مقایسه خودکارآمدی و خلاقیت در دانش‌آموزان کاربر اینترنت و دانش‌آموزان غیر کاربر، فصلنامه تعلیم و تربیت، شماره ۸۹، صص ۱۴۰-۱۱۱.
- زمانی، بی‌بی عشرت و نصرافهانی، احمدرضا، (۱۳۸۶)، ویژگی‌های فیزیکی و فرهنگی فضاهای آموزشی دوره ابتدایی چهارکشور پیشرفته جهان از دید دانش‌آموزان ایرانی و والدین آنها، فصلنامه نوآوری‌های آموزشی، شماره ۲۲، صص ۸۴-۵۵.
- سلیمی، قربانعلی، (۱۳۷۶)، مقدمه‌ای بر روش پژوهش در آموزش و پرورش، نشر گویا.
- صالحی، حسین، (۱۳۸۳)، تعارضات والدین و فرزندان به یک رویکرد فلسفی به گسست

نسلی، تهران، روزنامه اطلاعات.

- ضیائی پرور، حمید، (۱۳۸۴)، اینترنت در ایران، بررسی کارکردهای مثبت و منفی اینترنت و وبلاگ در ایران، مؤسسه فرهنگی مطالعات و تحقیقات بین‌المللی ابرار معاصر تهران، تهران.
- عباس قادی، مجتبی، (۱۳۸۶)، بررسی رابطه استفاده از اینترنت و هویت دینی کاربران، *فصلنامه رسانه*، شماره ۶۹، صص ۲۲۰-۱۷۳.
- قاسم زاده، لیلی، شهرآرای، مهرناز، مرادی علیرضا، (۱۳۸۶)، بررسی میزان شیوع اعتیاد به اینترنت و رابطه آن با تنهایی و عزت نفس در دانش‌آموزان دبیرستانی شهر تهران *فصلنامه تعلیم و تربیت* شماره ۸۹، صص ۶۸-۴۱.
- کاستلز، ایمانویل، (۱۳۸۱)، قدرت، هویت، عصر اطلاعات، ترجمه حسن چاوشیان، تهران.

– نصیری، بهاره (۱۳۸۴)، سواد رسانه‌ای، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات.

Alsopough, J.W. (1999). The relationship between the number of students per computer and educational outcomes. *Journal of Educational Research*, 21(2), pp. 141-150

Boles, Derek (2002) The Language Of Media Literacy: A Glossary of Terms, <http://www.Medialit.org/reading.Derek>

Hobbs Renee (2005). Five key question of Media Lireray, <http://www.Renechobbs.org/renee-hopps> Becoming @ strategic thinker upper saddle nirer.ng :prentice hall, pp. 32-34

Hobbs Renee (2002). The Acquisition of media Literacy Skills Among Australian Adolescent

Hobbs and Frost (2003). measured multi-modal comprehension and analysis of treatment and control groups of Grade 11 Concord High School. Education media International

Korach, B & Rosenstied, T. (2002) The elements of Journalism: What news People should Know and the Public shoud expect. Newyork.

Kraut, R., Patterson, M., Lundmak, V., Kiesler, S., Mukopadhgag, T., Scherlis, W.(1998). Internet paradox : Asocial technology that reduces social involvement and Psychological Well- being , *American psychologist*, 53(9)- pp. 92-116.

Livingstone, Sonia; Thumim, N.(2001) 'Assessing the media literacy of UK adults: a ... Edited by Livingstone, S.; Bovill, M. Lawrence Erlbaum Associates

Livingstone, Sonia(2008a). 'Engaging with the media - a matter of literacy?' *Communication, Culture and Critique* 1, no. 1, pp. 51-62.

Livingstone, Sonia, (2008b). 'Internet literacy: young people's negotiation of new online opportunities.' In *Digital youth, innovation, and the unexpected*. Edited by McPherson, Tara. MIT Press.

Ruffman, L. (2004). Moral Conflicts between parents and adolescent. www.edu.ir

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

Unesco, Bankok (2001). *Information and communication Technology*. Astralia.