

بررسی تأثیر سواد رسانه‌ای بر جهت‌گیری مثبت نسبت به مدرسه و آگاهی‌فراشناختی

دانش‌آموزان دختر دوره متوسطه اول شهر الیگودرز در سال تحصیلی ۱۴۰۲-۱۴۰۱

سعیده پرهیزکار^۱، خلیل غفاری^۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۳/۲۸

تاریخ پذیرش ۱۴۰۲/۰۵/۱۴

چکیده

پژوهش حاضر با هدف تعیین تأثیر سواد رسانه‌ای بر جهت‌گیری مثبت نسبت به مدرسه و آگاهی‌فراشناختی دانش‌آموزان دختر دوره متوسطه اول انجام شد. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر نوع تحقیق علی بود. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه دانش‌آموزان دختر دوره متوسطه اول شهر الیگودرز در سال تحصیلی ۱۴۰۲-۱۴۰۱ به تعداد ۲۳۸۵ نفر بودند. نمونه مورد بررسی با استفاده از جدول مورگان ۳۳۱ نفر تعیین و به روش نمونه‌گیری در دسترس انتخاب شدند. ابزارهای مورد استفاده در این پژوهش پرسش‌نامه‌های استاندارد؛ سواد رسانه‌ای فلسفی (۱۳۹۳) جهت‌گیری مثبت نسبت به مدرسه مک کوچ و سیگل (۲۰۰۳) و آگاهی‌فراشناختی ولز (۱۹۹۷) که روایی آنها با نظر متخصصان و پایایی آنها با آلفای کرونباخ به ترتیب برابر ۰/۷۴، ۰/۹۱، ۰/۸۷ مورد بررسی و تأیید قرار گرفت. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیه‌های تحقیق از شاخص‌های آمار توصیفی و آمار استنباطی مانند: آزمون نرمال بودن، واریانس و رگرسیون چند متغیره استفاده شد. نتایج نشان داد که سواد رسانه‌ای و ابعاد آن (آگاهی از اهداف پنهان پیام‌های رسانه‌ای، درک محتوای پیام‌های رسانه‌ای، نگاه انتقادی به پیام‌های رسانه‌ای، تجزیه و تحلیل پیام‌های رسانه‌ای) بر جهت‌گیری مثبت نسبت به مدرسه در دانش‌آموزان تأثیر دارد. اما گزینش آگاهانه پیام‌های رسانه‌ای بر جهت‌گیری مثبت نسبت به مدرسه در دانش‌آموزان تأثیر ندارد. سواد رسانه‌ای و ابعاد آن (آگاهی از اهداف پنهان پیام‌های رسانه‌ای، درک محتوای پیام‌های رسانه‌ای، نگاه انتقادی به پیام‌های رسانه‌ای، تجزیه و تحلیل پیام‌های رسانه‌ای) بر آگاهی‌فراشناختی دانش‌آموزان تأثیر دارد. اما گزینش آگاهانه پیام‌های رسانه‌ای بر آگاهی‌فراشناختی دانش‌آموزان تأثیر ندارد.

کلمات کلیدی: سواد رسانه‌ای، جهت‌گیری مثبت نسبت به مدرسه، آگاهی‌فراشناختی.

^۱ دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه علوم تربیتی- مدیریت آموزشی، واحد الیگودرز، دانشگاه آزاد اسلامی، الیگودرز، ایران
s.parhizkar22@gmail.com
^۲ دانشیار، گروه علوم تربیتی، واحد الیگودرز، دانشگاه آزاد اسلامی، الیگودرز، ایران. gaffari20500@yahoo.com

۱. مقدمه

موفقیت نوجوانان نقش مهمی در موفقیت نظام آموزش و پرورش دارد. یکی از عوامل بسیار مهم در این زمینه سواد رسانه‌ای می‌باشد، زیرا نوجوانان بیشتر وقت خود را در اینترنت صرف می‌کنند و برای اینکه بتوانند از این صرف زمان استفاده بهینه داشته باشند باید بتوانند توسط سواد رسانه‌ای درک متکی بر مهارت برای تمیز داشتن انواع رسانه‌ها و اطلاعاتی که در آنها منتشر می‌شوند را داشته باشند (شیخ الاسلامی و وحدت، ۱۳۹۷).

در دنیای کنونی که مدارس با تغییرات پیچیده و مداوم روبه‌رو می‌باشند بر عملکرد مدارس این تغییرات اثرات انکارناپذیری دارند؛ بنابراین از مدارس انتظار هست که دانش آموزان را در محیط سالم که به جز داشتن عملکرد تحصیلی مناسب، جامعه‌سازمانی با اخلاق و مولد برای کشور تربیت کنند (شیخ الاسلامی و همکاران، ۱۳۹۷). اشراف به این مسئله که مدرسه دومین نهادی بعد از خانواده می‌باشد که سبب رشد نوجوان می‌شود و هر چقدر ارتباط بین فردی در مدارس به صورت دوستانه‌تر و مهربانانه‌تر باشد، در آینده مشکلات بین فردی کاهش پیدا کرده و احساس همبستگی در بین افراد جامعه افزایش پیدا می‌کند. پژوهشگران حیطه روانشناسی تربیتی در چند سال اخیر در محیط مدرسه بر عواملی تمرکز کرده‌اند که با نتایج تحصیلی مثبت دانش آموزان در ارتباط هستند. از جمله این متغیرها جهت‌گیری مثبت نسبت به مدرسه و آگاهی فراشناختی دانش آموزان است (زمان کوخالو و همکاران، ۱۴۰۰).

نگرش مثبت در مورد مدرسه و میزان این نگرش مثبت توسط جسر و همکاران^۱ (۱۹۹۵) بیان و گسترده شده است. دانش آموزانی که نگرش مثبت نسبت به مدرسه و محیط آن دارند، دارای نوعی وفاداری و شیفتگی از خود نشان می‌دهند. بنابراین سبب می‌شود که آنها نسبت به قوانین مدرسه دیدگاه همراه با احترام داشته باشند و اهداف خود را با اهداف مدرسه در یک راستا قرار دهند. دانش آموزانی که دارای این نگرش هستند می‌دانند که پیامدهای تحصیلی و یادگیری‌هایشان در مدرسه سبب پیشرفت و شکوفایی آنها در زندگی اجتماعی‌شان خواهد شد. بیان شده است که داشتن نگرش مثبت به مدرسه، به دانش آموزان احساس امنیت انتقال می‌-

¹ Jesser et al

دهد، بنابراین دارای اهمیت خاصی می‌باشد. بنابر نظر رویکرد روانشناسی مثبت، می‌توان گفت شادکامی بیان حالت عاطفی مثبت می‌باشد که با خشنودی، لذت و خرسندی معین می‌گردد و دارای مشخصه‌هایی از قبیل ایجاد نگرش مثبت به زندگی، داشتن هیجان مثبت و نداشتن هیجان منفی می‌باشد می‌توان به نوعی دیگر گفت، شادکامی، آرامش روحی که دارای پیامدهای مطلوب و درست به زندگی است، می‌باشد (فرنویان و همکاران، ۱۳۹۸).

همچنین فراشناخت یک مفهوم چند بعدی می‌باشد که شامل دانش، فرآیندها و استراتژی‌هایی می‌باشد سبب ارزیابی، نظارت یا کنترل می‌شود (باباپور خیرالدین و گنجه‌ای، ۱۴۰۰). در نظریه‌های روان‌شناختی، باورهای فراشناخت به صورت عملکردهای اجرایی خودنظم‌جو پیش بینی شده است که پردازش شناختی را بررسی و تنظیم می‌کند (میکاییلی و رهبری غازی، ۱۴۰۰). باورهای فراشناختی توانایی این را دارد که زمانی اثری از وسواس بودن در افراد سالم پدیدار شود به اشخاص برای مقابله با هر آسیبی در این زمینه کمک کند (علیخواه و رضازاده، ۱۴۰۱). یاری گرفتن از باورهای فراشناختی، به افراد کمک می‌کند تا فرآیندهای شناختی و یادگیری‌شان را در جهت اهدافی که از قبل تعیین کرده‌اند را رهبری، نظارت و بازخورد دهند (قرایی و صابری، ۱۳۹۹).

در دنیای کنونی رسانه‌ها جزء لاینفک زندگی روزمره شده است، زیرا دانش آموزان به صورت سرسام‌آوری از تکنولوژی و فناوری ارتباطات از قبیل تلفن‌های همراه و اینترنت استفاده می‌کنند (چالشگر کره آسیابی و اشکور، ۱۴۰۰). ما در عصر اشباع رسانه‌ای قرار گرفته‌ایم که با توجه به این اشباع می‌توان گفت حجم اطلاعات و داده‌ها افزایش پیدا می‌کنند. بنابراین در انتخاب اطلاعات مورد نیاز خود، دقت و بصیرت کامل بیشتری باید به کار بست. لحظاتی که بزرگراه‌های اطلاعاتی پیموده می‌شود، سواد رسانه‌ای بیان می‌کند که چند ساعت در روز و در چه وبلاگ‌ها یا چه سایتی برای به دست آوردن اطلاعات موردنیاز بگذرانید. سواد رسانه‌ای توانایی دسترسی، درک و ایجاد ارتباطات در بافت‌های گوناگون همچنین توانایی ارزیابی نگرش‌های افراد و نیز تأثیر در ایجاد فرهنگ عمومی را نیز دارد و در کل می‌توان گفت

سواد رسانه‌ایی، دانش و علمی می‌باشد که کارکردهای متعددی در زندگی هر انسانی دارد (دیرگارتن و همکاران^۱، ۲۰۱۷).

دانش آموزان با سواد رسانه‌ای می‌توانند پیغام‌های پیچیده‌ی که در محتوای تلویزیون، رادیو روزنامه‌ها، مجلات، کتاب‌ها، بیلبوردهای تبلیغاتی، اینترنت و سایر رسانه‌های مستقل به صورت آشکار و یا پنهان وجود دارد را کشف کنند و خود سبب بهره‌مندی هوشمندانه دانش آموزان از رسانه‌ها می‌باشد. یک رسانه خاص را نمی‌توان سواد رسانه‌ای قلمداد کرد، بلکه به صورت مجموعه‌ای از توانایی‌ها و مهارت‌ها درک شده که برای زندگی، کار و پیشرفت در تمامی زمینه‌های اجتماعی- اقتصادی ضروری به نظر می‌رسد (مرادی مخلص و قلی پور مطلق سبزواری، ۱۴۰۱).

مبشری و همکاران (۱۴۰۱) در پژوهش خود بیان کرده‌اند: آموزش سواد رسانه‌ای می‌تواند باورهای فراشناختی دانش آموزان را به میزان قابل ملاحظه‌ای ارتقاء بخشد. اسمعیلی و آقابائی (۱۴۰۰) در پژوهش خود بیان کرده‌اند: تفکر نقادانه و نگرش مثبت به علم با سواد رسانه‌ای همبستگی مثبت داشتند. همچنین، تفکر نقادانه و نگرش مثبت به علم پیش‌بینی‌کننده معناداری برای سواد رسانه‌ای دانشجویان بودند. عبدلی سلطان و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهش خود بیان کرده‌اند: آموزش سواد رسانه‌ای بر هر پنج مهارت تفکر انتقادی (تحلیل، استنباط، ارزشیابی، استقرا و قیاس) در بین دانش آموزان موثر بوده است. ریکاردو و همکاران^۲ (۲۰۲۲) در پژوهش خود بیان کرده‌اند: مهارت‌های تفکر انتقادی و سواد رسانه‌ای مهارت‌های تفکر انتقادی و سواد رسانه‌ای یک چالش اجتماعی است. لی و رمضان^۳ (۲۰۲۱) در پژوهش خود بیان کرده‌اند: میزان سواد رسانه‌ای با اطلاعات و آگاهی‌های مربوط به سلامت ارتباط دارد و فراشناخت به عنوان متغیر میانجی‌گر، رابطه‌ای معنادار با سواد رسانه‌ای و آگاهی‌های سلامت دارد. با توجه به عوامل موثر بر دانش آموزان متوسطه در راستای تحقق اهداف نظام تربیتی و آموزشی، نقش و جایگاه ویژه‌ای دارند. توجه به این قشر از جامعه به لحاظ شیوه‌های موثر آموزشی و سلامت و ارتقاء

¹. Diergarten et al

². Riccardo et al

³. Lee & Ramazan

روان شناختی، اثربخشی و کارآمدی هر چه بیشتر نظام آموزشی را در پی خواهد داشت (جوادی علمی و همکاران، ۱۳۹۹). با توجه به موارد ذکر شده سوال اصلی تحقیق حاضر این است که: آیا سواد رسانه‌ای بر جهت‌گیری مثبت نسبت به مدرسه و آگاهی فراشناختی دانش‌آموزان دختر دوره متوسطه اول شهر الیگودرز در سال تحصیلی ۱۴۰۲-۱۴۰۱ تأثیر دارد؟

در جوامع افزایش سواد رسانه‌ای علی‌الخصوص در بین دانش‌آموزان یکی از عوامل مهم محسوب می‌گردد؛ زیرا افراد در رویارویی با رسانه‌ها آگاه‌تر عمل می‌کنند. در واقع سواد رسانه‌ای سبب تغییر و تفسیر صحیح‌تر دانش‌آموزان از پیام‌های رسانه‌ای و افزایش توانایی درک و انتقاد آنها می‌شود. در مباحث آموزشی جایگاه سواد رسانه‌ای به صورت خاصی مورد توجه قرار می‌گیرد چون آشنایی و مهارت چگونگی استفاده از اطلاعات در بین دانش‌آموزان در نظام آموزشی بیشتر می‌شود و سبب خودمختاری و خودآگاهی بیشتر دانش‌آموزان در مقابله با افزایش رسانه‌ها مختلف می‌شود. در نتیجه سواد رسانه‌ای جزء مهمترین متغیرها در عصر تکنولوژی و داده‌پردازی کنونی می‌باشد، زیرا به دانش‌آموزان کمک می‌کند تا به وسیله این سواد، دانش و آگاهی خود را برای استفاده بهینه از رسانه‌ها بالا برده و و رسانه‌ها را فقط به صورت سرگرمی و تفریح نبینند. در بیشتر جوامع دنیا تربیت دانش‌آموزان با سطح سواد رسانه‌ای بالا در پایه‌های متفاوت تحصیلی به صورت جدا دنبال می‌گردد. در صورتی که سواد رسانه‌ای هیچ جایی در نظام آموزش و پرورش ایران ندارد. مبنای اساسی سواد رسانه‌ای اعتماد به قدرت تشخیص، تحلیل و شناخت مخاطبان از رسانه‌هاست تا آنها با آموزش‌هایی که فرا می‌گیرند، به توانمندی لازم برای مصون ماندن از عوارض پیام‌های رسانه‌ای دست یابند. در چنین فضای اعتمادی با توانمند شدن مخاطبان به ویژه جوانان می‌توان به پرورش نسل‌های فرهیخته امیدوار بود؛ زیرا سبب بهبود نگرش جوانان به یادگیری و آموزش بیشتر و افزایش آگاهی‌های فراشناختی آنها خواهد شد (حسینی و همکاران، ۱۴۰۰). آموزش، طراحی ارتقاء یافته با هدف آماده سازی دانش‌آموزان برای آینده است که مستلزم مقدار زیادی پشتکار، انگیزه و پشتکار است. در کل یک چشم انداز مثبت نسبت به مدرسه می‌تواند بر عملکرد و پیشرفت تحصیلی

تأثیر بگذارد. دانش‌آموزانی که معمولاً خود و رویدادهای مدرسه را به شیوه‌ای مثبت تفسیر می‌کنند، ارزیابی مثبت‌تری از پیوند با مدرسه دارند (وو و همکاران^۱، ۲۰۲۲). از طرفی آگاهی‌فراشناختی نقش مهمی در تقویت استقلال دانش‌آموزان دارند. برای آگاهی از آنچه بوده است، هست و آموخته و محقق خواهد شد، لازم است فرآیند خودفعالی را در قالب توانمندسازی مهارت‌های تفکر و شناسایی شیوه‌های تفکر و چگونگی اندیشیدن تجربه کنند. آگاهی‌فراشناختی دانش‌آموزان را قادر می‌سازد تا فرآیندها و محصولات یادگیری خود را برنامه‌ریزی، نظارت و ارزیابی کنند. بنابراین، نقش مهمی در یادگیری و پیشرفت آنها دارد. با استفاده از آگاهی‌شناختی برای انعکاس فرآیندهای شناختی می‌تواند سبب ایجاد علاقه در دانش‌آموزان گردد. آگاهی‌فراشناختی بسیار مهم است؛ زیرا دانش‌فرآیندهای شناختی دانش‌آموزان را در توسعه و انتخاب راهبردهایی برای افزایش عملکردشان راهنمایی می‌کند. بنابراین، فراشناخت نوعی خودآگاهی است که امکان کنترل بهینه اعمال را فراهم می‌کند. دانش‌شناخت و تنظیم شناخت می‌تواند با هم کار کنند تا دانش‌آموزان، خودتنظیم‌شونده را تشکیل دهند. در نتیجه، فراشناخت یک ویژگی یادگیری مهم برای دانش‌آموزان محسوب می‌گردد (ویردینینگیسی و همکاران^۲، ۲۰۲۲). در نهایت مدرسه همیشه و در هر جامعه‌ای مهمترین مکان بعد از خانه برای دانش‌آموزان محسوب می‌شود و تأثیر شگرفی در شکل‌گیری ارزش‌ها، فرصت‌های اجتماعی و اقتصادی دانش‌آموزان دارد. در نتیجه پی بردن به فرآیند تغییرات آموخته در محیط مدرسه و شناسایی عامل‌های موثر و متاثر بر مدرسه حائز اهمیت می‌باشد (زاهد بابلان و کریمیان پور، ۱۴۰۰).

آموزش سواد رسانه‌ای سبب افزایش مهارت نوجوانان و جوانان در استفاده از اینترنت و فضای مجازی و رسانه‌ای موجود در جامعه می‌شود و حال که وقت زیادی را در فضای مجازی سپری می‌کنند حداقل می‌توانند خبرها و اطلاعات درست را از غلط تشخیص دهند.

۲. مبانی نظری پژوهش

۲-۱. سواد رسانه‌ای

¹. Wu et al

². Werdiningsih et al

طیف وسیعی از دیدگاه‌ها و مهارت‌ها که سبب کنترل مخاطبان بر خودشان در زمانی که با رسانه‌ها می‌شوند را سواد رسانه‌ای گویند. به زبان ساده‌تر وقتی فردی تعبیری به صورت هوشیارانه از پیام‌های رسانه‌ای دارد، سواد رسانه‌ای می‌باشد (مرادی مخلص و همکاران، ۱۴۰۱).

سواد رسانه‌ای در معنای لغوی به معنای آگاهی رسانه‌ای می‌باشد که داشتن چنین شناختی با توجه به زندگی امروزه ما در بزرگراه‌های اطلاعاتی برای افراد جامعه لازم به نظر می‌رسد (طلوعی، ۱۳۹۱). این سواد دنیای معاصر است که مولفه‌ها و مشخصه‌های ویژه خود را دارد و نه تنها به ساختار بلکه به محتوا نیز اطلاق می‌شود، سوادى که مطابق با قابلیت‌ها و ظرفیت‌های رسانه‌ها در حال حرکت و پیشروی است. مشخصه ظرفیت‌های رسانه‌های جدید را اینگونه می‌توان برشمرد؛ سرعت، دسترسی، حجم بالای ذخیره اطلاعات، دقت، انتخاب، تعامل، توان تحریک حسی (ترکیب صدا و تصویر متن به غنای بیشتر درک حسی مخاطب می‌فزاید)، پیچیدگی (از لحاظ فنی، هم زمانی مبادله اطلاعات و تماس و غیره)، ظرفیت پایین در حفظ حریم خصوصی افراد (افراسیابی و میربهرسی، ۱۳۹۲). در پی همه این قابلیت‌ها چنانچه سیستم هوشمندانه‌ای برای مهار و سازماندهی وجود نداشته باشد، تبعات اجتماعی، اقتصادی و سیاسی غیرقابل جبرانی بر جای خواهد گذاشت. در واقع فرهنگ مواجه شدن با چنین امکاناتی نیازمند آگاهی و آموزش در سطوح مختلف می‌باشد که این دانش در دنیای امروز را مک لوهان^۱ سواد رسانه‌ای نام نهاده است. دو ویژگی اصلی است که سواد رسانه‌ای بر آن بنا شده است تفکر انتقادی و آگاهی می‌باشد و این سواد به عنوان توانایی‌های چندگانه‌ای توصیف می‌شود که به کمک آنها مردم می‌توانند اطلاعات را از طریق رسانه‌ها، از جمله تلویزیون، روزنامه‌ها و اینترنت به طور انتقادی مطالعه کنند و افکار و احساسات خویش را به گونه‌ای سازنده بیان دارند (سعیدی آریا، ۱۳۹۳). تمام آن چیزی که سواد رسانه‌ای بدان می‌پردازد مسأله کنترل است یعنی توانمندسازی افراد برای کنترل برنامه‌ریزی رسانه‌هاست. فرد می‌تواند کنترل زیادی را بر فرایند برنامه‌ریزی ذهنی خود اعمال کند. کسب سواد رسانه‌ای بیشتر، به ما دیدی بسیار شفاف-

¹ McLuhan

تر می‌دهد تا مرز میان دنیای واقعی و دنیای ساخته شده به دست رسانه‌ها را تشخیص دهیم. وقتی ما از سواد رسانه‌ای برخوردار باشیم، نقشه‌ای در دست داریم که برای هر چه بهتر گام برداشتن در دنیای رسانه‌ای به ما کمک می‌کند بدون این که بخواهیم با پیام‌های رسانه‌ای روبه‌رو شویم، تجربه و اطلاعات مد نظرمان را کسب خواهیم کرد. همچنین خواهیم توانست زندگی‌ای را بنا کنیم که خود خواهان آن هستیم، نه چیزی که رسانه‌ها برای ما در نظر گرفته‌اند. افرادی که در ارتقای سواد رسانه‌ای ناکام می‌مانند، در جریان توده‌ای از پیام‌ها گرفتار می‌شوند. احساس آگاهی کاذبی درباره‌ی امور دنیا در بین چنین افرادی شکل می‌گیرد؛ زیرا با اطلاعات بسیار زیادی روبه‌رو شده‌اند (پاتر، ۱۳۹۱).

سواد رسانه‌ای مجموعه دیدگاه‌ها و مهارت‌ها درباره کنترل مخاطب بر خود به هنگام مواجهه با رسانه است. به بیان دیگر سواد رسانه‌ای تفسیر آگاهانه فرد از مفاهیم پیام‌های رسانه‌ای است (مرادی مخلص و همکاران، ۱۴۰۱).

سواد رسانه‌ای در یک تعریف بسیار کلی عبارت است از: یک نوع درک متکی بر مهارت که بر اساس آن می‌توان انواع رسانه‌ها و انواع تولیدات آن‌ها را شناخت و از یکدیگر تفکیک و شناسایی کرد. این درک به چه کاری می‌آید؟ به زبان ساده، سواد رسانه‌ای مثل یک رژیم غذایی است که هوشمندانه مراقب است که چه موادی مناسب هستند و چه موادی مضر، چه چیزی را باید مصرف کرد و چه چیزی را نه و یا اینکه میزان مصرف هر ماده بر چه مبنایی استوار باشد. سواد رسانه‌ای می‌تواند به مخاطبان رسانه‌ها بیاموزد که از حالت انفعالی و مصرفی خارج شده و نگاه نقادانه به رسانه‌ها داشته باشد و به معادله متقابل و فعالانه‌ای وارد شوند که در نهایت به نفع خود آنان باشد. به دیگر سخن، سواد رسانه‌ای کمک می‌کند تا از سفره رسانه‌ها به گونه‌ای هوشمندانه و مفید بهره‌مند شد. سواد رسانه‌ای قدرت درک مخاطبان از نحوه کارکرد رسانه‌ها و شیوه‌های معنی‌سازی در آنها را طرف توجه قرار می‌دهد و می‌کوشد این واکاوی را برای مخاطبان به یک عادت و وظیفه تبدیل کند. سواد رسانه‌ای را می‌توان بستر منطقی دسترسی، تجزیه و تحلیل و تولید ارتباط در شکل‌های گوناگون رسانه‌ای و در عین حال تامین شرایط مصرف محتوای رسانه‌ای از منظر انتقادی دانست (کوهی و همکاران، ۱۴۰۱).

سواد رسانه‌ای نوعی درک متکی بر مهارت است که می‌توان بر اساس آن انواع رسانه‌ها را از یکدیگر تمیز داد و انواع تولیدات رسانه‌ای را از یکدیگر تفکیک و شناسایی کرد. سواد رسانه‌ای سعی دارد آگاهی آحاد افراد جامعه را به شکل‌های مختلف پیام، در زندگی روزانه افزایش دهد و به نوجوانان یاری دهد تا بینش‌ها و باورهای مردم را ارزیابی کرده، فرآیند شکل‌گیری فرهنگ عمومی را مورد بررسی قرار دهد (عباسی مقدم و همکاران، ۱۴۰۰).

در دوران جدید با ویژگی ظهور وسایل ارتباطات نوین، جوامع تحت نفوذ و بمباران اطلاعاتی و رسانه‌ای قرار گرفته و به نظر می‌رسد به منظور بقاء در این شبکه اطلاعاتی که در سراسر محیط فرهنگی انسان ریشه دوانیده، حفظ استقلال فکری و اندیشه، اجتناب از انفعال، بهره‌مندی از تفکر انتقادی و افزایش توانایی‌های گزینش و انتخاب و رویارویی با این فرآیند پیچیده و فراگیر از طریق تکوین و تکامل سواد رسانه‌ای، قابل حصول تلقی می‌شود و این عامل می‌تواند بر مصرف رسانه‌ای تأثیرگذار باشد (یزدانی پرائی و سلیمی، ۱۴۰۰).

آرت سیلوربلت^۱ پنج مؤلفه برای تعریف سواد رسانه‌ای بیان می‌کند:

- ۱- به دنبال آگاهی از اثرات رسانه‌ای بر فرد و جامعه باشیم.
 - ۲- در این فرآیند جمعی که بین فرستنده و مخاطب نوعی تعادل متقابل ایجاد می‌شود، چه نوع فهم و درکی ایجاد می‌شود.
 - ۳- بحث و مطالعه در حوزه توسعه راهبردهای تجزیه و تحلیل پیام‌های رسانه‌ای به سوی مخاطب.
 - ۴- محتوای برنامه‌های تولید شده رسانه‌ها به مثابه یک، چه نوع بینشی نسبت به رسانه در جامعه و در دوره فرهنگ معاصر خود ایجاد می‌کند.
 - ۵- سواد رسانه‌ای در رسانه‌های جمعی با متن تربیت و ترویج نوعی لذت، فهم و درک، امتنان و ارزیابی محتوایی همراه است (سلطانی فر، ۱۳۸۷).
- سواد رسانه‌ای در وسایل ارتباط جمعی با توجه به کارکردها و ابعاد گوناگونی که در تعاریف بالا اشاره شد نوعی بازتولید نشانه‌ای از طریق پیام‌های رسانه‌ای است، که بتواند فهم و درک

¹ Art Silver Blot

مخاطب را با اهداف رسانه‌ای خود همراه کند، این رسالت از طریق برنامه‌ریزی و برنامه‌سازی مختلف همراه با انتقال، اشاعه و انتشار پیام‌های معنادار و به نوعی فیلتر شده شکل می‌گیرد (هاشم نژاد ابرسی، ۱۳۹۵).

۲-۲. جهت‌گیری مثبت نسبت به مدرسه

موفقیت دانش‌آموزان از طریق پیوندهای قوی آنها با مدرسه می‌تواند بهبود یابد. پیوند با مدرسه به اعمالی اشاره دارد که سبب سازگار شدن دانش‌آموزان در انجام فعالیت‌های خاص می‌شود. این اعمال سبب افزایش احساس راحتی، خوب بودن و افزایش نگرش مثبت به مدرسه می‌شود. جهت‌گیری مثبت نسبت به مدرسه، پیوند با مدرسه، دلبستگی، احساس تعلق، ارتباط با مدرسه، رضایت از مدرسه و نگرش مثبت نسبت به مدرسه است. پیوند و دلبستگی به مدرسه می‌تواند از انحرافات اجتماعی و وقایع استرس‌زای زندگی جلوگیری نماید (وامبیا و همکاران^۱، ۲۰۱۸). تفکر مثبت به جهت‌گیری اشاره دارد که در آن معمولاً پیامدهای مثبت مورد انتظارند و این پیامدها به عنوان عواملی ثابت، کلی و درونی در نظر گرفته می‌شوند. به بیان دیگر، خوش‌بینی یا تفکر مثبت تمایل به اتخاذ امیدوارانه‌ترین دیدگاه است. رویکرد روان‌شناسی مثبت‌گرا از پرداختن صرف به ترمیم آسیب‌ها به سمت ارتقای کیفیت زندگی انسان گام بر می‌دارد (یاوری و همکاران، ۱۴۰۰).

متغیر روان‌شناختی تفکر مثبت به تحصیل سازه یا ویژگی‌های یادگیرنده می‌باشد که با عواطف و باورهای او مرتبط هستند. آنها را نمی‌توان مستقیماً مشاهده کرد، اما فقط می‌توان آنها را از متغیرهای آشکار استنباط کرد که به معنای اعمال و عدم کنش فراگیران است (ملوینا و کونستانسی^۲، ۲۰۲۲). تفکر مثبت به تحصیل یک تصویر غنی از عاملیت انسانی و به معنای باور مثبت دانش‌آموزان مبنی بر اینکه آنها قادر هستند با تاکید بر یادگیری خود، اعتماد به معلمان و احساس هویت نسبت به مدرسه زمینه پیشرفت تحصیلی خود را فراهم آورند (رسائی و همکاران، ۱۴۰۱).

¹ Wambua et al

² Melvina Constance

تفکر مثبت یک سبک تبیین است و روشی است که افراد با آن علت وقایع را تفسیر می‌کنند. به احتمال زیاد تفکرات مثبت می‌توانند علت عدم موفقیت یا تجربیات منفی خود را موقتی به جای دائمی، خاص به جای کلی و خارجی به جای درونی در نظر بگیرند. چنین دیدگاهی، افراد را قادر می‌سازد تا امکان تغییر را راحت‌تر ببینند. تفکر مثبت به تحصیل تمایل یا احساس این است که موفقیت در کار مدارس که تأیید شده تا شکست، عموماً زمانی رخ می‌دهد که با چالش‌های دشوار مواجه شوید. این اعتقاد است که صرف نظر از فشار تحصیلی، دشواری‌ها و وظایف، احتمال اینکه فرد بتواند در تلاش تحصیلی خود به حداکثر برسد وجود دارد. به طور کلی، نگرش مثبت یک فرد را در موقعیت‌ها یا عوامل شخصی یا محیطی بررسی می‌کند. تفکر مثبت می‌تواند مزاجی یا آموختنی باشد. توسعه یک گرایش خاص برای دستیابی به یک هدف تعیین شده است (ملوینا و همکاران، ۲۰۲۲).

تفکر مثبت به تحصیل مفهومی است که هم در سطح مدرسه و هم در سطح معلم مورد بررسی قرار گرفته است. تفکر مثبت به تحصیل در سطح مدرسه از منظر جمعی به سازمان می‌نگرد. تفکر مثبت به تحصیل یک ویژگی ثابت نیست، اما می‌توان آن را آموخت (ساواس یالچین^۱، ۲۰۲۲).

۲-۳. آگاهی فراشناختی

فراشناخت گاهی اوقات به گونه‌ای تعریف می‌شود که منحصرراً توانایی‌های انسانی را شامل می‌شود، به عنوان مثال، خودشناسی نظری (دریگاس و همکاران^۲، ۲۰۲۱). با این حال، در ساده‌ترین شکل آن، هر تنظیم‌کننده‌ای که بخشی جدایی‌ناپذیر از برخی سیستم‌های بزرگ‌تر است، می‌تواند به عنوان یک مدل «فراشناختی» از اجزای سیستم سطح پایین‌تری که تنظیم می‌کند، در نظر گرفته شود. سیستم‌هایی که شامل چنین تنظیم‌کننده‌های داخلی هستند، خود نظارتی و خودتنظیمی را نشان می‌دهند. در انسان، فراشناخت به طور گسترده با کنترل اجرایی (فریدمن و رایبنز^۳، ۲۰۲۲؛ منون و دایسپوسیتو^۴، ۲۰۲۲) و حل مسئله «عمدی» فرآیند (ایوانز و

¹. Savaş Yalçın

². Drigas et al

³. Friedman & Robbins

⁴. Menon & D'Esposito

استانویچ^۱، ۲۰۱۳؛ کاهنمن^۲، ۲۰۱۱) مرتبط است، هرچند که تفاوتی تمیز و معماری بین این فرآیند و فرآیند «خودکار» وجود دارد. واضح است که فرآیندهای فراشناختی همیشه آگاهانه قابل درون‌نگری نیستند. اینکه چگونه چنین فراشناختی «سطح بالا» به اشکال ساده‌تر تنظیم، چه در انسان یا در سراسر فیلوژنی مرتبط است، هنوز به خوبی درک نشده و در واقع نسبتاً بررسی نشده است (کوچلینگ و همکاران^۳، ۲۰۲۲: ۶۰۳).

ولز^۴ (۲۰۰۹) بیان کرده که فراشناخت یک اصطلاح چندگانه می‌باشد که در برگیرنده دانش، رویه‌ها و استراتژی‌هاست که باعث ارزیابی، نظارت و یا کنترل، شناختن و دانستن می‌باشد. ادراک و تئوری که هر فردی نسبت به تفکر خود دارد را می‌توان باورهای فراشناختی گفت (ولز، ۲۰۰۹).

گسترش تعریف فراشناخت به دور از قابلیت‌های خاص انسان و اجتناب از بحث در مورد آگاهی، امکان در نظر گرفتن صریح فراشناخت به عنوان یک تحول تکاملی با ریشه‌های فیلوژنتیکی عمیق بالقوه را فراهم می‌کند. همانطور که انتظار می‌رفت، با توجه به مؤلفه‌های خود نظارتی و خودتنظیمی فراشناخت، وظایف فراشناختی متعارف مانند درون‌نگری، انتخاب عمدی و یادآوری داوطلبانه اجزای شبکه‌های اجرایی و حالت پیش‌فرض را درگیر می‌کنند (یو و همکاران^۵، ۲۰۱۹). چنین وظایفی را می‌توان با حذف الزامات ارتباط کلامی و به کارگیری معیارهای انتخاب، ریسک، اعتماد به نفس و خودنماینده‌گی متناسب با گونه‌ها به غیر انسان‌ها ترجمه کرد. دخالت ساختارهای قشری همولوگ در وظایف فراشناخت در انسان و سایر پستانداران، پشتیبانی بیشتری را برای فراشناخت شبیه انسان در سایر نخستی‌ها (کای و همکاران^۶، ۲۰۲۱) و جوندگان (مسیت و همکاران^۷، ۲۰۲۰) فراهم می‌کند.

1. Evans & Stanovich

2. Kahneman

3. Kuchling et al

4. Wales

5. Ye et al

6. Cai et al

7. Masset et al

راهبردهای فراشناختی نقش مهمی در تقویت استقلال یادگیرندگان دارند. برای آگاهی از آنچه بوده است، هست و آموخته و محقق خواهد شد، لازم است فرآیند خود فعالی را در قالب توانمندسازی مهارت‌های تفکر و شناسایی شیوه‌های تفکر و چگونگی اندیشیدن تجربه کنند. این تجربه بینشی را در مورد زمینه یادگیری، از جمله آنچه بوده است، هست و آموخته خواهد شد و همچنین نحوه مدیریت مطالعه مستقل را ارائه می‌دهد. این شامل تفکر در مورد فرآیند تفکر یا فراشناخت است. فراشناخت دانش‌آموزان را قادر می‌سازد تا فرآیندها و محصولات یادگیری خود را برنامه ریزی، نظارت و ارزیابی کنند. بنابراین، نقش مهمی در یادگیری دارد (ساتو^۱، ۲۰۲۱).

۳. پیشینه تحقیق

در جدول ۱- پیشینه پژوهش از دو منظر پیشینه پژوهش داخلی و پیشینه پژوهش خارجی مشخص شده است:

جدول ۱- پیشینه پژوهش داخلی و خارجی

ردیف	محقق	سال	موضوع	نتایج
۱	ریکاردو و همکاران	۲۰۲۲	بررسی تقویت مهارت‌های تفکر انتقادی و سواد رسانه‌ای در آموزش و آموزش حرفه‌ای اولیه از طریق سرزنش خود	این رویکرد آموزشی توسط تیم محققین و مربیان پروژه NERDVET، یک پروژه Erasmus+KA3 که به ترویج ابزارها و سیاست‌های جدید برای تقویت مهارت‌های تفکر انتقادی و سواد رسانه‌ای در آموزش حرفه‌ای اختصاص دارد، تحقق یافته است. برای پیگیری این هدف، تیم از مدل خود ارجاعی استفاده کرده است که به مجموعه راهبردهای شناختی و رفتاری افراد مربوط می‌شود که افراد می‌توانند برای هدف قرار دادن یک هدف خاص توسعه دهند و متغیرهای تحقیق با همدیگر پیوند محکمی دارند.
۲	لی و رمضان	۲۰۲۱	بررسی سلامت اطلاعات: تأثیر سواد رسانه‌ای، فراشناخت و قرار گرفتن در معرض اطلاعات درست	یافته‌ها نشان داد که سواد رسانه‌ای ارتباط مثبتی با رفتار بررسی واقعیت برای اطلاعات سلامت دارد. تحلیل میانجی‌گری نشان داد که فراشناخت رابطه مثبت بین

¹ Sato

بررسی تأثیر سواد رسانه‌ای بر جهت‌گیری مثبت نسبت به مدرسه و ...

<p>سواد رسانه‌ای و رفتار حقیقت‌سنجی را واسطه می‌کند. اثر میانجی‌گری برای افرادی که بیشتر در معرض اطلاعات سلامتی قرار داشتند، ضعیف‌تر بود. میزان سواد رسانه‌ای با اطلاعات و آگاهی‌های مربوط به سلامت ارتباط دارد و فراشناخت به عنوان متغیر میانجی‌گر، رابطه‌ای معنادار با سواد رسانه‌ای و آگاهی‌های سلام دارد. این مطالعه عواملی را که برای موفقیت سواد رسانه‌ای ضروری هستند روشن می‌کند.</p>			
<p>یافته‌ها نشان داد که بین باورهای فراشناختی ناکارآمد و اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی، ارتباط معناداری وجود دارد و در این زمینه متخصصان بهداشت روان باید اصلاح باورهای فراشناختی را در جهت استفاده بهینه از این شبکه‌ها در نظر داشته باشند.</p>	<p>رابطه بین باورهای فراشناختی ناکارآمد و استفاده از شبکه‌های اجتماعی مشکل‌ساز</p>	<p>۲۰۲۰</p>	<p>کازیمین و همکاران</p>
<p>نتایج نشان از برازش مدل استفاده شده در تحقیق می‌باشد و در کل می‌توان گفت مهارت‌های فراشناختی با میانجی‌گری تفکر انتقادی بر سواد رسانه‌ای دانشجویان تأثیر ندارد. راهبردهای یادگیری خودتنظیمی با میانجی‌گری تفکر انتقادی بر سواد رسانه‌ای دانشجویان تأثیر دارد. خودکارآمدی با میانجی‌گری تفکر انتقادی بر سواد رسانه‌ای دانشجویان تأثیر دارد.</p>	<p>تدوین مدل علی سواد رسانه‌ای مبتنی بر مهارت‌های فراشناختی، راهبردهای یادگیری خودتنظیمی و خودکارآمدی با میانجی‌گری تفکر انتقادی در دانشجویان</p>	<p>۱۴۰۱</p>	<p>پورمحدث و همکاران</p>
<p>نتایج پژوهش بیانگر وجود تفاوت معنی‌دار در دو گروه آزمایش نسبت به گروه کنترل بود اما شاخص اندازه اثر (ضریب اتا) به دست آمده حاکی از این است که آموزش سواد رسانه‌ای مبتنی بر آیات قرآن ۵۴/۳ و آموزش سواد رسانه‌ای در چارچوب مدل EC، ۸/۳۲ از میزان باورهای فراشناختی دانش‌آموزان را ارتقاء می‌دهد. در نتیجه می‌توان گفت آموزش سواد رسانه‌ای در چارچوب آیات قرآن کریم می‌تواند باورهای فراشناختی دانش‌آموزان را به میزان قابل ملاحظه‌ای ارتقاء بخشد.</p>	<p>مقایسه تأثیر آموزش سواد رسانه‌ای مبتنی بر آیات قرآن کریم و مدل EC بر باورهای فراشناختی دانش‌آموزان دختر پایه هفتم شهرستان فراهان</p>	<p>۱۴۰۱</p>	<p>مبشری و همکاران</p>

<p>نتایج نشان داد تفکر نقادانه و نگرش مثبت به علم با سواد رسانه‌ای همبستگی مثبت داشتند. همچنین، تفکر نقادانه و نگرش مثبت به علم پیش‌بینی‌کننده معناداری برای سواد رسانه‌ای دانشجویان بودند. بر پایه نتایج این پژوهش پیوستگی سواد رسانه‌ای با مهارت‌های تفکر نقادانه و نگرش به علم و فناوری تأیید شد. بررسی راهکارهای تقویت تفکر نقادانه و ایجاد نگرش مثبت به علم در دانشجویان ضروری به نظر می‌رسد.</p>	<p>نقش پیش‌بینی‌کننده تفکر نقادانه و نگرش به علم در سواد رسانه‌ای دانشجویان</p>	<p>۱۴۰۰</p>	<p>اسمعیلی و همکاران</p>	<p>۶</p>
--	---	-------------	--------------------------	----------

۴. فرضیات تحقیق

۴-۱. فرضیه اصلی

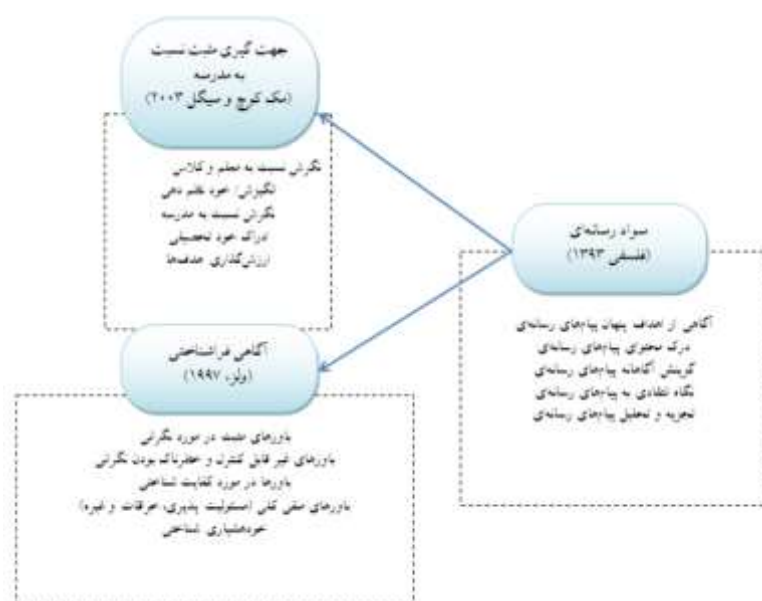
- ۱) سواد رسانه‌ای بر جهت‌گیری مثبت نسبت به مدرسه دانش‌آموزان تأثیر دارد.
- ۲) سواد رسانه‌ای بر آگاهی‌فراشناختی دانش‌آموزان تأثیر دارد.

۴-۲. فرضیه‌های فرعی

- ۱) آگاهی از اهداف پنهان پیام‌های رسانه‌ای بر جهت‌گیری مثبت نسبت به مدرسه در دانش‌آموزان تأثیر دارد.
- ۲) درک محتوای پیام‌های رسانه‌ای بر جهت‌گیری مثبت نسبت به مدرسه در دانش‌آموزان تأثیر دارد.
- ۳) گزینش آگاهانه پیام‌های رسانه‌ای بر جهت‌گیری مثبت نسبت به مدرسه در دانش‌آموزان تأثیر دارد.
- ۴) نگاه انتقادی به پیام‌های رسانه‌ای بر جهت‌گیری مثبت نسبت به مدرسه در دانش‌آموزان تأثیر دارد.
- ۵) تجزیه و تحلیل پیام‌های رسانه‌ای بر جهت‌گیری مثبت نسبت به مدرسه در دانش‌آموزان تأثیر دارد.
- ۶) آگاهی از اهداف پنهان پیام‌های رسانه‌ای بر آگاهی‌فراشناختی دانش‌آموزان تأثیر دارد.
- ۷) درک محتوای پیام‌های رسانه‌ای بر آگاهی‌فراشناختی دانش‌آموزان تأثیر دارد.
- ۸) گزینش آگاهانه پیام‌های رسانه‌ای بر آگاهی‌فراشناختی دانش‌آموزان تأثیر دارد.

۹) نگاه انتقادی به پیام‌های رسانه‌ای بر آگاهی فراشناختی دانش‌آموزان تأثیر دارد.

۱۰) تجزیه و تحلیل پیام‌های رسانه‌ای بر آگاهی فراشناختی دانش‌آموزان تأثیر دارد.



شکل ۱- مدل مفهومی تحقیق

۵. روش تحقیق

این تحقیق به لحاظ هدف اجرا از نوع، کاربردی است. تحقیق کاربردی، تحقیقی است که به منظور حل مشکل یا معضل خاص علمی یا اجتماعی انجام می‌گیرد. روش تحقیق از جهت نحوه اجرا، توصیفی-پیمایشی از نوع علی می‌باشد. از رایج‌ترین شیوه‌های گردآوری داده‌ها در روش پژوهش توصیفی-پیمایشی استفاده از پرسشنامه است که در این پژوهش محقق برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه استاندارد سواد رسانه‌ای فلسفی (۱۳۹۳)، پرسشنامه استاندارد جهت‌گیری مثبت نسبت به مدرسه مک کوچ و سیگل (۲۰۰۳) و پرسشنامه استاندارد آگاهی فراشناختی ولز^۱ (۱۹۹۷) به صورت روش نمونه‌گیری در دسترس استفاده و توزیع شده است که مرتبط با فرضیه‌ها و متغیرهای تحقیق می‌باشد و در انجام آن از تکنیک‌های آماری توصیفی و استنباطی استفاده شده است. همچنین این تحقیق از نظر زمان

¹ Fletcher & Nussbaum

اجرا تحقیقی مقطعی است و به لحاظ منطق اجرا استقرایی است. در پژوهش حاضر جامعه آماری شامل کلیه دانش آموزان دختر دوره متوسطه اول شهر الیگودرز در سال تحصیلی ۱۴۰۲-۱۴۰۱ می باشد که در حال حاضر تعداد ۲۳۸۵ نفر را شامل می شود. همچنین تعداد ۳۳۱ نفر از دانش آموزان دختر دوره متوسطه اول شهر الیگودرز با استفاده از جدول نمونه گیری مورگان به عنوان نمونه آماری انتخاب شده است. مباحث تئوریک پژوهش از مسیر مطالعه منابع، نشریات، منابع داخلی و خارجی موجود در کتاب ها و استفاده از اینترنت جمع آوری شده است. یعنی اطلاعات و داده های مورد نیاز تحقیق کلاً از روش کتابخانه ای انجام گرفته است. در پایان جهت تجزیه و تحلیل اطلاعات در این پژوهش از روش های آمار توصیفی و استنباطی استفاده می گردد. این پژوهش با استفاده از روش های آماری توصیفی مینیمم، ماکزیمم، میانگین و انحراف معیار و استنباطی آزمون های واریانس و رگرسیون چند متغیره با استفاده از نرم افزار Spss 22 استفاده می گردد.

۶. آماره توصیفی تحقیق

شاخص های مرکزی و پراکندگی متغیرهای تحقیق طبق جدول ۲- آمده است:

جدول ۲- توصیف متغیرهای پژوهش

متغیر	بعد	میانگین	انحراف معیار	کمینه	بیشینه
سواد رسانه ای	آگاهی از اهداف پنهان	۱۴/۴۲	۳/۱۳	۵	۲۲
	درک محتوا	۱۵/۷۵	۲/۶۱	۸	۲۱
	گزینش آگاهانه	۱۳/۴۷	۳/۱۶	۷	۲۳
	نگاه انتقادی	۱۴/۷۲	۳/۲۷	۶	۲۳
	تجزیه و تحلیل	۱۳/۱۹	۲/۹۳	۴	۲۰
جهت گیری مثبت نسبت به مدرسه	-	۱۴۴/۴۲	۱۲/۷۸	۱۱۴	۱۷۲
آگاهی فراشناختی	-	۹۷/۵۴	۷/۰۸	۷۸	۱۱۴

بر اساس نتایج جدول ۲- مشاهده می گردد که جهت گیری مثبت نسبت به مدرسه دارای بالاترین میانگین است. همچنین میانگین تمامی متغیرهای طبق جدول ۲- مشخص است که نشان از مطلوبیت این متغیرها از نظر پاسخ دهندگان دارد. همچنین متغیر جهت گیری مثبت نسبت به مدرسه نیز دارای بالاترین انحراف معیار می باشد.

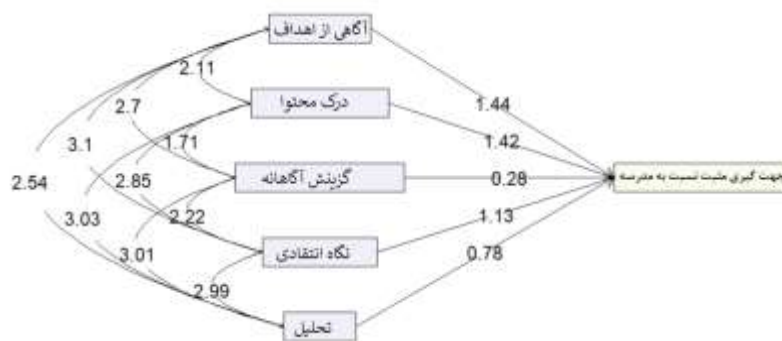
بررسی تأثیر سواد رسانه‌ای بر جهت‌گیری مثبت نسبت به مدرسه و ...

۷. آزمون فرضیات اصلی تحقیق

فرضیه اصلی اول پژوهش: «سواد رسانه‌ای بر جهت‌گیری مثبت نسبت به مدرسه در دانش‌آموزان تأثیر دارد».

جدول ۳- نتایج برازش مدل‌های رگرسیونی (مدل جهت‌گیری مثبت)

تحلیل واریانس		خلاصه مدل	
۴۹/۰۷	F	۰/۶۴	R ²
۰/۰۰۱	P	۰/۶۳	R2 تعدیل شده
۱۳۸	درجه آزادی خطا	۵	درجه آزادی مدل



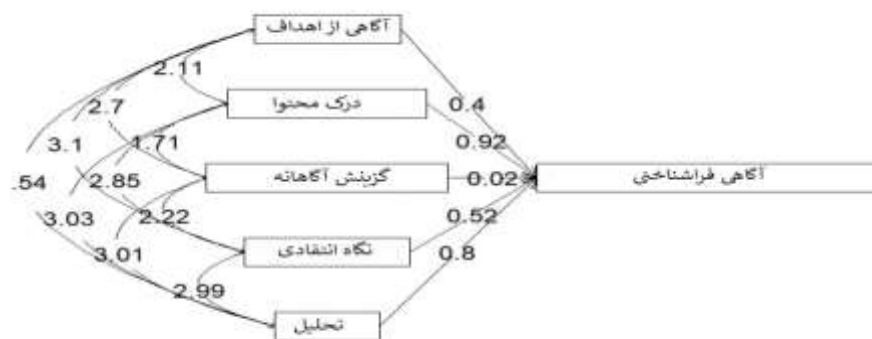
شکل ۲- مدل جهت‌گیری مثبت براساس ابعاد سواد رسانه‌ای

در جدول ۳- و شکل ۲- مشاهده می‌شود مجذور همبستگی چندگانه مشخص می‌کند که مجموعه متغیرهای پیش‌بین (ابعاد سواد رسانه‌ای) در مدل جهت‌گیری مثبت ۶۴ درصد از واریانس موجود در مقادیر متغیر وابسته را تبیین می‌کنند. این شاخص همبستگی بین مقادیر واقعی و پیش‌بینی شده را نیز نشان می‌دهد. مقدار آماره F و معنی‌داری آن نیز این فرض که همه متغیرهای مستقل با هم متغیر ملاک را بالاتر از سطح شانس بودن پیش‌بینی می‌کنند را تایید می‌کند. در شکل ۲- نیز می‌توان نمودار مدل رگرسیونی جهت‌گیری مثبت براساس ابعاد سواد رسانه‌ای را مشاهده کرد. همانگونه که مشاهده می‌شود بعد آگاهی از اهداف با میزان ضریب غیر استاندارد برابر با ۱/۴۴ بالاترین اثر را بر متغیر جهت‌گیری مثبت نسبت به مدرسه دارد و بعد گزینش آگاهانه دارای کمترین ضریب (۰/۲۸) می‌باشد.

فرضیه اصلی دوم پژوهش: «سواد رسانه‌ای بر آگاهی فراشناختی دانش آموزان تاثیر دارد».

جدول ۴- نتایج برازش مدل‌های رگرسیونی (آگاهی فراشناختی)

تحلیل واریانس		خلاصه مدل	
۴۰/۷۷	F	۰/۶۰	R ²
۰/۰۰۱	P	۰/۵۹	R2 تعدیل شده
۱۳۸	درجه آزادی خطا	۵	درجه آزادی مدل



شکل ۳- مدل آگاهی فراشناختی بر اساس ابعاد سواد رسانه‌ای

در جدول ۴- و شکل ۳- مشاهده می‌شود مجذور همبستگی چندگانه مشخص می‌کند که مجموعه متغیرهای پیش‌بین (ابعاد سواد رسانه‌ای) در مدل آگاهی فراشناختی ۶۰ درصد از واریانس موجود در مقادیر متغیر وابسته را تبیین می‌کنند. این شاخص همبستگی بین مقادیر واقعی و پیش‌بینی شده را نیز نشان می‌دهد. مقدار آماره F و معنی‌داری آن نیز این فرض که همه متغیرهای مستقل با هم متغیر ملاک را بالاتر از سطح شانسی بودن پیش‌بینی می‌کنند را تایید می‌کند. در شکل ۳- نیز می‌توان نمودار مدل رگرسیونی آگاهی فراشناختی بر اساس ابعاد سواد رسانه‌ای را مشاهده کرد. همانگونه که مشاهده می‌شود بعد درک محتوا با میزان ضریب غیراستاندارد برابر با ۰/۹۲ بالاترین اثر را بر متغیر آگاهی فراشناختی دارد و بعد گزینش آگاهانه دارای کمترین ضریب (۰/۰۲) می‌باشد.

۸. آزمون فرضیات فرعی پژوهش

فرضیه فرعی اول پژوهش: اهداف پنهان پیام‌های رسانه‌ای بر جهت‌گیری مثبت نسبت به مدرسه در دانش‌آموزان تأثیر دارد.

جدول شماره ۵- نتایج تجزیه و تحلیل رگرسیون تک متغیری (اهداف پنهان)

متغیر ملاک	متغیر پیش‌بین	α	β	خطای برآورد	t	P
جهت‌گیری مثبت	اهداف پنهان	۷۰/۴۹	۱/۴۴	۰/۲۳	۶/۲۶	۰/۰۰۱

چنانچه در جدول شماره ۵- مشاهده می‌شود سواد رسانه‌ای اهداف پنهان با میزان ضریب ۱/۴۴ در جهت‌گیری مثبت نقش معنی‌داری در سطح اطمینان ۹۵ درصد دارد ($P < 0/05$). بدین ترتیب می‌توان بر اساس شواهد تجربی به دست آمده ادعا کرد که اهداف پنهان پیام‌های رسانه‌ای بر جهت‌گیری مثبت نسبت به مدرسه در دانش‌آموزان تأثیر دارد.

فرضیه فرعی دوم پژوهش: «درک محتوای پیام‌های رسانه‌ای بر جهت‌گیری مثبت نسبت به مدرسه در دانش‌آموزان تأثیر دارد».

جدول شماره ۶- نتایج تجزیه و تحلیل رگرسیون تک متغیری (درک محتوی)

متغیر ملاک	متغیر پیش‌بین	α	β	خطای برآورد	t	P
جهت‌گیری مثبت	درک محتوی	۷۰/۴۹	۱/۴۲	۰/۲۸	۴/۹۹	۰/۰۰۱

نتایج به دست آمده در جدول شماره ۶- نشان می‌دهد، متغیر سواد رسانه‌ای با مقدار آمار آزمون برابر با ۱/۴۲ در بعد درک محتوی در جهت‌گیری مثبت نقش معنی‌داری در سطح خطای ۰/۰۵ دارد ($P < 0/05$). بنابراین بر اساس شواهد تجربی به دست آمده می‌توان بیان داشت درک محتوای پیام‌های رسانه‌ای بر جهت‌گیری مثبت نسبت به مدرسه در دانش‌آموزان تأثیر دارد.

فرضیه فرعی سوم پژوهش: «گزینش آگاهانه پیام‌های رسانه‌ای بر جهت‌گیری مثبت نسبت به مدرسه در دانش‌آموزان تاثیر دارد»

جدول شماره ۷- نتایج تجزیه و تحلیل رگرسیون تک متغیری (گزینش آگاهانه)

متغیر ملاک	متغیر پیش‌بین	α	β	خطای برآورد	t	P
جهت‌گیری مثبت	گزینش آگاهانه	۷۰/۴۹	۰/۲۷	۰/۲۲	۱/۲۲	۰/۲۲

نتایج تحلیل داده‌ها در جدول شماره ۷- نشان می‌دهد در سطح خطای ۰/۰۵ گزینش آگاهانه با مقدار آماره برابر با ۰/۲۷ در متغیر جهت‌گیری مثبت نقش معنی‌داری ندارد ($P < 0/05$). بدین سبب می‌توان بر اساس شواهد تجربی به دست آمده نمی‌توان مدعی شد که گزینش آگاهانه پیام‌های رسانه‌ای بر جهت‌گیری مثبت نسبت به مدرسه در دانش‌آموزان تاثیر دارد.

فرضیه فرعی چهارم پژوهش: «نگاه انتقادی به پیام‌های رسانه‌ای بر جهت‌گیری مثبت نسبت به مدرسه در دانش‌آموزان تاثیر دارد»

جدول شماره ۸- نتایج تجزیه و تحلیل رگرسیون تک متغیری (نگاه انتقادی)

متغیر ملاک	متغیر پیش‌بین	α	β	خطای برآورد	t	P
جهت‌گیری مثبت	نگاه انتقادی	۷۰/۴۹	۱/۱۳	۰/۲۲	۵/۰۷	۰/۰۰۱

همانگونه که در جدول شماره ۸- مشاهده می‌شود متغیر نگاه انتقادی در متغیر جهت‌گیری مثبت نقش معنی‌داری در سطح خطای ۰/۰۵ و با ضریب برابر با ۱/۱۳ دارد ($P < 0/05$). بنابراین بر اساس شواهد تجربی به دست آمده می‌توان جهت‌گیری مثبت نسبت به مدرسه در دانش‌آموزان را بر اساس نگاه انتقادی به پیام‌های رسانه‌ای آنها پیش‌بینی کرد.

فرضیه فرعی پنجم پژوهش: «تجزیه و تحلیل پیام‌های رسانه‌ای بر جهت‌گیری مثبت نسبت به مدرسه در دانش‌آموزان تاثیر دارد»

جدول شماره ۹- نتایج تجزیه و تحلیل رگرسیون تک متغیری (تجزیه و تحلیل)

متغیر ملاک	متغیر پیش‌بین	α	β	خطای برآورد	t	P
------------	---------------	----------	---------	-------------	---	---

بررسی تأثیر سواد رسانه‌ای بر جهت‌گیری مثبت نسبت به مدرسه و ...

جهت‌گیری مثبت	تجزیه و تحلیل	۷۰/۴۹	۰/۷۸	۰/۲۵	۳/۰۳	۰/۰۰۱
---------------	---------------	-------	------	------	------	-------

چنانچه در جدول شماره ۹- مشاهده می‌شود با مقدار ضریب بتای غیراستاندارد برابر با ۰/۷۸ متغیر سواد رسانه‌ای در بعد تجزیه و تحلیل پیام‌ها نقش معنی‌داری در متغیر جهت‌گیری مثبت در سطح اطمینان ۹۵ درصد دارد ($P < 0/05$). بدین ترتیب می‌توان بر اساس شواهد تجربی به دست آمده ادعا کرد که تجزیه و تحلیل پیام‌های رسانه‌ای بر جهت‌گیری مثبت نسبت به مدرسه در دانش‌آموزان تأثیر دارد.

فرضیه فرعی ششم پژوهش: «اهداف پنهان پیام‌های رسانه‌ای بر آگاهی‌فراشناختی در دانش‌آموزان تأثیر دارد»

جدول شماره ۱۰- نتایج تجزیه و تحلیل رگرسیون تک‌متغیری (اهداف پنهان)

متغیر ملاک	متغیر پیش‌بین	α	β	خطای برآورد	t	P
آگاهی‌فراشناختی	اهداف پنهان	۵۸/۷۲	۰/۴۰	۰/۱۳	۲/۹۹	۰/۰۰۱

همانگونه که در جدول شماره ۱۰- مشاهده می‌شود متغیر اهداف پنهان با ضریب برابر با ۰/۴۰ بر متغیر آگاهی‌فراشناختی نقش معنی‌داری در سطح خطای ۰/۰۵ دارد ($P < 0/05$). بنابراین بر اساس شواهد تجربی به دست آمده می‌توان بیان داشت اهداف پنهان پیام‌های رسانه‌ای بر آگاهی‌فراشناختی در دانش‌آموزان تأثیر دارد.

فرضیه فرعی هفتم پژوهش: «درک محتوای پیام‌های رسانه‌ای بر آگاهی‌فراشناختی در دانش‌آموزان تأثیر دارد»

جدول شماره ۱۱- نتایج تجزیه و تحلیل رگرسیون تک‌متغیری (درک محتوی)

متغیر ملاک	متغیر پیش‌بین	α	β	خطای برآورد	t	P
آگاهی‌فراشناختی	درک محتوی	۵۸/۷۲	۰/۹۱	۰/۱۶	۵/۴۹	۰/۰۰۱

چنانچه در جدول شماره ۱۱- مشاهده می‌شود متغیر درک محتوی پیام‌ها بر متغیر آگاهی‌فراشناختی نقش معنی‌داری در سطح اطمینان ۹۵ درصد و با ضریب بتای برابر با ۰/۹۱ دارد ($P < 0/05$). بدین

ترتیب می‌توان براساس شواهد تجربی به دست آمده ادعا کرد که وضعیت آگاهی فراشناختی را می‌توان براساس درک محتوی پیام‌های رسانه‌ای آنها پیش بینی کرد.

فرضیه فرعی هشتم پژوهش: «گزینش آگاهانه پیام‌های رسانه‌ای بر آگاهی فراشناختی در دانش آموزان تاثیر دارد»

جدول شماره ۱۲- نتایج تجزیه و تحلیل رگرسیون تک متغیری (گزینش آگاهانه)

متغیر ملاک	متغیر پیش بین	α	β	خطای برآورد	t	P
آگاهی فراشناختی	گزینش آگاهانه	۵۸/۷۲	۰/۰۱	۰/۱۳	۰/۱۲	۰/۹۰

همانگونه که در جدول شماره ۱۲- مشاهده می‌شود متغیر گزینش آگاهانه پیام‌های رسانه‌ای با ضریب بتای برابر با ۰/۰۱ و با مقدار آماره برابر با ۰/۰۱ نقش معنی داری در سطح خطای ۰/۰۵ ندارد ($P < 0/05$). بنابراین فرضیه صفر هشتم پژوهش مورد تایید قرار می‌گیرد و نمی‌توان بیان داشت گزینش آگاهانه پیام‌های رسانه‌ای بر آگاهی فراشناختی در دانش آموزان تاثیر دارد.

فرضیه فرعی نهم: «نگاه انتقادی به پیام‌های رسانه‌ای بر آگاهی فراشناختی در دانش آموزان تاثیر دارد»

جدول شماره ۱۳- نتایج تجزیه و تحلیل رگرسیون تک متغیری (نگاه انتقادی)

متغیر ملاک	متغیر پیش بین	α	β	خطای برآورد	t	P
آگاهی فراشناختی	نگاه انتقادی	۵۸/۷۲	۰/۵۲	۰/۱۳	۴/۰۱	۰/۰۰۱

همانگونه که در جدول شماره ۱۳- مشاهده می‌شود با ضریب بتای برابر با ۰/۵۲ متغیر نگاه انتقادی به پیام‌های رسانه‌ای بر متغیر آگاهی فراشناختی نقش معنی داری در سطح خطای ۰/۰۵ دارد ($P < 0/05$). در نتیجه می‌توان بیان داشت نگاه انتقادی به پیام‌های رسانه‌ای بر آگاهی فراشناختی در دانش آموزان تاثیر دارد.

فرضیه فرعی دهم پژوهش: «تجزیه و تحلیل پیام‌های رسانه‌ای بر آگاهی فراشناختی در دانش آموزان تاثیر دارد»

جدول شماره ۱۴- نتایج تجزیه و تحلیل رگرسیون تک متغیری (تجزیه و تحلیل)

متغیر ملاک	متغیر پیش‌بین	α	β	خطای برآورد	t	P
آگاهی فراشناختی	تجزیه و تحلیل	۵۸/۷۲	۰/۸۰	۰/۱۵	۵/۲۸	۰/۰۰۱

همانگونه که در جدول شماره ۱۴- مشاهده می‌شود متغیر تجزیه و تحلیل پیام‌های رسانه‌ای بر متغیر آگاهی فراشناختی نقش معنی‌داری در سطح خطای ۰/۰۵ و با ضریب غیراستاندارد برابر با ۰/۸۰ دارد ($P < 0/05$). در نتیجه می‌توان وضعیت آگاهی فراشناختی افراد را بر اساس وضعیت تجزیه و تحلیل پیام‌های رسانه‌ای آنها پیش‌بینی کرد.

۹. نتایج

با توجه به داده‌های پردازش شده در مبحث آماری این تحقیق به این نتیجه دست یافتیم که: سواد رسانه‌ای بر جهت‌گیری مثبت نسبت به مدرسه در دانش‌آموزان تأثیر دارد. سواد رسانه‌ای بر آگاهی فراشناختی دانش‌آموزان تأثیر دارد. برای تبیین نتایج به دست آمده می‌توان گفت، اخیراً در استفاده دانش‌آموزان از فناوری ارتباطات از جمله تلفن‌های همراه و اینترنت، رشد سریع صورت گرفته است و رسانه‌ها به بخش اساسی در زندگی روزمره تبدیل شده‌اند. همچنین دنیای امروز خواه یا ناخواه در شرایط اشباع رسانه‌ای قرار دارد. در نتیجه این اشباع حجم اطلاعات نیز بالا خواهد بود و الزام است در انتخاب نیازهای اطلاعاتی با دقت و درست عمل کنیم. زمانی که در بزرگراه‌های اطلاعاتی حرکت می‌کنید سواد رسانه‌ای می‌تواند، بگوید که چه مقدار از وقت‌تان را در چه سایت‌هایی، چه رسانه‌هایی با چه گرایشی بگذرانید. سواد رسانه‌ای توانایی دسترسی، درک و ایجاد ارتباطات در بافت‌های گوناگون است. سواد رسانه‌ای همچنین توانایی ارزیابی باورهای افراد و نیز تأثیر در شکل‌گیری فرهنگ عمومی را دارد و دانشی است که کارکردهای متعددی در زندگی انسان دارد. دانش‌آموزان با سواد رسانه‌ای قادر به کشف پیام‌های پیچیده‌ی موجود در محتوای تلویزیون رادیو روزنامه‌ها، مجلات، کتاب‌ها، بیلبوردهای تبلیغاتی، اینترنت و سایر رسانه‌های مستقل خواهند شد. این امر سبب می‌شود دانش‌آموزان از رسانه‌ها به صورت هوشمندانه‌ای بهره‌مند شوند. سواد رسانه‌ای، سواد دنیای معاصر است که مولفه‌ها و مشخصه‌های ویژه خود را دارد و نه تنها به ساختار بلکه به محتوا نیز اطلاق می‌شود، سواد که مطابق با قابلیت‌ها و ظرفیت‌های رسانه‌ها در حال حرکت و پیشروی است. مشخصه ظرفیت‌های رسانه‌های جدید را این‌گونه می‌توان بر شمارد؛ سرعت، دسترسی، حجم بالای ذخیره اطلاعات، دقت، انتخاب، تعامل، توان تحریک حسی (ترکیب صدا و تصویر متن به غنای بیشتر درک حسی مخاطب

می‌فزاید)، پیچیدگی (از لحاظ فنی، هم زمانی مبادله اطلاعات و تماس و غیره)، ظرفیت پایین در حفظ حریم خصوصی افراد تمام آن چیزی که سواد رسانه‌ای بدان می‌پردازد مساله کنترل است یعنی توانمندسازی افراد برای کنترل برنامه‌ریزی رسانه‌هاست. فرد می‌تواند کنترل زیادی را بر فرایند برنامه‌ریزی ذهنی خود اعمال کند. کسب سواد رسانه‌ای بیشتر، به ما دیدی بسیار شفاف‌تر می‌دهد تا مرز میان دنیای واقعی و دنیای ساخته شده به دست رسانه‌ها را تشخیص دهیم. وقتی ما از سواد رسانه‌ای برخوردار باشیم، نقشه‌ای در دست داریم که برای هر چه بهتر گام برداشتن در دنیای رسانه‌ای به ما کمک می‌کند بدون این که بخواهیم با پیام‌های رسانه‌ای روبه‌رو شویم، تجربه و اطلاعات مد نظرمان را کسب خواهیم کرد. هم چنین خواهیم توانست زندگی‌ای را بنا کنیم که خود خواهان آن هستیم، نه چیزی که رسانه‌ها برای ما در نظر گرفته‌اند. افرادی که در ارتقای سواد رسانه‌ای ناکام می‌مانند، در جریان توده‌ای از پیام‌ها گرفتار می‌شوند. احساس آگاهی کاذبی درباره‌ی امور دنیا در بین چنین افرادی شکل می‌گیرد؛ زیرا با اطلاعات بسیار زیادی روبه‌رو شده‌اند.

در کل می‌توان گفت سواد رسانه‌ای مجموعه دیدگاه‌ها و مهارت‌ها درباره کنترل مخاطب بر خود به هنگام مواجهه با رسانه است. به بیان دیگر سواد رسانه‌ای تفسیر آگاهانه فرد از مفاهیم پیام‌های رسانه‌ای است. مطابق نظر جیمز پاتر^۱، بسیاری از افراد واژه سواد را با رسانه‌های چاپی ربط می‌دهند و آن را معادل توانایی خواندن و نوشتن قلمداد می‌کنند. برخی نیز، در مواجهه با رسانه‌های دیگری همچون فیلم و تلویزیون این اصطلاح را به سواد بصری بسط می‌دهند. نویسندگان دیگری نیز از اصطلاحاتی نظیر سواد اطلاعاتی، سواد کامپیوتری استفاده می‌کنند، اما هیچ کدام اینها به تنهایی معادل سواد رسانه‌ای نیستند بلکه، هر یک اجزای سازنده و تشکیل‌دهنده سواد رسانه‌ای محسوب می‌شوند؛ یا به عبارت دیگر، سواد رسانه‌ای در برگیرنده همه موارد ذکر شده و شامل تمام این توانایی‌های ویژه است، چرا که اگر خواندن بلد نباشیم، از رسانه‌های چاپی چیزی دستگیرمان نمی‌شود. اگر درک آداب بصری و روایی مشکل داشته باشیم، نمی‌توانیم از برنامه‌های تلویزیون یا فیلم چیز زیادی درک کنیم و اگر نتوانیم از کامپیوتر استفاده کنیم، از آنچه به مرور زمان در این مهم‌ترین رسانه (اینترنت) رخ می‌دهد، بی‌خبر خواهیم ماند. بنابراین اگر چنین دیدی به سواد رسانه‌ای داشته باشیم سبب افزایش جهت‌گیری مثبت نسبت به مدرسه در دانش‌آموزان می‌شود؛ زیرا موفقیت دانش‌آموزان از طریق پیوندهای قوی آنها با مدرسه می‌تواند بهبود یابد. پیوند با مدرسه به اعمالی اشاره دارد که سبب سازگارشدن دانش‌آموزان

¹ James Potter

در انجام فعالیتی خاص می‌شود. این اعمال سبب افزایش احساس راحتی، خوب بودن و افزایش نگرش مثبت به مدرسه می‌شود. تفکر مثبت به جهت‌گیری اشاره دارد که در آن معمولاً پیامدهای مثبت مورد انتظارند و این پیامدها به عنوان عواملی ثابت، کلی و درونی در نظر گرفته می‌شوند. به بیان دیگر، خوش بینی یا تفکر مثبت تمایل به اتخاذ امیدوارانه‌ترین دیدگاه است. رویکرد روانشناسی مثبت‌گرا از پرداختن صرف به ترمیم آسیب‌ها به سمت ارتقای کیفیت زندگی انسان گام برمی‌دارد.

براساس دیدگاه پاتر، ارتباط این عوامل، فضایی و حلزونی (نه سطحی) است؛ در هر برش عرضی، یکی از عوامل سواد رسانه‌ای قرار دارند و از این رو هر یک از عوامل، عامل دیگر را پشتیبانی می‌کنند. بر اساس نظر الیزابت تامن¹ سواد رسانه‌ای همانند فیلتری دایوری کننده عمل می‌کند؛ چنان که جهان متراکم از پیام، 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 نحوه استفاده از رسانه‌ها؛ به این معنا که مخاطب توجه بیشتری به انتخاب و تماشای انواع مختلف برنامه‌ها دارد و به صورت مشخصی به استفاده از تلویزیون، ویدئو، بازی‌های الکترونیکی، فیلم‌ها و دیگر رسانه‌ها می‌پردازد و میزان مصرف را کاهش می‌دهد. لایه دوم: در این سطح، مخاطب به جنبه‌های نامحسوس‌تر رسانه‌ای توجه می‌کند و به پرسش‌ها و موضوع‌های عمیقی مانند چه کسی پیام‌های رسانه‌ای را می‌سازد؟ چه هدفی با فرستادن پیام دنبال می‌شود؟ چه کسی از ارسال پیام سود می‌برد و چه کسی ضرر می‌کند؟ و ... می‌پردازد. لایه سوم: این لایه مهارت‌های لازم برای تماشای انتقادی رسانه‌هاست. با این مهارت‌ها، مخاطب به تجزیه و تحلیل و پرسش درباره چارچوب ساخت پیام و جنبه‌های جا افتاده در آن می‌پردازد. آنچه در این لایه اهمیت دارد، شناخت حقایق و جنبه‌هایی از پیام است که حذف شده است. به عبارت دیگر، فهم متن از سوی مخاطب، در گرو شناسایی ابعاد جا افتاده پیام است که این عوامل سبب افزایش فراشناخت افراد می‌گردد. زیرا در یادگیری، رشد شناختی عامل تعیین‌کننده هوش فکری افراد در نظر گرفته می‌شود. در توسعه آن، نکته مهمی که باید مورد توجه قرار گیرد این است که چگونه می‌توان این توانایی‌های شناختی را در پاسخ به موقعیت‌ها یا مشکلات مدیریت کرد. جنبه‌های شناختی نمی‌توانند به تنهایی اجرا شوند، اما باید کنترل شوند. اگر فردی از توانایی‌های شناختی خود استفاده کند، به توانایی تعیین و تنظیم فعالیت‌های شناختی نیاز دارد. بنابراین انسان باید از توانایی تفکر آگاهی داشته باشد و بتواند آن را تنظیم کند. کارشناسان به این توانایی فراشناختی می‌گویند. دانش‌آموزان در

¹ Elizabeth Tommen

صورتی می‌توانند به موفقیت یادگیری دست یابند که بتوانند عمداً فرآیندهای شناختی خود را به طور مداوم مدیریت کنند و بر توانایی‌های فراشناختی خود تأثیر بگذارند. تلاش‌های گسترده‌ای برای تقویت توانایی‌های شناختی، عاطفی و روانی- حرکتی دانش‌آموزان انجام می‌شود. با این حال، موضوع یادگیری که مهارت‌های فراشناختی را افزایش می‌دهد، به طور عمومی بررسی نشده است. در تبیین اینکه گزینش آگاهانه پیام‌های رسانه‌ای بر جهت‌گیری مثبت نسبت به مدرسه در دانش‌آموزان تأثیر ندارد، شاید بتوان اینگونه گفت:

دانش‌آموزانی با گرایش مثبت نسبت به مدرسه با ایمان‌شان به این که دستاوردهای تحصیلی و یادگیری با زندگی و یا موفقیت‌شان به عنوان یک فرد بالغ در ارتباط است مشخص می‌شوند. از آنجایی که به نظر می‌رسد، وجود گرایش مثبت نسبت به مدرسه، به عنوان یک سازه، معیاری حفاظت‌کننده را انتقال می‌دهد، به این خاطر از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. بنابراین اطلاعاتی را که مدرسه در اختیار آن‌ها قرار می‌دهد با کمال میل می‌پذیرند و دیگر به دنبال انتخاب آگاهانه آن نیستند همچنین نظریه برجسته-سازي مدعی تأثیر رسانه‌ها بر شناخت و نگرش مردم و تعیین اولویت‌های ذهنی آنان از طریق انتخاب و برجسته‌سازی بعضی از موضوعات و رویدادها در قالب خبر و گزارش خبری است. به این معنا که رسانه‌ها با برجسته ساختن بعضی از موضوع‌ها و رویدادها، بر آگاهی و اطلاعات مردم تأثیر می‌گذارند. گرچه نمی‌توانند تعیین کنند که مردم چگونه بیندیشند، اما می‌توانند تعیین کنند که «درباره چه چیزی» بیندیشند. مفهوم برجسته‌سازی پیچیده‌تر از اولویت‌گذاری می‌باشد و حاکی از آن است که فرایند قرار دادن موضوعی در اولویت عموم، زمان می‌برد و از چند مرحله می‌گذرد. به این معنا که شیوه رسانه‌ها برای چارچوب‌سازی یک موضوع و واژه‌های مهمی که برای توصیف آن استفاده می‌کنند، می‌تواند مؤثر باشد و نقش اشخاص معروف و معتبر نیز به هنگام اظهارنظر درباره موضوع، مهم و تأثیرگذار است.

در تبیین اینکه گزینش آگاهانه پیام‌های رسانه‌ای بر آگاهی فراشناختی در دانش‌آموزان تأثیر ندارد، شاید بتوان اینگونه گفت: الگوی نظارت فراشناختی فلاول (۱۹۷۹) برای پاسخ به تعدادی از این پرسش‌ها وجود آمد. بر طبق این الگو توانایی یک شخص برای کنترل کردن، تنوع گسترده‌ای از اعمال شناختی است که از طریق اعمال و تعاملات در میان پدیده‌ها رخ می‌دهد. زیمرمن و همکاران (۱۹۸۶) فراشناخت را عبارت از: نظارت فعال بر شناخت و راهبردهایی دانسته که از طریق آنها از شناخت استفاده بهینه به عمل می‌آید به سخن دیگر، فراشناخت به اطلاعاتی گفته می‌شود که فرد در مورد نظام شناختی خود دارد به نحوی که براساس نظر تامپسون و همکاران (۲۰۱۱) قضاوت فراشناخت در ایجاد

تفکر تحلیل به وجود آمدن احساس درستی انجام کارها هم در افزایش شهود و هم بر افزایش تعقل نقش دارد. همچنین، فراشناخت را می‌توان به معنی آگاهی فرد از فرآیند تفکر خود و توانایی‌اش برای کنترل این فرآیند دانست. باورهای فراشناختی توانایی این را دارد که زمانی اثری از وسواس بودن در افراد سالم پدیدار شود به اشخاص برای مقابله با هر آسیبی در این زمینه کمک کند. یاری گرفتن از باورهای فراشناختی، به افراد کمک می‌کند تا فرآیندهای شناختی و یادگیری‌شان را در جهت اهدافی که از قبل تعیین کرده‌اند را رهبری، نظارت و بازخورد دهند. بنابراین استفاده بهینه از اطلاعات خود جزء اصلی آگاهی فراشناختی می‌باشد و نیازی به گزینش آگاهانه آنها نیست بلکه شما اول باید آگاهی فراشناختی از خود را افزایش دهید و بعد از آن در گزینش آگاهانه تبحر پیدا خواهید کرد. همچنین می‌توان گفت؛ نتایج تحقیق حاضر با تحقیقات پیشین از جمله: تحقیقات اسمعیلی و همکاران (۱۴۰۰)، مشری و همکاران (۱۴۰۱)، پورمحدث و همکاران (۱۴۰۱)، کازیمین و همکاران (۲۰۲۰)، لی و رمضان (۲۰۲۱) و ریکاردو و همکاران (۲۰۲۲) همسو می‌باشد.

۱۰. پیشنهادات تحقیق

- ۱) بر اساس نتایج فرضیه اصلی اول پژوهش؛ پیشنهاد می‌شود جهت ایجاد نگرش مثبت نسبت به مدرسه در دانش‌آموزان دوره‌ها و مهارت‌های سواد رسانه‌ای را ارتقاء دهند.
- ۲) بر اساس نتایج فرضیه اصلی دوم پژوهش؛ پیشنهاد می‌شود جهت ارتقاء آگاهی‌های فراشناختی دانش‌آموزان از مهارت‌ها و مولفه‌های سواد رسانه‌ای کمک گرفته شود.
- ۳) بر اساس نتایج فرضیه فرعی اول پژوهش؛ توصیه می‌شود دو الی سه بازی مرتبط با سن دانش‌آموزان در هر مقطع تحصیلی که یاددهنده نیز باشند انتخاب و در کلاس درس درباره آنها صحبت شود و نظرات دانش‌آموزان درباره محتوای این بازی‌ها پرسیده و در نهایت یک جمع‌بندی کلی توسط معلم ارائه شود.
- ۴) بر اساس نتایج فرضیه فرعی دوم پژوهش؛ مدیران و معلمان در کلاس زمینه‌هایی را همچون مقدمات پژوهش، با بهره‌گیری از منابع چاپی و الکترونیکی برای دانش‌آموزان فراهم آورند.
- ۵) بر اساس نتایج فرضیه فرعی سوم پژوهش؛ ساعتی را به دانش‌آموزان اختصاص داده شود تا درباره برنامه‌ها، بازی‌های اینترنتی مورد علاقه خود صحبت کنند.

- ۶) بر اساس نتایج فرضیه فرعی چهارم پژوهش؛ چند برنامه تلویزیونی و یا چند فیلم توسط معلم انتخاب و به دانش آموزان معرفی شود و در جلسه‌ایی که معلم از قبل انتخاب شده است به بحث و تبادل نظر بین معلم و دانش آموزان درباره آن پرداخته شود.
- ۷) بر اساس نتایج فرضیه فرعی پنجم پژوهش؛ معلمان می‌توانند چندین راه‌حل برای حل یک مسئله درسی به دانش آموزان ارائه دهند و خواسته شود تا آن‌ها را امتحان و در جلسه‌ی بعدی درباره‌ی هر کدام از راه‌حل (معایب، محاسن و غیره) صحبت کنند.
- ۸) بر اساس نتایج فرضیه فرعی ششم پژوهش؛ بهتر است هر مبحث کلاسی از لحاظ دیدگاه‌های مختلف مورد بررسی قرار گیرد و زوایای پنهان در هر دیدگاه توسط معلم برای دانش آموزان توضیح دهند و از این طریق برای پی بردن به اهداف پنهان پیام‌ها در رسانه‌ها آن‌ها را آماده نمایند.
- ۹) بر اساس نتایج فرضیه فرعی هفتم پژوهش؛ ترکیب آموزش کلاسی و کار عملی در کلاس‌های درس صورت گیرد.
- ۱۰) بر اساس نتایج فرضیه فرعی هشتم پژوهش؛ برای دانش آموزان حتما کلاس‌ها مدیریت استرس و اضطراب ارائه گردد تا بتوانند در برابر پیام‌های اضطراب‌آور درست عمل نمایند.
- ۱۱) بر اساس نتایج فرضیه فرعی نهم پژوهش؛ معلم درسی را که دانش آموزان تقریباً با آن آشنا هستند، را در سطح پایین به صورت نادرست به دانش آموزان توضیح دهد و از آنها بخواهد که درباره ارائه معلم صحبت کنند و نقطه نظرات خود را بیان نمایند و در نهایت نحوه درست درس را ارائه و درباره صحبت‌های به عمل آمده توضیح دهد و دانش‌آموزانی که به درستی انتقاد کردند مورد تشویق قرار گیرند.
- ۱۲) بر اساس نتایج فرضیه فرعی دهم پژوهش؛ بهتر است درباره سایت‌های اینترنتی و نحوه ارائه مطالب و اینکه چگونه این سایت‌ها می‌توانند یک فرهنگی را القاء کنند در کلاس درس صحبت شود و به دانش‌آموزان راهکارهایی ارائه شود تا بتوانند از طریق آن به محتوای ارائه شده توسط سایت‌ها آگاهی پیدا کنند.

۱۱. منابع

- اسمعیلی، آقابابائی ن. ۱۴۰۰. نقش پیش بینی‌کننده تفکر نقادانه و نگرش به علم در سواد رسانه‌ای دانشجویان، روان‌شناسی فرهنگی. دوره ۵. شماره ۱(۱). صص ۲۵۷-۲۴۱.

_____ بررسی تأثیر سواد رسانه‌ای بر جهت‌گیری مثبت نسبت به مدرسه و ...

افراسیابی م، میربهرسی س. ۱۳۹۲. [خانواده، سواد رسانه‌ای و رسانه‌های دیجیتال](#)، تهران: موسسه خبرگزاری فارس.

باباپورخیرالدین ج، گنجه‌ای ن. ۱۴۰۰. پیش‌بینی اضطراب اجتماعی بر اساس باورهای فراشناختی و مهارت‌های اجتماعی نوجوانان. فصلنامه پژوهش‌های نوین روانشناختی. سال ۱۶. شماره ۶۱. صص ۲۹-۳۸

پاتر ج. ۱۳۹۱. بازشناسی رسانه‌های جمعی با رویکرد سواد رسانه‌ای. ترجمه: امیر سزدیان و پیام آزادی و منا نادعلی. تهران: مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران.

-پورمحدث گ، خوئینی ف، حسینی المدنی س. ۱۴۰۱. [تدوین مدل علی سواد رسانه‌ای مبتنی بر مهارت‌های فراشناختی. راهبردهای یادگیری خود تنظیمی و خودکارآمدی با میانجی‌گری تفکر انتقادی در دانشجویان](#). سبک زندگی اسلامی با محوریت سلامت. شماره ۱۶(۱). صص ۲۶۵-۲۵۶.

-جوادی علمی ل، اسدزاده ح، دلاور ع، درتاج ف. ۱۳۹۹. مدل‌یابی روابط ساختاری اشتیاق تحصیلی دانشجویان بر اساس تدریس تحول آفرین، خودکارآمدی تحصیلی با میانجی‌گری سرزندگی تحصیلی. دو فصلنامه راهبردهای شناختی در یادگیری. سال ۸. شماره ۱۴. صص ۱-۱۹.

-چالشگر کره آسیابی م، کیایی ا. ۱۴۰۰. سواد رسانه‌ای در دانشجویان: مطالعه نظام یافته. تعالی بالینی. دوره ۱۱. شماره ۳. صص ۳۵-۴۶.

-حسینی ف، امیرپور م، محمدپور م. ۱۴۰۰. بررسی رابطه سواد رسانه‌ای با سلامت اجتماعی نوجوانان دختر ۱۵-۱۹ ساله شهر مشهد مقدس. مطالعات جنسیت و خانواده. سال ۹. شماره ۱. صص ۱۱۵-۱۴۲.

-رسائی ی، اسماعیلی ا، کریمی س، عاشوری م، مجاور بخشایش م، عباسیان آغجه مسجد ش. ۱۴۰۱. بررسی رابطه خوش‌بینی تحصیلی با رفتارهای نوآورانه در تدریس در فضای مجازی معلمان دوره ابتدایی. دهمین کنفرانس ملی توسعه پایدار در علوم تربیتی و روانشناسی. مطالعات اجتماعی و فرهنگی، تهران.

-زاهد بابلان ع، کریمیان پور غ. ۱۴۰۰. بررسی رابطه بین نگرش به مدرسه و پیوند با مدرسه: نقش میانجی امید به تحصیل. شماره ۴۳. صص ۱۲۴-۱۳۹.

-زمانی کوخالو ل، سپاه منصور م، ابوالمعالی خ. ۱۴۰۰. اثربخشی آموزش صلح بر شایستگی تحصیلی و جهت‌گیری مثبت دانش‌آموزان نسبت به مدرسه. پژوهش در نظام‌های آموزشی. دوره ۱۵. شماره ۵۳. صص ۸۳-۹۷.

- سعیدی آریا ف. ۱۳۹۳. جایگاه ابعاد سواد رسانه‌ای در برنامه‌های رادیویی خردسالان از دیدگاه برنامه سازان رادیویی خردسالان، دانشگاه صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران. دانشکده تولید. پایان نامه کارشناسی ارشد.
- سلطانی م. ۱۳۸۷. تحلیل وضعیت سواد اینترنتی دانش آموزان سال سوم دبیرستان شهر تهران در مقایسه با مربیان و والدین آنها. فصلنامه نوآوری‌های آموزشی. سال ۷. شماره ۲۷.
- شیخ الاسلامی ع، کریمیان پور غ، محمدی ی. ۱۳۹۷. مطالعات روانشناسی تربیتی. شماره ۳۰ (۳۰). صص ۲۰۶-۱۸۷.
- طلوعی ع. ۱۳۹۱. سواد رسانه‌ای درآمدی بر شیوه یادگیری و سنجش، تهران: دفتر مطالعات و برنامه ریزی رسانه‌ها وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- عباسی مقدم ح، اسمعیلی م، ز. ۱۴۰۰. ارتباط مدل سبک زندگی، سواد رسانه‌ای و هویت اجتماعی در سازمان‌های ورزشی کشور. مطالعات راهبردی ورزش و جوانان. شماره ۵۲. صص ۴۰-۲۹.
- عبدلی سلطان ا، علیزاده ر، حداد ز. ۱۳۹۷. تاثیر آموزش سواد رسانه‌ای بر مهارت‌های تفکر انتقادی دانش‌آموزان. مطالعات رسانه‌ای. دوره ۱۳. شماره ۱ (۴۰). صص ۱۱۹-۱۳۴.
- علیخواه س فاطمه ر. ۱۴۰۱. رابطه باورهای فراشناختی با افسردگی زنان متأهل، فصلنامه راهبردهای نو در روان‌شناسی و علوم تربیتی. دوره ۴. شماره ۱۴. صص ۱۹۴-۲۰۸.
- فرنیویان پ، ابوالمعالی خ، هاشمیان ک. ۱۳۹۸. پیش‌بینی جهت‌گیری مثبت نسبت به مدرسه بر اساس یادگیری اجتماعی-هیجانی و رابطه والد-فرزند با میانجی‌گری ساختار انگیزشی. فصلنامه تعالی مشاوره و روان‌درمانی. دوره ۸. صص ۵۵-۷۳.
- قرایی ز، صابری ه. ۱۳۹۹. رابطه‌ی فراشناخت و باورهای هدیانی با نشانه‌های وسواس. اندیشه و رفتار، دوره‌ی ۱۴. شماره ۵۶. صص ۱۷-۱۰۲.
- کوهی ک، دیندارفرکوش ف، تاجیک س، نیرومند ل. ۱۴۰۱. رابطه ابعاد شناختی، احساسی، زیباشناختی و اخلاقی سواد رسانه‌ای با فیلترینگ اطلاعات در فضای مجازی. اخلاق در علوم و فناوری. سال ۱۷. شماره ۴. صص ۱۵۳-۱۵۸.
- مبشری م، فراهانی م، مسفینی فراهانی م. ۱۴۰۱. مقایسه تاثیر آموزش سواد رسانه‌ای مبتنی بر آیات قرآن کریم و مدل EC بر باورهای فراشناختی دانش‌آموزان دختر پایه هفتم شهرستان فراهان. دین و ارتباطات. دوره ۲۹. شماره ۶۲ (۶۲). صص ۳۷۱-۳۹۶.

- مرادی مخلص ح، قلی پور مطلق سبزواری ن. ۱۴۰۱. رابطه بین سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی با اخلاق حرفه‌ای آموزگاران. نشریه اخلاق در علوم و فناوری. سال ۱۷. شماره ۳. صص ۷۴-۸۰.
- میکاییلی ن، رهبری غازانی ن. ۱۴۰۰. اثربخشی یک برنامه مبتنی بر ذهن آگاهی بر اهمال کاری و باورهای فراشناختی در افراد وابسته به مواد. فصلنامه علمی اعتیاد پژوهی. سال ۱۵. دوره ۵۹. صص ۱۷۲-۱۵۷.
- هاشم نژاد ابرسی ف. ۱۳۹۵. تحلیل تأثیر سواد رسانه‌ای بر رفتار اجتماعی دانش آموزان دوره ابتدایی شهرستان قائم‌شهر. صص ۱۶-۳.
- یزدانی پرانی م، سلیمی ل. ۱۴۰۰. مقایسه تطبیقی برنامه‌های درسی مربوط به سواد رسانه‌ای بین کشورهای کانادا، ژاپن و ایران. پیشرفت‌های نوین در مدیریت آموزشی. شماره ۳. صص ۷۶-۱۰۰.
- Cai, Y. Jin, Z.; Zhai, C. Wang, H.; Wang, J. Tang, Y. Kwok, S.C. 2021. Time-Sensitive Prefrontal Involvement in Associating Confidence with Task Performance Illustrates Metacognitive Introspection in Monkeys; Cold Spring Harbor Laboratory: New York, NY, USA.
- Diergarten AK, Möckel T, Nieding G, Ohler P. 2017. The impact of media literacy on children's learning from films and hypermedia. *Journal of Applied Developmental Psychology*; 48: 33-41.
- Drigas, A.; Mitsea, E. Pillars X. 2021. Layers Model of Metacognition: Educational Strategies, Exercises & Trainings. *Int. J. Online Biomed. Eng. IJOE* 2021, 17, 115.
- Evans, J.S.B.T.; Stanovich, K.E. 2013. Dual-Process Theories of Higher Cognition. *Perspect. Psychol. Sci*, 8, 223-241
- Friedman, N.P.; Robbins, T.W. 2022. The role of prefrontal cortex in cognitive control and executive function. *Neuropsychopharmacology*, 47: 89-72.
- Kahneman, D. 2011. *Thinking, Fast and Slow*; Farrar, Straus and Giroux: New York, NY, USA.
- Kuchling F, Fields C, Levin M. 2022. Metacognition as a Consequence of Competing Evolutionary Time Scales. *Entropy*. 2022; 24(5):601. <https://doi.org/10.3390/e24050601>.
- Kuzeymen, B., Orkun, A., Ipek, S., Beng U., K., Pinar, A. 2020. "The relationship between dysfunctional metacognitive beliefs and problematic social networking sites use", *Scandinavian journal of psychology*, 61 (5).
- Lee, D., Ramazan, O. 2021. "Fact-Checking of Health Information: The Effect of Media Literacy, Metacognition and Health Information Exposure", *Journal of health communication*, 26 (7).
- Masset, P.; Ott, T.; Lak, A.; Hirokawa, J.; Kepecs, A. 2020. Behavior- and Modality-General Representation of Confidence in Orbitofrontal Cortex. *Cell*, 182, 112-126.e18

- Melvina N. Constance D. 2022. Achievement Motivation, Academic Optimism and Performance in Mathematics of Secondary School Students in Cross River State, Nigeria. *Fudma Journal of Educational Foundations (Fujef)* VOL. 5, NO. 1: 11-19.
- Menon, V.; D'Esposito, M. 2022. The role of PFC networks in cognitive control and executive function. *Neuropsychopharmacology*, 47: 103-90.
- [Riccardo Sartori](#), [Francesco Tommasi](#), [Andrea Ceschi](#), [Mattia Falser](#), Silvia Genero., [Silvia Belotto](#). 2022. Enhancing critical thinking skills and media literacy in initial vocational education and training via self-nudging: The contribution of NERDVET project., Volume 13 – 2022. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.935673>.
- Sato, M. 2021. "Metacognition," *The Routledge Handbook of Second Language Acquisition and Individual Differences*, Routledge, Oxfordshire, UK. View at: [Google Scholar](#).
- Savaş Yalçın., M. 2022. Evaluation of Academic Optimism Levels of the Lecturers: A Qualitative Research. *Journal of Family, Counseling and Education*, 7(1), 1-15.
- Wambua, G. N., Obondo, A., Bifulco, A., & Kumar, M. 2018. The role of attachment relationship in adolescents' problem behavior development: a cross-sectional study of Kenyan adolescents in Nairobi city. *Child and adolescent psychiatry and mental health*, 12(1), 1-9.
- Wells A. 2009. *Metacognitive therapy for anxiety and depression*. New York: The Guilford Press.
- Werdiningsih., Dyah, Anwar Hammad., Al-Rashidi. Mochamad., Imron Azami. 2022. The Development of Metacognitive Models to Support Students' Autonomous Learning: Lessons from Indonesian Primary Schools. *Education Research International* Volume, 2022, Article ID 6102282, 12 pages, <https://doi.org/10.1155/2022/6102282>.
- Wu Y and Kyungsun K. 2022. The Curriculum Reform of Design Education Based on the Orientation of Positive Psychology. *Front. Psychol.* 13:836909. doi:10.3389/fpsyg.2022.836909.
- Ye, Q.; Zou, F.; Dayan, M.; Lau, H.; Hu, Y.; Kwok, S. C. 2019. Individual susceptibility to TMS affirms the precuneal role in meta-memory upon recollection. *Brain Struct. Funct.* 224, 2407–2419.