



سال هشتم / زمستان ۱۳۹۸

بررسی آسیب‌ها و چالش‌های آموزش سواد رسانه‌ای در مدارس

- سیروس محمودی^۱
- احمد رستگار^۲
- حمیدرضا ایمانی‌فر^۳

چکیده

رسانه‌ها نقش بسیار مهمی در شکل‌دهی به فرهنگ، ارزش‌ها و اعتقادات افراد هر جامعه دارند. در عصر جدید با ظهور ماهواره، اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی، جامعه و به‌ویژه نوجوانان و جوانان بیشتر در معرض هجوم پیام‌های رسانه‌ای قرار دارند. در چنین شرایطی توسعه سواد رسانه‌ای همه اعضای جامعه امری ضروری است. مدارس نقش اساسی در توسعه سواد رسانه‌ای دانش‌آموزان به عهده دارد. بر این اساس، هدف پژوهش حاضر بررسی آسیب‌ها و چالش‌های آموزش سواد رسانه‌ای در مدارس بود. به این منظور با ۲۸ نفر از آموزگاران و دبیران آموزش و پرورش شهر شیراز و ۳ نفر از صاحب‌نظران حوزه رسانه مصاحبه شد. نتایج پژوهش نشان داد که مواردی همچون «توجه ناکافی محتوای کتاب‌های درسی دوره ابتدایی و متوسطه اول به سواد رسانه‌ای»، «کمبود سواد رسانه‌ای معلمان و والدین دانش‌آموزان»، «کمبود امکانات کمک‌آموزشی در مدارس برای آموزش سواد رسانه‌ای»، «استفاده از شیوه‌های غیرفعال در آموزش سواد رسانه‌ای در مدارس»، «عدم وجود الگوی بومی آموزش سواد رسانه‌ای» و «عدم تناسب محتوای آموزش سواد رسانه با شرایط و ویژگی‌های محلی و منطقه‌ای» از آسیب‌ها و چالش‌های آموزش سواد رسانه‌ای در مدارس است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد در مدارس، به‌خصوص در دوره ابتدایی و متوسطه اول به آموزش سواد رسانه‌ای به‌خوبی توجه نمی‌شود.

واژگان کلیدی: سواد رسانه‌ای، دانش‌آموزان، آسیب‌شناسی، مدارس.

۱ استادیار دانشگاه پیام نور، گروه علوم تربیتی، تهران، ایران (نویسنده مسئول) sirous1218@yahoo.com

۲ دانشیار دانشگاه پیام نور، گروه علوم تربیتی، تهران، ایران rastgar_ahmad@yahoo.com

۳ استادیار دانشگاه پیام نور، گروه روانشناسی، تهران، ایران imanifar@gmail.com

مقدمه و بیان مسأله

رسانه‌ها از طریق اطلاعات، سرگرمی‌ها و آگهی‌های گوناگون که به طور روزافزون در اختیار جامعه قرار می‌دهند، نقش بسیار مهمی در شکل‌دهی و نفوذ به فرهنگ، ارزش‌ها و اعتقادات افراد می‌گذارند. به عبارت دیگر، در عصر جدید با ظهور ماهواره‌ها، اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی مانند واتس‌آپ، تلگرام، اینستاگرام، جامعه و به‌ویژه نوجوانان و جوانان بیشتر در معرض بمباران پیام‌های رسانه‌ای قرار دارند (بیگدلی و نصیری، ۱۳۹۲: ۱۰۱). این امر سبب شده است که پیام‌های تولید شده توسط رسانه‌ها، مخاطبان خود را در گوشه و کنار جهان دچار نوعی سردرگمی و تردید در انتخاب پیام‌ها کنند (اکرامی، فیاض و بیچرانلو، ۱۳۹۰: ۹۰). در چنین شرایطی توسعه سواد رسانه‌ای مخاطبان امری ضروری است.

سواد رسانه‌ای به دنبال کسب مهارت در زمینه مدیریت اطلاعات، شناخت تأثیرات ممکن در استفاده از رسانه‌ها و افزایش پتانسیل مخاطبان در برخورد با این رسانه‌هاست. هدف سواد رسانه‌ای تنظیم یک رابطه منطقی و مبتنی بر هزینه و فایده است. همچنین سواد رسانه‌ای، توانایی دسترسی به پیام را برای مخاطبان فراهم می‌کند. این مهارت شامل توانایی در رمزگشایی پیام‌ها، مکان‌یابی برای دسترسی به اطلاعات و توانایی استفاده از تکنولوژی‌های نوین ارتباطی نظیر اینترنت و شبکه‌های اجتماعی است (صالحی‌امیری، ۱۳۸۷). افراد دارای سواد رسانه‌ای می‌توانند انواع مختلف رسانه‌ها، منابع و مجراهای اطلاعاتی را در زندگی خصوصی و شغلی و عمومی خود به کار برند، آن‌ها می‌دانند چه موقع به چه اطلاعاتی نیاز دارند و چگونه می‌توانند به آن دسترسی پیدا کنند. همچنین درک می‌کنند چه کسی و چرا اطلاعات را تولید کرده است و نقش، عملکرد و مسئولیت رسانه چیست. آن‌ها می‌توانند اطلاعات، پیام‌ها، اعتقادات و ارزش‌های روایت شده در رسانه‌ها را تحلیل و ارزشگذاری کنند (سیلوریلات^۱، ۲۰۰۹: ۶۳؛ اشرفی‌ریزی و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۸).

سواد رسانه‌ای، مهارت‌های لازم برای برقراری ارتباط متفکرانه و آگاهانه با رسانه‌ها را به افراد می‌آموزد و در عین حال دیدگاهی تحلیلی و نقادانه نسبت به پیام‌های رسانه‌ای برای افراد فراهم می‌کند. با وجودی که سواد رسانه‌ای پرسش‌هایی انتقادی درباره تأثیر رسانه‌ها پدید آورده است، اما هدف اصلی آن این است که مخاطبان رسانه‌ها را در برابر آثار سوء رسانه‌ها،

1 Silverblatt

محافظت کرده و آنان را در کنترل آنچه می‌بینند، می‌شنوند و می‌خوانند، توانمند کند (اکرامی، فیاض و بیچرانلو ۱۳۹۰: ۹۱). سواد رسانه‌ای بر درک کارکرد رسانه‌ها، ارزیابی و تحلیل کارکردها و چگونگی تعامل عقلانی بر رسانه‌ها در جهت خود مدیریتی تأکید دارد (یونسکو^۱، ۲۰۱۱: ۱۸). امروزه هر چه مخاطبان آگاه‌تر باشند، امکان تأثیرپذیری کورکورانه آن‌ها از رسانه‌ها کمتر می‌شود. در واقع سواد رسانه‌ای تلاش می‌کند خواندن سطرهای نانوشته رسانه‌های نوشتاری، تماشای پلان‌های به نمایش درنیامده و یا شنیدن صداها یا پخش نشده از رسانه‌های الکترونیک را به مخاطبان بیاموزد (شکرخواه، ۱۳۹۲: ۷۹).

اثرات احتمالی جنبه‌های منفی رسانه‌ها، موجی از نگرانی در بین اندیشمندان حوزه‌های علمی مختلف، سیاستمداران و خانواده‌ها ایجاد کرده است. صاحب‌نظران علوم تربیتی و علوم ارتباطات، برای پیشگیری از تأثیرات منفی رسانه‌ها، راه‌حل را آموزش سواد رسانه‌ای می‌دانند (کانسیداین^۲، ۱۳۷۹: ۵۸). نظام آموزش و پرورش نقش اساسی در آموزش سواد رسانه‌ای بر عهده دارد. در اسناد بالادستی آموزش و پرورش، بر آموزش سواد رسانه‌ای تأکید شده است. در سند تحول راهبردی نظام تربیت رسمی و عمومی به زمینه‌سازی برای مدیریت بهینه محیط رسانه‌ای و کمک به ترویج و تعمیق سواد رسانه‌ای تأکید شده است (وزارت آموزش و پرورش، ۱۳۸۹: ۳۶).

همچنین در سند تحول بنیادین آموزش و پرورش، بر تعامل اثر بخش رسانه‌ها با مراکز فرهنگی و اجتماعی، جایگاه و نقش رسانه‌ها و فناوری ارتباطی و بهره‌گیری هوشمندانه از آن و مواجهه فعال و آگاهانه برای پیشگیری و کنترل آثار و پیامدهای نامطلوب رسانه‌ها تأکید شده است (شورای عالی آموزش و پرورش، ۱۳۹۱: ۱۰). با توجه به اهمیت آموزش سواد رسانه‌ای در عصر حاضر و با توجه به تأکید اسناد آموزش و پرورش بر این امر مهم، در پژوهش حاضر، آسیب‌ها و چالش‌های آموزش سواد رسانه‌ای در مدارس دوره ابتدایی و متوسطه اول و دوم بررسی می‌شود.

مبانی نظری

در ادبیات مربوط به حوزه آموزش سواد رسانه، دو رویکرد تحلیلی «کودک محور» و «رسانه محور» وجود دارد (لیوینگستون و همکاران، ۲۰۰۱). به عبارتی دیگر تحلیل رابطه کودک و

1 Unesco

2 Considine

رسانه و بیان تأثیرات مثبت و منفی رسانه بر کودکان به مفروضات اساسی محققان درباره ماهیت تعامل کودکان با فناوری‌های رسانه‌ای و محتوای آن‌ها بستگی دارد.

۱- رویکرد رسانه محور: این رویکرد متأثر از جبرگرایی فناورانه است و تأکید بر اثر منفی رسانه بر کودکان دارد. در این رویکرد کودکان مخاطبان منفعلی هستند که از یک سو به دلیل استفاده بیش از حد از رسانه‌ها (به‌خصوص تلویزیون و بازی‌های رایانه‌ای)، از تحرک و فعالیت‌های فیزیکی محروم می‌شوند و از سوی دیگر محتوای رسانه را به‌عنوان جایگزین سطحی فعالیت‌های شناختی، تخیلی و اجتماعی استفاده می‌کنند (والکنبرگ، ۲۰۰۰).

این تعبیر که رسانه‌ها مخرب کودکی هستند، عمدتاً با نام نیل پستمن و کتابش با عنوان نقش رسانه‌های تصویری در زوال کودکی گره خورده است. پستمن بر این باور است که کودکان از طریق رسانه‌های نو به‌ویژه تلویزیون به‌سرعت درباره اسرار زندگی بزرگسالان اطلاعات کسب می‌کنند و حقوق ویژه بزرگسالان را طلب می‌کنند (باکینگهام، ۱۳۸۹: ۵۴). پستمن، کودکان را آسیب‌پذیر و محتاج حمایت در برابر اثرات مخرب فناوری رسانه‌ها می‌داند (پستمن، ۱۳۹۵).

۲- رویکرد کودک محور: این رویکرد بر کارکردهای متنوع محتوای رسانه و معنایی که کودکان در زمینه‌ها یا شرایط مختلف به آن نسبت می‌دهند، متمرکز است (لوینگستون و همکاران، ۲۰۰۱). در این رویکرد کودکان مخاطبان فعالی هستند که از یک سو محتوای رسانه را با فعالیت‌های روزمره درمی‌آمیزند و آن‌ها را برای منافع خود به کار می‌گیرند و از سوی دیگر از ظرفیت‌های تفسیری خویش برای شناخت ساختارهای اجتماعی و فرهنگی استفاده می‌کنند (داس، ۲۰۰۹: ۷۵).

دن تاپسکات (۱۹۹۸)، روزنامه‌نگار و صاحب‌نظر حوزه رسانه در کتابش با عنوان «رشد دیجیتال»، با این نکته که امروز مرزهای میان کودکی و بزرگسالی در حال محو شدن است و فناوری رسانه‌ها (به‌خصوص فناوری دیجیتال) مسؤول آن است، موافق است، اما به جای آنکه از چنین پیشرفت‌هایی افسوس بخورد، آن را به‌مثابه گونه‌ای آزادسازی و توانمند کردن کودکان می‌بیند. تاپسکات کودکان را طبعاً عاقل و دارای تشنگی ذاتی به دانش و دانایی می‌بیند که فناوری رسانه‌ها می‌تواند آن را ارضا کند (باکینگهام، ۱۳۸۹: ۵۷).

نظریه‌های یادگیری و ارتباط آن‌ها با آموزش سواد رسانه

۱- نظریه‌های شناختی

در نظریه‌های شناختی این باور وجود دارد که یادگیرنده در نتیجه یادگیری در ذهن یا حافظه خود ساختی شناختی تشکیل می‌دهد که در آن اطلاعات مربوط به رویدادهای مختلف نگهداری می‌شوند و سازمان می‌یابند. در نظریه‌های شناختی، یادگیری تغییر در رفتار آشکار نیست، بلکه ایجاد تغییر در ساخت شناختی و فرایندهای ذهنی است (سیف، ۱۳۹۵: ۲۵۸).

از دهه ۱۹۶۰ اندیشمندانی همچون ویگوتسکی و فریره، نظریه‌های شناختی را به حوزه آموزش سواد رسانه وارد کردند. از نظر آنان سواد رسانه‌ای رویه‌ای اجتماعی- فرهنگی است که روابط را تجسم بخشیده، انعکاس داده و تغییر می‌دهد (هابز و جنسن، ۲۰۰۹). دیدگاه ویگوتسکی بر ارزش کسب و دریافت فرازبانی علمی توسط دانش‌آموزان، که از طریق آن قادرند کارکرد زبان رسانه‌ای را توضیح و تحلیل کنند، تأکید می‌کند. همچنین این دیدگاه بر اهمیت مشارکت و درگیری معلمان با ادراکات و دریافت‌های خودبه‌خودی یا خودانگیخته دانش‌آموزان تأکید دارد. در این دیدگاه، دو عنصر بازاندیشی و ارزیابی بسیار مهم و حیاتی قلمداد می‌شود. در بازاندیشی، دانش‌آموزان قادر خواهند بود تا دانش خودانگیخته ضمنی خویش را پیرامون رسانه‌ها آشکار سازند و سپس با کمک معلم و همسالان، آن را در قالب مفاهیم علمی جامع‌تری فرمول‌بندی مجدد کنند (باکینگهام، ۲۰۰۹: ۱۳۸).

۲- نظریه سازنده‌گرایی

اندیشمندان پیرو نظریه سازنده‌گرایی بر این باورند که یادگیرندگان براساس تجارب شخصی خود، دانش (یعنی مفاهیم، اصول، فرضیه‌ها، تداعی‌ها و غیره) را می‌سازند و این کار را به طور فعال انجام می‌دهند. بنابراین می‌توان گفت که نظریه سازنده‌گرایی بر نقش فعال یادگیرنده از درک و فهم و معنی بخشیدن به اطلاعات تأکید می‌کند (وولفولک، ۲۰۰۷: ۴۸). در این نظریه، این باور وجود دارد که یادگیری معنی‌دار زمانی رخ می‌دهد که یادگیرندگان از اندیشه‌ها و تجارب خویش، تفسیرهای شخصی به عمل می‌آورند (بایلر و اسنومن، ۲۰۰۶: ۷۰۴). نظریه سازنده‌گرایی در آموزش سواد رسانه از آن رو مهم است که به طور مفصل و عمیق در رشته‌های مربوط به مطالعات رسانه آموزش داده می‌شود. بدیهی است هدف از گسترش و ترویج سواد

رسانه‌ای در بین عموم مردم، به معنی پرورش و تربیت متخصصان رسانه نیست، بلکه بر مفهوم «همگانی کردن» آن ناظر است. بدین معنا که همانند هر رشته علمی دیگر، لازم است که مردم دانش حداقلی برای آن داشته باشند تا تبدیل به شهروندان مدنی شوند. به عبارت دیگر، هدف اصلی از آموزش سواد رسانه‌ای، ارتقاء سواد شهروندی است که افزایش مشارکت مدنی را در پی دارد (اجاق، ۱۳۹۷: ۲۳۳).

سواد رسانه‌ای از نظر الیزابت تومان^۱

از نظر الیزابت تومان، سواد رسانه‌ای باعث افزایش درک افراد از رسانه‌ها می‌شود و شامل سه مرحله است. ۱- برنامه‌ریزی شخصی در استفاده از رسانه‌ها (کنترل رژیم مصرف رسانه‌ای): در این مرحله مخاطبان توجه بیشتری به انتخاب و تماشای برنامه‌های مختلف رسانه‌ای دارند و از افراط و تفریط در استفاده از رسانه‌ها پرهیز می‌کنند. ۲- یادگیری مهارت‌های تفکر انتقادی در خصوص استفاده از رسانه‌ها: در این مرحله این سوال مطرح می‌شود که پیام‌ها و برنامه‌های رسانه‌ای چگونه ساخته می‌شود و چه مطالبی ممکن است حذف شده باشد و یا بر چه موضوعاتی ممکن است بیش از حد تأکید شود. ۳- فهم و تفسیر زمینه‌های متن: در این مرحله مخاطبان به جنبه‌های نامحسوس پیام‌های رسانه‌ای توجه می‌کنند. در این مرحله این سوالات مطرح می‌شود که چه کسی پیام‌های رسانه‌ای را می‌سازد، چه اهدافی دارد؟ چه کسانی از تولید این برنامه‌های رسانه‌ای منتفع و چه کسانی متضرر می‌شوند؟ (تومان و جولز^۲، ۲۰۰۴). برخورداری از سواد رسانه‌ای سبب می‌شود که افراد در برابر هجوم بی‌سابقه برنامه‌های رسانه‌ای، هویت فردی و اجتماعی خود را حفظ کنند و جهان واقعی را همسان با جهان تفسیر شده به وسیله رسانه‌ها در نظر نگیرند (لیوینگستون و ثامیم^۳، ۲۰۰۳: ۶).

سواد رسانه‌ای از دیدگاه هابز

از دیدگاه هابز، سواد رسانه‌ای به توانایی ارزیابی برنامه‌های رسانه‌ای اطلاق می‌شود. وی برای پیام‌های رسانه‌ای دو سطح در نظر می‌گیرد، در سطح مقدماتی، مخاطبان به سوال‌هایی مانند، چه کسانی پیام‌های رسانه‌ای را تولید می‌کند؟ از چه راهکارها و فنونی استفاده می‌کنند؟ توجه

1 Elizabet Thoman

2 Thoman & Jolls

3 Livingstone Sonia, Thumim

دارد و در سطح عمیق‌تر، مخاطبان به ارزش‌ها و نمادهای پنهان پیام‌های رسانه‌ای توجه می‌کنند (هابز^۱، ۲۰۰۵).

پیشینه پژوهش

در این بخش پژوهش‌هایی که در حوزه آموزش سواد رسانه‌ای در مدارس انجام شده‌اند به اختصار معرفی می‌شوند.

فرقانی و خدامرادی (۱۳۹۸) در پژوهشی با عنوان «نقش سواد رسانه‌ای در تعدیل اینترنتی دانش‌آموزان مقطع متوسطه دوم استان چهارمحال و بختیاری» نشان دادند که آموزش سواد رسانه‌ای در تعدیل اعتیاد اینترنتی نقش مهمی دارد. همچنین نتایج این پژوهش نشان داد که آموزش سواد رسانه‌ای در میزان استفاده از رسانه، افزایش توانایی تحلیل و ارزیابی، توانایی تولید پیام رسانه‌ای، توانایی برقراری ارتباط با تولیدکنندگان پیام رسانه‌ای و افزایش تفکر انتقادی دانش‌آموزان در برخورد با پیام رسانه‌ای اثر دارد.

بهادری خسروشاهی و برقی (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان «نقش سواد رسانه‌ای والدین بر مصرف رسانه‌ای دانش‌آموزان»، نشان دادند که میزان سواد رسانه‌ای والدین نقش مهمی در مصرف رسانه‌ای نوجوانان دارد.

صالحی (۱۳۹۶) در پژوهشی با عنوان «بررسی رابطه سواد رسانه‌ای با هویت فرهنگی و اجتماعی دانش‌آموزان»، نشان داد که بین سواد رسانه‌ای دانش‌آموزان و هویت فرهنگی و اجتماعی آنان رابطه معناداری وجود دارد.

خانیک، شاه‌حسینی و نوری‌راد (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان «تبیین الگوی آموزش سواد رسانه‌ای در نظام آموزش و پرورش»، الگویی مرکب از سه مرحله بلندخوانی در سنین پیش از دبستان، آموزش فلسفیدن به کودکان در سنین آغاز دبستان و آموزش محتوای رسانه‌ای در سال‌های پایانی دبستان پیشنهاد داده‌اند.

نیازی، زوارکی و علی‌آبادی (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان «تأثیر آموزش سواد رسانه‌ای مبتنی بر فناوری بر میزان آگاهی دانش‌آموزان»، بر نقش مثبت استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات در آموزش سواد رسانه‌ای و افزایش آگاهی در ارتباط با مؤلفه‌های اساسی سواد رسانه‌ای تأکید کردند.

رحیمی و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان «مقایسه نظرات نخبگان و مجریان در خصوص الزامات آموزش سواد رسانه‌ای به دانش‌آموزان ابتدایی»، نشان دادند که نخبگان و مجریان آموزش و پرورش بر لزوم پیاده‌سازی آموزش سواد رسانه‌ای در مدارس ابتدایی و الزامات پیاده‌سازی آن اشتراک نظر دارند.

تقی‌زاده و کیا (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان نیازسنجی برنامه آموزش سواد رسانه‌ای در مدارس، نشان دادند که ورود آموزش سواد رسانه‌ای به مدارس، منجر به توانمندسازی دانش‌آموزان در استفاده خردمندانه از رسانه‌ها و حفظ و تقویت هویت و فرهنگ ایرانی-اسلامی خواهد شد.

هاشمی (۱۳۹۳) در تحقیقی با عنوان «بررسی نقش رسانه در نظام تربیتی سند تحول بنیادین آموزش و پرورش» نشان داده است که تحقق اهداف سند تحول بنیادین آموزش و پرورش در گرو تدوین برنامه‌ای منسجم برای آموزش سواد رسانه‌ای در سطوح مختلف مدارس است.

دهقان شاد و محمودی کوکنده (۱۳۹۱) در پژوهشی با عنوان «بررسی ضرورت آموزش سواد رسانه‌ای کودکان و نوجوانان از دیدگاه متخصصان شهر تهران»، نشان داد که متخصصان علوم ارتباطات بر ضرورت آموزش سواد رسانه‌ای در سنین کودکی و نوجوانی تأکید دارند.

تقی‌زاده (۱۳۹۰) در پژوهشی با عنوان «بررسی سواد رسانه‌ای دانش‌آموزان مقطع متوسطه شهر کرمان»، نشان داد که سواد رسانه‌ای دانش‌آموزان دوره متوسطه شهر کرمان در حد مطلوبی نیست و این دانش‌آموزان شناخت مطلوبی از پیامدهای منفی رسانه‌ها ندارند و بیشتر از تلویزیون، اینترنت و بازی‌های رایانه‌ای استفاده می‌کنند و از روزنامه، مجله و رادیو به میزان کم استفاده می‌کنند.

لایتش^۱ (۲۰۰۶) در پژوهشی با عنوان «آموزش سواد رسانه‌ای، تلویزیون تجاری و مصرف‌گرایی در مدارس»، نشان داد که دانش‌آموزانی که بیشتر در معرض تبلیغات رسانه‌ها قرار می‌گیرند، آسیب‌پذیرتر هستند. همچنین نتایج این پژوهش نشان داد که آموزش سواد رسانه‌ای می‌تواند اثرات تبلیغات رسانه‌ها را کاهش دهد و به دانش‌آموزان کمک کند تا دیدگاه فعال و منتقدانه‌ای در برابر تبلیغات رسانه‌ها داشته باشند.

بررسی پژوهش‌های فوق و سایر پژوهش‌های انجام شده در این زمینه نشان می‌دهد که تاکنون پژوهشی در زمینه آسیب‌ها و چالش‌های آموزش سواد رسانه‌ای در مدارس انجام نشده

1 Laitsch

است و پژوهش حاضر می‌تواند در زمینه رفع خلأهای تربیتی، پژوهشی و فرهنگی در این حوزه مؤثر باشد.

روش پژوهش

این پژوهش با روش تحقیق کیفی انجام شده است. در پژوهش‌های کیفی، مصاحبه یکی از روش‌های شناخته شده‌ای است که به هنگام جمع‌آوری داده‌ها به صورت فزاینده‌ای مورد استفاده قرار می‌گیرد (مارشال و راسمن^۱، ۱۳۸۱: ۱۱۱). برخی از محققان مصاحبه را مطمئن‌ترین و بهترین ابزار جمع‌آوری اطلاعات می‌دانند (کوهن و مانین^۲، ۱۹۸۶: ۳۰۷). در این پژوهش برای پی بردن به آسیب‌های و چالش‌های آموزش سواد رسانه‌ای به دانش‌آموزان از روش «مصاحبه نیمه ساختار یافته» استفاده شده است. «مصاحبه نیمه ساختار یافته» مصاحبه‌ای است که در آن سؤالات مصاحبه از قبل تعیین می‌شود و از تمام مصاحبه‌شوندگان پرسش‌های مشابه پرسیده می‌شود. (گال و بورگ^۳، ۱۳۸۴: ۵۳۲؛ بیبی^۴، ۱۳۸۴: ۶۰۰). در جلسات مصاحبه از مصاحبه‌شوندگان درخواست می‌شد که به دو سؤال کلی پاسخ دهند: ۱- آسیب‌ها و چالش‌های آموزش سواد رسانه‌ای در مدارس کدام است؟ ۲- برای به حداقل رساندن این آسیب‌ها چه راه‌حلهایی پیشنهاد می‌کنید؟

جامعه آماری پژوهش شامل تمام معلمان شهر شیراز (سال تحصیلی ۹۹-۹۸) است. در این تحقیق از شیوه نمونه‌گیری هدفمند استفاده شده است، یعنی نمونه‌ها انتخابی است و نمونه‌هایی که ما را بیشتر به پاسخ‌های واقعی نزدیک می‌کنند، انتخاب شده‌اند بنابراین تعدادی از دبیران دروس علوم اجتماعی و تفکر و سواد رسانه‌ای به عنوان نمونه هدفمند انتخاب شدند و دیدگاه‌های آن‌ها پیرامون آسیب‌ها و چالش‌های پیش روی آموزش سواد رسانه‌ای دانش‌آموزان از طریق مصاحبه به دست آمد. نمونه آماری پژوهش شامل ۳۱ نفر از (۱۲ دبیران دروس علوم اجتماعی و تفکر و سواد رسانه‌ای دوره متوسطه دوم، ۸ نفر از معلمان مطالعات اجتماعی دوره متوسطه اول و ۸ نفر از آموزگاران دوره ابتدایی و ۳ نفر از کارشناسان حوزه رسانه) بوده است. در این پژوهش برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از رویکرد توصیفی-تفسیری استفاده شده است. بر

1 MarshalL&Rosman

2 Cohen& Manion

3 Gall&Borg

4 Bebi

این اساس، ابتدا اطلاعات گردآوری شده را بدون اعمال نظر و بدون توجه به چرایی آن توصیف کرده و بعد با استفاده از تفکر و استدلال به تحلیل اطلاعات پرداخته شده است (شی یه و شانون^۱، ۲۰۰۵: ۱۲).

یافته‌های پژوهش

در این بخش یافته‌های پژوهش بر مبنای سوالات پژوهش ارائه می‌شود.

الف: آسیب‌ها و چالش‌های آموزش سواد رسانه‌ای در مدارس

۱- توجه ناکافی محتوای کتاب‌های درسی دوره ابتدایی و متوسطه اول به سواد

رسانه‌ای

از دیدگاه مصاحبه شوندگان در کتاب‌های درسی دوره ابتدایی و پایه‌های هفتم و نهم (دوره متوسطه اول) به آموزش سواد رسانه‌ای توجه کافی نشده است. کتاب‌های درسی در نظام‌های آموزشی متمرکز (ازجمله نظام آموزشی ایران) اهمیت اساسی دارد و بیشتر فعالیت‌های آموزشی و پرورشی در چارچوب کتاب درسی و محتوای آن انجام می‌شود. از این رو، محتوای کتاب‌های درسی نقشی اساسی در تحقق اهداف برنامه درسی ایفا می‌کند. توجه ناقص و ناکافی به سواد رسانه‌ای در کتاب‌های درسی سبب می‌شود که اهداف تعیین شده در حوزه رسانه، تحقق پیدا نکند.

۲- کمبود سواد رسانه‌ای معلمان و والدین دانش‌آموزان

از دیدگاه مصاحبه شوندگان، معلمان و والدین دانش‌آموزان سواد رسانه‌ای مطلوبی ندارند و نمی‌توانند در این زمینه راهنما و الگوی مناسبی برای دانش‌آموزان باشند. معلمان و اولیاء دانش‌آموزان زمانی می‌توانند در حوزه سواد رسانه‌ای راهنما و مشاور خوبی برای دانش‌آموزان باشند که خود مجهز به سواد رسانه‌ای مطلوبی باشند. در شرایط کنونی با توجه به اینکه در چند دهه اخیر، در دانشگاه‌ها و مراکز تربیت معلم به حوزه سواد رسانه‌ای توجه کافی نشده است، معلمان و اولیاء دانش‌آموزان با مبانی و اصول سواد رسانه‌ای آشنایی کافی ندارند.

۳- کمبود امکانات کمک آموزشی در مدارس برای آموزش سواد رسانه‌ای

به عقیده مصاحبه‌شوندگان، آموزش سواد رسانه‌ای در مدارس به امکانات و تجهیزات خاصی نیاز دارد. در حال حاضر در بیشتر مدارس کشور این‌گونه امکانات و تجهیزات وجود ندارد و آموزش سواد رسانه‌ای به صورت سنتی انجام می‌شود. تدریس سنتی مباحث مربوط به رسانه و سواد رسانه‌ای سبب می‌شود که دانش‌آموز تنها با جنبه‌های نظری سواد رسانه‌ای آشنا شود و از یادگیری جنبه‌ها انتقادی و کاربردی سواد رسانه‌ای محروم شود.

۴- استفاده از شیوه‌های غیرفعال در آموزش سواد رسانه‌ای در مدارس

به عقیده مصاحبه‌شوندگان در شرایط فعلی در مدارس، سواد رسانه‌ای با روش‌های غیرفعال همچون سخنرانی به دانش‌آموزان آموزش داده می‌شود و از روش‌های فعال همچون روش بحث و گفتگوی گروهی به ندرت استفاده می‌شود. یکی از اهداف مهم آموزش سواد رسانه‌ای، این است که دانش‌آموز بتواند اطلاعات، پیام‌ها، اعتقادات و ارزش‌های روایت‌شده در رسانه‌ها را تحلیل و ارزشگذاری کنند، استفاده از روش‌های غیرفعال در آموزش سواد رسانه‌ای سبب می‌شود که دانش‌آموز مهارت‌های لازم برای رسیدن به این هدف مهم را کسب نکند.

ب: پیامدهای منفی حاصل از عدم توجه کافی به آموزش سواد رسانه‌ای در مدارس:

۱- استفاده بی‌رویه از بازی‌های رایانه‌ای توسط دانش‌آموزان

از دیدگاه مصاحبه‌شوندگان درصد بالایی از دانش‌آموزان به طور بی‌رویه بازی‌های رایانه‌ای می‌کنند. افت تحصیلی، خشونت، توهمات فکری، اختلالات بینایی و واکنش‌های عصبی از جمله آسیب‌های ناشی از استفاده مفرط و بی‌رویه از بازی‌های رایانه‌ای است.

۲- استفاده افراطی و بدون برنامه دانش‌آموزان از شبکه‌های اجتماعی مجازی

(همچون تلگرام، واتس‌آپ، اینستاگرام و غیره)

از دیدگاه مصاحبه‌شوندگان، میزان حضور دانش‌آموزان در فضای مجازی و پرسه زدن آن‌ها در شبکه‌های اجتماعی و اعتیاد اینترنتی، یکی از پیامدهای عدم توجه کافی به حوزه سواد رسانه‌ای است و این مسأله یکی از دغدغه‌های اساسی والدین و معلمان است، در واقع یکی از

آسیب‌های جدی که باید بیش از گذشته مورد توجه باشد، نفوذ شبکه‌های اجتماعی مانند تلگرام، اینستاگرام، فیسبوک، وایبر، واتس آپ و لاین در بین دانش‌آموزان است.

۳- استفاده زیاد از شبکه‌های ماهواره‌ای توسط دانش‌آموزان و خانواده‌های آن‌ها:

به عقیده مصاحبه‌شوندگان، بسیاری از دانش‌آموزان و خانواده‌های آن‌ها به صورت افراطی از شبکه‌های ماهواره‌ای استفاده می‌کنند. با توجه به اثرات تدریجی، پنهان و مخرب ماهواره، استفاده از این شبکه‌ها می‌تواند به تضعیف هویت ملی، دینی و انقلابی دانش‌آموزان منجر شود.

۴- عدم توجه به مسائل فرهنگی، دینی و اجتماعی در ردوبدل نمودن پیام در شبکه‌های اجتماعی مجازی:

از دیدگاه مصاحبه‌شوندگان، به دلیل عدم وجود سواد رسانه‌ای مطلوب و همچنین پایین بودن سطح مهارت‌های تفکر انتقادی در دانش‌آموزان، بسیاری از پیام‌ها، بدون توجه به مسائل فرهنگی، اجتماعی، دینی و انقلابی، در شبکه‌های اجتماعی مجازی، به صورت گسترده ردوبدل می‌شود.

۵- عدم توجه و دقت در شناخت و انتخاب رسانه‌های اجتماعی مناسب برای برقراری ارتباط:

به عقیده مصاحبه‌شوندگان، بسیاری از دانش‌آموزان، نقش فعالی در انتخاب رسانه‌های اجتماعی مناسب (به‌خصوص شبکه‌های اجتماعی مجازی) ندارند و به‌گونه‌ای منفعلانه در تعامل با شبکه‌های اجتماعی مجازی قرار می‌گیرند. بی‌تردید اثرات منفی این شبکه‌های اجتماعی، دامن‌گیر چنین افرادی خواهد شد.

۶- عدم توجه به تفسیر و تحلیل پیام‌ها و ارزش‌های منتشرشده در شبکه‌های ماهواره‌ای و شبکه‌های مجازی اجتماعی:

به عقیده مصاحبه‌شوندگان، بسیاری از دانش‌آموزان قادر به تفسیر و تجزیه و تحلیل ارزش‌ها و پیام‌های رسانه‌ها نیستند. مصاحبه‌شوندگان معتقدند بیشتر برنامه‌های شبکه‌های ماهواره‌ای و شبکه‌های اجتماعی مجازی با هدف تضعیف هویت ملی، دینی و انقلابی نوجوانان و جوانان

طراحی شده‌اند. از این رو ضرورت دارد که با افزایش سواد رسانه‌ای و افزایش مهارت‌های تفکر انتقادی در دانش‌آموزان، این افراد قادر به تفسیر و تحلیل این گونه پیام‌ها و ارزش‌ها باشند.

۷- عدم وجود الگوی بومی آموزش سواد رسانه‌ای:

متخصصین حوزه سواد رسانه بر این باور هستند که عدم وجود الگوی بومی آموزش سواد رسانه، سبب شده است که آموزش سواد رسانه در کشور ما با نیازهای بومی فاصله زیادی داشته باشد و نتواند جوابگوی شرایط اجتماعی و فرهنگی کشور باشد.

۸- عدم تناسب محتوای آموزش سواد رسانه با شرایط و ویژگی‌های محلی و منطقه‌ای:

وجود نظام آموزشی متمرکز در کشور سبب شده است که برنامه درسی سراسر کشور از یک الگوی طراحی شده در وزارت آموزش و پرورش استخراج شود. این الگو عملاً نیازهای مناطق مختلف کشور را نادیده گرفته و برای کشوری با فرهنگ‌ها و شرایط گوناگون، نسخه آموزشی یکسانی تدارک دیده است.

نتیجه‌گیری

در سال‌های اخیر، سیستم‌های اطلاع‌رسانی و ارتباطی به طور فزاینده‌ای دچار پیچیدگی و همه‌جانبه‌گرایی شده‌اند. این امر سبب شده است که پیام‌های تولید شده توسط رسانه‌ها، مخاطبان خود را در گوشه و کنار جهان دچار نوعی سردرگمی و تردید در انتخاب پیام‌ها کنند. در چنین شرایطی توسعه سواد رسانه‌ای مخاطبان به یک امر مهم و ضروری تبدیل شده است. نظام آموزش و پرورش نقش اساسی در توسعه سواد رسانه‌ای دانش‌آموزان ایفا می‌کند. شناسایی آسیب‌ها و چالش‌های آموزش سواد رسانه‌ای در مدارس یکی از موضوعات مهم و بین‌رشته‌ای است که می‌تواند در برطرف نمودن خلاءهای تربیتی، فرهنگی و پژوهشی در این حوزه مفید باشد. بر این اساس هدف پژوهش حاضر، بررسی آسیب‌ها و چالش‌های آموزش سواد رسانه‌ای در مدارس بود. جهت نیل به این هدف با ۳۰ نفر از معلمان دوره ابتدایی و متوسطه اول و دوم مصاحبه شد. نتایج پژوهش نشان داد که مواردی همچون «توجه ناکافی محتوای کتاب‌های درسی دوره ابتدایی و متوسطه اول به سواد رسانه‌ای»،

«کمبود سواد رسانه‌ای معلمان و والدین دانش‌آموزان»، «کمبود امکانات کمک آموزشی در مدارس برای آموزش سواد رسانه‌ای» و «استفاده از شیوه‌های غیر فعال در آموزش سواد رسانه‌ای در مدارس» از آسیب‌ها و چالش‌های آموزش سواد رسانه‌ای در مدارس است. درمجموع مصاحبه‌شوندگان بر این باور بودند که در مدارس، به‌خصوص در دوره ابتدایی و متوسطه اول به‌خوبی به آموزش سواد رسانه‌ای توجه نمی‌شود. عدم توجه کافی به سواد رسانه‌ای، پیامدهای منفی زیادی خواهد داشت. مصاحبه‌شوندگان بر این باور بودند که مواردی همچون «استفاده بی‌رویه از بازی‌های رایانه‌ای توسط دانش‌آموزان»، «استفاده افراطی و بدون برنامه دانش‌آموزان از شبکه‌های اجتماعی مجازی»، «استفاده زیاد از شبکه‌های ماهواره‌ای توسط دانش‌آموزان و خانواده‌های آن‌ها»، «عدم توجه به مسائل فرهنگی، دینی و اجتماعی در ردوبدل کردن پیام در شبکه‌های اجتماعی مجازی»، «عدم توجه و دقت در شناخت و انتخاب رسانه‌های اجتماعی مناسب برای برقراری ارتباط»، «عدم توجه به تفسیر و تحلیل پیام‌ها و ارزش‌های منتشرشده در شبکه‌های ماهواره‌ای و شبکه‌های مجازی اجتماعی» از پیامدهای کم‌توجهی به آموزش سواد رسانه‌ای در مدارس است.

پیشنهادهای

- ۱- با کمک متخصصان علوم ارتباطات و رسانه و صاحب‌نظران برنامه درسی و روان‌شناسی تربیتی، مبانی، اصول و مفاهیم سواد رسانه‌ای در کتاب‌های درسی دوره ابتدایی و متوسطه اول، گنجانده شود.
- ۲- در برنامه‌های غیررسمی مدارس به تبیین آموزش سواد رسانه‌ای توجه شود و از صاحب‌نظران این حوزه برای انجام سخنرانی در مدارس دعوت به عمل آید.
- ۳- متخصصان ادبیات کودک، در زمینه سواد رسانه‌ای، کتاب‌های مناسب برای کودکان و نوجوانان تدوین کنند.
- ۴- با دعوت از متخصصین رسانه و علوم ارتباطات، کارگاه‌های آموزشی برای معلمان تشکیل شود.
- ۵- صداوسیما با تولید برنامه‌های مناسب، به ارتقاء سواد رسانه‌ای کودکان و نوجوانان کمک کند.

منابع

- اجاق، سیده زهرا (۱۳۹۷). آموزش سواد رسانه‌ای به کودکان: معرفی شاخص‌های محتوای آموزش سواد رسانه‌ای در دبستان، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی، سال ۱۴، شماره ۵۳، ۲۴۸-۱۲۱.
- اشرفی‌ریزی، حسن؛ رضانی، امیر؛ آقاجانی، حامد (۱۳۹۲). بررسی میزان سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی اصفهان، فصلنامه نظام‌ها و خدمات اطلاعاتی، سال ۲، شماره ۶، ۱۷-۳۴.
- اکرامی، محمود؛ فیاض، ابراهیم، بیچرانلو، عبدالله (۱۳۹۰). رسانه‌ها و فرهنگ عمومی، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- باکینگهام، دیوید (۱۳۸۹). آموزش رسانه‌ای، ترجمه حسین سرافراز، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق.
- بی، ارل (۱۳۸۴). روش‌های تحقیق در علوم/اجتماعی، ترجمه رضا فاضل، تهران: انتشارات سمت.
- بهادری خسروشاهی، جعفر؛ برقی، عیسی (۱۳۹۷). نقش سواد رسانه‌ای والدین و هویت اجتماعی بر مصرف رسانه‌ای دانش‌آموز، فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، سال ۴، شماره ۱۴، ۲۸۰-۳۰۸.
- بیگدلی، زاهد؛ نصیری، ماریا (۱۳۹۲). تحلیل وضعیت سواد رسانه‌ای دانشجویان کارشناسی ارشد رشته‌های علوم انسانی شهر اهواز براساس رویکرد نظری تامن، مجله روانشناسی اجتماعی، سال هشتم، شماره ۲۹، ص ۹۹-۱۱۷.
- پستمین، نیل (۱۳۹۱). نقش رسانه‌های تصویری در زوال دوره کودکی، ترجمه صادق طباطبایی، تهران: انتشارات اطلاعات.
- تقی‌زاده، عباس (۱۳۹۰). بررسی سواد رسانه‌ای دانش‌آموزان مقطع متوسطه شهر کرمان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، گروه علوم ارتباطات اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبایی.
- تقی‌زاده، عباس؛ کیا، علی‌اصغر (۱۳۹۳). نیازسنجی برنامه آموزش سواد رسانه‌ای در مدارس، فصلنامه مطالعات فرهنگ ارتباطات، سال ۱۵، شماره ۲۶، ۱۰۳-۷۹.
- خانیکی، هادی؛ شاه‌حسینی، وحیده؛ و نوری‌راد، فاطمه (۱۳۹۵). تبیین الگوی آموزش سواد رسانه‌ای در نظام آموزش و پرورش، فصلنامه رسانه، سال ۲۷، شماره ۱، ۵-۲۱.
- دهقان‌شاد، حوریه؛ محمودی کوکنده؛ سید محمد (۱۳۹۱). بررسی ضرورت آموزش سواد رسانه‌ای کودکان و نوجوانان از دیدگاه متخصصان شهر تهران، فصلنامه مطالعات رسانه‌ای، سال هفتم، شماره شانزدهم، ۶۹-۸۲.

- رحیمی، رضا و همکاران (۱۳۹۵) مقایسه نظرات نخبگان و مجریان در خصوص الزامات آموزش سواد رسانه‌ای به دانش‌آموزان ابتدایی، مجله مدیریت فرهنگی، سال دهم شماره ۳۳، ۴۹-۳۱.
- سیف، علی‌اکبر (۱۳۹۵). روانشناسی پرورشی، تهران: نشر آگاه.
- شریفی، سید مهدی؛ کرمی نامیوندی، سجاد (۱۳۹۷) بررسی ابعاد آموزش سواد رسانه‌ای در نظام تعلیم و تربیت رسمی و عمومی کشور، فصلنامه دین و ارتباطات، سال بیست و پنجم، شماره دوم، ۱۱۱-۱۴.
- شکرخواه، یونس (۱۳۹۲). خبر، تهران: انتشارات مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- شواری عالی آموزش و پرورش (۱۳۹۱). سند تحول بنیادین آموزش و پرورش، تهران: وزارت آموزش و پرورش
- صالحی‌امیری، سیدرضا (۱۳۹۲). سواد رسانه‌ای، تهران: مرکز تحقیقات استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام
- صالحی، مریم (۱۳۹۶). بررسی رابطه سواد رسانه‌ای با هویت فرهنگی و اجتماعی دانش‌آموزان، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران شرق.
- فرقانی، محمد مهدی؛ خدامرادی، یاسین (۱۳۹۸). نقش سواد رسانه‌ای در تعدیل اینترنتی دانش‌آموزان مقطع متوسطه دوم استان چهارمحال و بختیاری، فصلنامه مطالعات فرهنگ ارتباطات، سال بیستم، شماره ۱۰۲، ۸۵-۴۵.
- کانسی‌داین، دیوید (۱۳۷۹). درآمدی بر سواد رسانه‌ای، ترجمه ناصر بلیغ، تهران: اداره کل تحقیق و توسعه صداوسیما.
- گال، مردیت؛ بورگ، والتر (۱۳۸۴). روش‌های تحقیق کمی و کیفی در علوم تربیتی و روان‌شناسی، ترجمه نصر و همکاران تهران: انتشارات سمت.
- مارشال، کاترین؛ راسمن، گرچن (۱۳۸۱). روش تحقیق کیفی، ترجمه علی پارساییان و محمد اعرابی، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- نیازی، لیلا زوارکی، اسماعیل و علی‌آبادی، خدیجه (۱۳۹۵) تأثیر آموزش سواد رسانه‌ای مبتنی بر فناوری بر میزان آگاهی دانش‌آموزان، فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، شماره ۷، ۱۵۶-۱۱۹.
- وزارت آموزش و پرورش (۱۳۹۰). سند تحول راهبردی نظام تربیت رسمی و عمومی تهران: وزارت آموزش و پرورش
- هاشمی، شهناز (۱۳۹۳)، «بررسی نقش رسانه در نظام تربیتی سند تحول بنیادین آموزش و پرورش: تأکید بر ضرورت آموزش سواد رسانه‌ای»، فصلنامه رسانه، سال ۲۵، شماره ۱۸، ۴-۵.
- Bieler, R. F. & Snowman, J. (2006). Psychology applied to teaching. Houghton Mifflin.

- Cohen, L. & Manion, L. (1986). Research methods in education. London, Routledge.
- Das, B. (2009). Media education as a Development Project: Connecting Emancipatory Interests and Governance in India. pp. 65-82. In: Mapping media education policies in the world: Visions, Programs, and Challenges, Frau-Meigs, D. Torrent, J. (ed). Published by: The United Nations-Alliance of Civilizations in co-operation with Grupo Comunicar.
- Hobbs, Renee; Jensen, Amy. (2009). The past, present, and future of media literacy education. Journal of Media Literacy Education, 1(1), pp.1-11.
- Hsieh H. F., S. E. Shannon (2005), Three Approaches to Qualitative Content Analysis, Qual Health Res., Fooyin University, Taiwan University Washington.
- Hobbs, R. (2005). Media Literacy and the K-12 Content Areas. Year book of the National Society for the Study of Education 104(1): 74-99.
- Laitsch, D. (2006). "Media Literacy Training, Commercial Television, and Consumerism in Schools". April 24, 2006 Volume 4 | Number 4.
- Livingstone Sonia, Thumim Nancy. (2003) Assessing the Media literacy UK Adults www.lse.ac.uk/depts/media/people/slivingstone/index.html.
- Livingstone, Sonia., d'Haenens, Leen, Hasebrink, Uwe. (2001), Childhood in Europe: Contexts for Comparison, pp: 3-31. In: Children and their Changing Media Environment- A European Comparative Study, Livingstone, S. Bovill, M. (eds). Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Silverblatt, A, J Ferry, B Finan (2009). Approaches to media literacy. M.E. Sharpe publications.
- Thoman, E., & Jolls, T. (2004). Media Literacy A National Priority for a Changing World. American Behavioral Scientist, 48(1), 18-29 Retrieved 3/10/2012, From: <http://myweb.facstaff.wwu.edu/~karlberg/444/readings/priority.pdf>
- UNESCO, (2011). Media and Information Literacy curriculum for Teacher. Edited: Alton Grizzle and Carolyn Wilson.
- Valkenburg, Patti.M. (2000). Media and Youth Consumerism, Journal of Adolescent Health, 27 (2). Pp. 52-56.
- Woolfolk, A.E. (2007). Educational Psychology (6th ed.). Boston: Allyn and Bacon.