

رابطه میزان سواد رسانه‌ای والدین تهرانی با کمیت و کیفیت استفاده بازی‌های رایانه‌ای فرزندان

سیده صفا موسوی

کارشناس ارشد مدیریت امور فرهنگی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم تحقیقات تهران، تهران، ایران (نویسنده مسئول). mousavisafa@yahoo.com

زینب فرخ نظر

کارشناس ارشد مدیریت امور فرهنگی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم تحقیقات تهران، تهران، ایران.

چکیده

پژوهش مقدمه و هدف پژوهش: در دهه نود، شمار فزاینده‌ای از گزارش‌های اصلی روزنامه‌ها، داستان‌های هراس‌انگیزی را درباره‌ی بازی‌های ویدیویی تکان دهنده و خشونت بار مطرح می‌کرد که برای کودکان و نوجوانان ساخته شده بود و موضوع‌هایی را در برمی‌گرفت که بر آدم‌کشی و ضرب و شتم تأکید داشت (بری‌گانتز، ۱۳۸۸). هدف از بررسی رابطه میزان سواد رسانه‌ای والدین تهرانی با کمیت و کیفیت استفاده بازی‌های رایانه‌ای فرزندان شناخت و شناسایی این عوامل است.

روش پژوهش: جمعیت نمونه آماری این پژوهش را والدین و کودکان و نوجوانان زیر ۱۸ سال تهرانی از یکی از مناطق ۲۲ گانه استان تهران با تحصیلات زیر دیپلم تا دکتری تشکیل می‌دهند. این مطالعه یک نوع پژوهش کمی از نوع پیمایشی بوده و ابزار گردآوری اطلاعات در آن از طریق پرسشنامه بوده است. حجم نمونه براساس فرمول برآورد حجم نمونه کوکران برابر ۳۴۴ نفر بود که با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای انتخاب شدند، ابزار جمع‌آوری داده‌ها پرسشنامه محقق ساخته بود که روایی آن با استفاده از روایی صوری و محتوایی تایید شد و پایایی آن با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شد، تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز با استفاده از نرم‌افزار spss21 انجام شده است.

یافته‌ها و نتیجه‌گیری: نتایج آزمون فرضیه اول نشان داد بین بعد ادراکی سواد رسانه‌ای والدین تهرانی با کمیت و کیفیت استفاده بازی‌های رایانه‌ای فرزندان رابطه معناداری وجود دارد و میزان تاثیر سواد رسانه‌ای بر کمیت استفاده فرزندان از بازی‌های رایانه‌ای برابر ۰,۲۲ و میزان تاثیر آن بر کیفیت برابر ۰,۲۶ درصد است، نتایج آزمون فرضیه دوم نشان داد بین بعد حسی سواد رسانه‌ای والدین تهرانی با کمیت و کیفیت استفاده بازی‌های رایانه‌ای فرزندان رابطه معناداری وجود دارد، نتایج آزمون فرضیه سوم نشان داد، بین بعد اخلاقی سواد رسانه‌ای والدین تهرانی با کمیت و کیفیت استفاده بازی‌های رایانه‌ای فرزندان رابطه معناداری وجود دارد.

واژگان کلیدی: سواد رسانه، بازی رایانه‌ای، کیفیت بازی، کمیت بازی، والدین.

مقدمه

دریافتی، در تماس و ارتباط فرزندان با رایانه، اینترنت و ماهواره و صرف ساعات طولانی جهت کسب اطلاعات مفید و غیرمفید، علاوه بر این که دنیای فیزیکی فرزندان و والدین را جدا کرده، بلکه تماس و ارتباط عاطفی و اجتماعی والدین و فرزندان را تضعیف کرده است. والدین نگران هستند که تماشای این حوادث ممکن است حس بی‌گناهی و معصومیت کودکان را خدشه‌دار کند و موجب شود که آنان احساس ناامنی و تهدید کنند (سیلوربالات، فری، فینان^۱، ۲۰۱۵). یکی از رسانه‌های محبوب در میان کودکان و نوجوانان و جوانان در ایران بازی‌های رایانه‌ای است به طوری که 56 درصد جوانان ایرانی علاقه بسیار زیادی به این بازی‌ها دارند. بازی‌های رایانه‌ای تا مدت‌ها در ایران به عنوان ابزاری برای سرگرمی بود تا این که گسترش آن و استقبال زیاد مخاطبان، باعث نگرانی خانواده‌ها از وضعیت جسمی و روحی فرزندان شده است (خانیکی و برکت، ۲۰۱۵).

۱- سواد رسانه‌ای

سواد رسانه‌ای عبارت است از توانایی تعبیر و ایجاد مفاهیم شخصی از صداها و شاید هزاران نماد آوایی و دیداری‌ای که همه روزه از طریق تلویزیون، رادیو، رایانه، روزنامه و مجله و البته پیام‌های بازرگانی دریافت می‌کنیم (تامن، ۱۳۸۰).

موسسات و سازمان‌هایی که در زمینه سواد رسانه‌ای فعالیت می‌کنند، مانند: یونسکو، کمیسیون اروپایی و پارلمان اروپایی درباره چهار زمینه در خصوص مهارت‌های رسانه‌های مورد نیاز سواد رسانه‌ای توافق دارند، که شامل توانایی در چهار زمینه: دسترسی، تحلیل کردن، ارزیابی و تولید خلاق خلاصه است. همه این مهارت‌ها پیشرفت جنبه‌های شخصی توانایی‌های خودآگاهی، تفکر انتقادی و توانایی حل مشکل را تقویت می‌کنند (باربارو^۲ اکسترند^۳، ۲۰۰۹). این چهار زمینه را می‌توان، توانایی دسترسی و استفاده از رسانه‌ها، تحلیل و ارزیابی، تولید و ارتباط با پیام‌های رسانه‌ای و تفکر انتقادی نامید. توانایی و قدرت دسترسی، تحلیل، ارزیابی و انتقال اطلاعات و پیام‌های رسانه‌ای که می‌توان در چارچوب‌های مختلف چاپی و غیر چاپی عرضه

هم اکنون انقلاب اطلاعات و ارتباطات، مرزهای ملی را درنوردیده و تحولات شگرفی را در عرصه جهانی شدن خلق کرده است. از این رو حجم بالای اطلاعات و دانش‌های تازه، به راحتی از طریق شبکه‌های اطلاعاتی در دسترس همگان قرار می‌گیرد، دیگر جای هیچ‌گونه تردیدی در شکل‌گیری دهکده جهانی وجود ندارد. موضوعی که در این عصر دارای اهمیت است، نحوه برخورد و استفاده ما از پیشرفت‌های پرشتاب و خیره‌کننده تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات در شئون مختلف زندگی است. در این میان رسانه‌ها می‌توانند هم‌چون ابزاری مفید به انسان معاصر کمک کنند تا با استفاده از آخرین پدیده‌های علمی، زندگی دلخواه، آرمانی، پربار و پرتلاشی داشته باشد. ضمن این که اگر این ابزار، غلط، نادرست و یا با سوء نیت به کار گرفته شود، می‌تواند به صورت نیرویی ویران‌کننده و مصیبت بار عمل نماید. بنابراین داشتن اطلاعات و آگاهی‌های لازم در زمینه بهره‌مندی از پیام‌های رسانه‌ای می‌تواند استفاده ما را از رسانه‌ها موثرتر، پویاتر و لذت‌بخش‌تر نماید، تا به راحتی تحت تاثیر ارزش‌ها و ایدئولوژی‌های خاص رسانه‌ای قرار نگیریم. امروزه وسایل ارتباط جمعی تمامی جهات و ابعاد انسانی را متاثر ساخته و امواج این وسایل به همه روزه‌ها و حریم‌های امن رسوخ کرده است و باعث شده که انسان فعال و متفکر به تماشای منفعل و راکد تبدیل شود. مادامی که شکاف میان اقلیت‌های کنترل‌کننده ارتباط و عامه مردم که در معرض تاثیر آن قرار دارند، رو به افزایش است نیاز به مبادله دانش و بالا بردن سطح آگاهی در خصوص استفاده از پیام‌های رسانه‌ای، نیازی ضروری است؛ زیرا اغلب شاهد هستیم که مواجهه با پیام‌های رسانه‌ای، سنجیده و هدف‌مند صورت نمی‌گیرد، بلکه بیشتر از روی عادت است و تنها تعداد محدودی از افراد، آنچه را که در رسانه‌ها می‌بینند، می‌خوانند یا می‌شنوند را کنترل می‌کنند.

کودکان جزء اصلی‌ترین مخاطبان رسانه‌ها هستند. قدرت پردازش و تجزیه تحلیل درست اطلاعات و اخبار

پنج اصل بنیادی را که به صورت پرسش مطرح می‌شوند، مورد بررسی قرار داد (بصیریان جهرمی، ۱۳۸۸).

۱) چه کسی (کسانی) پیام‌های رسانه‌ای را می‌آفریند (هویت)؟ ۲) چه تکنیک‌های خلاقانه‌ای باید جهت جذب مخاطب به کار رود (قالب)؟ ۳) افراد مختلف، چگونه پیام‌های رسانه‌ای را متفاوت از یکدیگر می‌فهمند (مخاطب)؟ ۴) چه دیدگاه‌ها، ارزش‌ها و شیوه‌هایی از زندگی در یک پیام رسانه‌ای نشان داده شده یا از قلم افتاده است (محتوا)؟ ۵) چرا یک پیام فرستاده می‌شود (هدف)؟

به طور سنتی، سواد رسانه‌ای به توانایی تحلیل و ارزیابی محصولات رسانه‌ای، و به طور اطلاق می‌شود، اما طی گسترده‌تر به توانایی ایجاد ارتباط مؤثر از طریق نیم قرن «نگارش خوب» گذشته، سواد رسانه‌ای شامل توانایی تحلیل شایسته و به کارگیری ماهرانه روزنامه‌نگاری چاپی، محصولات سینمایی، برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی و حتی اطلاعات و مبادلات کامپیوتری (از طریق شبکه جهانی اینترنت) است (براون، ۲۰۰۴؛ به نقل از ایزدی، ۱۳۸۵). در واقع، سواد رسانه‌ای چیزی فراتر و عمومی‌تر از هر یک از این توانایی‌های ویژه است و آن را چنین تعریف می‌کنیم: سواد رسانه‌ای مجموعه‌ای از چشم‌اندازهاست (جنبه‌های فکری) که ما به طور فعالانه، برای قرار گرفتن در معرض رسانه، از آنها بهره‌برداری می‌کنیم تا معنای پیام‌هایی را که با آنها مواجه می‌شویم، تفسیر کنیم. ما چشم‌اندازهای خود را با استفاده از ساختارهای دانش خود می‌سازیم. برای ساختن ساختارهای دانش، به ابزار و مواد اولیه نیاز داریم. ابزار، مهارت‌های ما در حوزه سواد رسانه‌ای و ماده اولیه اطلاعات به دست آمده از محتوای پیام‌ها و دنیای رسانه‌ای است. استفاده فعالانه از رسانه‌ها بدان معنی است که ما از پیام‌ها آگاهیم و به طور خودآگاهانه با آنها در تعامل هستیم (بصیریان و بصیریان، ۱۳۸۵).

۱-۱ ویژگی روان‌شناسی سواد رسانه‌ای

ارتباط تنگاتنگ رسانه با سلامت روان غیرقابل انکار است. رسانه‌ها همان‌گونه که قادرند فشار روانی شدیدی بر آدمی وارد

نمود را سواد رسانه‌ای می‌گویند (کانسیداین، ۱۳۷۹). مؤسسه آفکام، نهادی در انگلستان که در زمینه تدوین مقررات سواد رسانه‌ای کار می‌کند، سواد رسانه‌ای را این‌گونه تعریف می‌کند: «سواد رسانه‌ای توانایی دسترسی درک و ایجاد ارتباط در بافت‌های گوناگون است». (رابوی^۵ و پادووانی^۶، ۲۰۱۰).

هورتون^۷ نیز تعریف دیگری از سواد رسانه‌ای ارائه می‌دهد. از نظر او، سواد رسانه‌ای دسترسی، تجزیه و تحلیل و تولید ارتباط در شکل‌های گوناگون رسانه و مصرف انتقادی محتواست (چن^۸، ۲۰۰۷). بنیان‌گذاران مرکز سواد رسانه‌ای، الیزابت ثومن^۹ و تساجاولز^{۱۰} معتقدند که سواد رسانه‌ای یک عامل کلیدی در آموزش مهارت تفکر انتقادی و ارتقای تردید و بدبینی در مورد پیام‌های رسانه‌ای است (تامن و جاولز، ۲۰۰۸) و مانند فیلتری داوری 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 (رژیم مصرف)، لایه دوم: در این سطح مخاطب به جنبه‌های نامحسوس‌تر رسانه‌ای توجه می‌کند و به پرسش‌ها و موضوعات عمیقی می‌پردازد (ویژگی‌های پیام) و لایه سوم: این لایه مهارت‌های لازم برای تماشای (مصارف) انتقادی رسانه‌هاست (نقد پیام). با این مهارت‌ها، مخاطب به تجزیه و تحلیل و پرسش درباره چارچوب ساخت پیام و جنبه‌های جا افتاده در آن می‌پردازد (سپاسگر، ۱۳۹۰). سواد رسانه‌ای در یک تعریف بسیار کلی عبارت است از: «نوعی درک متکی بر مهارت که براساس آن می‌توان انواع رسانه‌ها و انواع تولیدات رسانه‌ای را شناخت و آنها را از یکدیگر تفکیک و شناسایی کرد (ون درفور^{۱۱}، ۲۰۱۰). سواد رسانه‌ای به عنوان یک مهارت اجتماعی که می‌تواند همراه با تفکر انتقادی و استدلالی مخاطبان را به صورت فعال و پویا با پیام‌ها و تولیدات رسانه‌ای آشنا کند، در مطالعات رسانه‌ای می‌تواند مورد توجه قرار گیرد. تفکر انتقادی به تمامی اشکال ارتباطاتی توجه دارد (هیدر^{۱۲}، ۲۰۰۹).

در بحث پیرامون شاخص‌های سواد رسانه‌ای می‌توان

برنامه‌های سرگرمی نیز تعابیر خود را از مفاهیمی چون انسانیت، آشتی، جنگ و خوشبختی نشان می‌دهند. صاحبان آگاهی نیز سعی می‌کنند ما را متقاعد سازند مشکلاتی داریم و کالای آنها که می‌تواند ما را در غلبه بر این مشکل یاری کند. هم‌چنین ما نیز به عنوان مخاطب می‌توانیم تعابیر خودمان را از این پیام‌ها داشته باشیم. چه ما آگاهی لازم در برخورد با رسانه را کسب کنیم یا نه، فرآیند تأثیر رسانه ادامه دارد. زمانی که بتوانیم کنترل بیشتری نسبت به رسانه‌ها و تعابیر آنها داشته باشیم، می‌توانیم به تأثیرات مثبت ناشی از آنها قوت بخشیده و از تأثیرات منفی آنها بکاهیم. سواد رسانه‌ای به افراد توانایی می‌بخشد تا ضمن اینکه متفکرانی معتقد باشند، خود نیز به مولدین خلاق پیام‌ها بدل شوند.

مسئله بهره‌مندی از سواد رسانه‌ای، مهارتی حیاتی برای قرن ۲۱ به حساب می‌آید؛ چرا که فن‌آوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی مانند رایانه، شبکه‌های ارتباطی خطوط تلفنی و شبکه‌های فیبر نوری، ماهواره‌ها و دیگر وسایل ارتباطی، جوامع را متحول ساخته و بر فهم و ادراک ما از خودمان و جوامع‌مان تأثیر گذاشته است.

۳-۱ جنبه‌های مختلف سواد رسانه‌ای

اگر چه در ادبیات مدرن ارتباطی، سطح سواد رسانه‌ای کودکان بیشتر از سایر مسائل مورد توجه قرار گرفته است، اما سه نگرش زیر در یک حالت تلفیقی می‌تواند سطح سواد رسانه‌ای را در هر سنی افزایش دهد:

۱- اولین جنبه مطرح در این زمینه، ارتقای آگاهی نسبت به رژیم مصرف رسانه‌ای یا به عبارت بهتر، تعیین مصرف غذای رسانه‌ای در یک قالب بهداشتی و دقیق است. در این جنبه اصل مسئله، مدیریت دقیق و ایجاد توازن در مصرف رسانه‌ای است تا انتخاب‌های رسانه‌ای به شکل هدف‌مندتری صورت گیرد؛

۲- دومین جنبه، آموزش مهارت‌های مطالعه یا تماشای انتقادی است؛

۳- سومین جنبه، تجزیه و تحلیل اجتماعی، سیاسی و اقتصادی است که مسائلی فراتر از کادر مورد تماشا یا مطالعه

کنند از این توانمندی هم برخوردارند که مخاطبان را از استرس دور کنند و به آرامش برسانند. تأثیرگذاری محصولاتی که رسانه‌ها عرضه می‌کنند حتی در غیاب ابزارها و شاخص‌های قابل سنجش بر هیچ کس پوشیده نیست. تأثیرپذیری کودکان و نوجوانان از محصولات رسانه‌ای به ساختار ناکامل شخصیت آنها، میزان نوسان‌پذیری این ساختار، رفتار، نگرش، نحوه برقراری ارتباط و تعامل با خانواده، گروه همسالان، همکلاسی‌ها، نوع و جذابیت رسانه، زمان، مکان، دفعات مواجهه با محصولات رسانه‌ای، ساختار ظاهری و محتوایی این محصولات و عوامل بسیار دیگری وابسته است (شهرام خرازی‌ها، سایت سلامت نیوز) فرد پس از پشت سر گذاشتن دوران نوجوانی، در دوران جوانی، میانسالی و کهنسالی از رسانه‌ها و محصولات رسانه‌ای تأثیر مثبت و منفی می‌گیرد اما ایده‌آل آن است که فرد شخصیت خویش را بی‌هیچ قید و بندی در اختیار رسانه‌ها و محصولات رسانه‌ای قرار ندهد بلکه سعی کند از امتیازات رسانه حداکثر بهره را گرفته و از مضرات آن تا حد ممکن فاصله بگیرد. واقع‌آپیدمی تخریب سلامتی دامن‌گیر بسیاری از رسانه‌ها شده است و گاه واضح و گاه مخفی و خاموش است (شهرام خرازی‌ها، ۱۳۸۷). در حال حاضر که سازمان‌های مرتبط و مسئول عنایت چندانی به گروه‌بندی سنی ندارند یکی از راه‌های پیشنهادی، ارتقای سواد رسانه‌ای به کودکان و نوجوانان است. سهل‌انگاری و کم‌توجهی ما در این زمینه باعث شده ما کودکان و نوجوانان را در مقابل این محصولات تنها و بی‌دفاع بگذاریم. بنابراین ضروری است که وزارت آموزش و پرورش هرچه سریع‌تر مبحث سواد رسانه‌ای را با همکاری، همفکری و مشارکت تخصصی ارگان‌های ذی‌ربط در کتب درسی تمام مقاطع تحصیلی بگنجانند.

۲-۱ هدف سواد رسانه‌ای

هدف اصلی سواد رسانه‌ای این است که به ما قدرت کنترل بیشتری نسبت به تعابیر پیام‌ها می‌بخشد. واقعیت این است که همه پیام‌های رسانه‌ای دارای تعابیر و تفاسیر مختلف هستند. مثلاً روزنامه نگاران به ما تعابیر خودشان را از اینکه چه چیزی و چه کسی مهم است، ارائه می‌دهند، برنامه‌سازان

را شامل می‌شود. ناگفته نماند تسلط به یک زبان خارجی، مهارت استفاده از کامپیوتر و مهارت‌های استفاده از فضای سایبرنتیک می‌توانند هم به بهره‌وری مناسب‌تر از مباحث سواد رسانه‌ای در اینترنت منجر شوند و هم به طور کلی خودشان جزو مهارت‌های سواد رسانه‌ای به شمار می‌آیند (شکرخواه، ۱۳۸۰).

بنابراین سواد رسانه‌ای در شرایط انبوه شدن پیام‌ها در سپهر ارتباطی، اهمیت بسیار یافته است؛ چرا که دیگر به آسانی نمی‌توانند پیام‌های مورد نیاز خود را پیدا کنند و نیاز به سواد نوینی برای دستیابی به اطلاعات احساس می‌شود. این سواد نوین همان توانایی استفاده از تکنولوژی‌های نوین اطلاعات و ارتباطات برای هر فردی است که دکتر محسنیان‌راد از آن با عنوان سواد رقومی یاد می‌کند. دکتر حسین علی افخمی در این خصوص معتقد است: در جوامع امروزی سواد رسانه‌ای اهمیت بیشتر یافته است؛ چرا که با پیشرفت جوامع و توسعه تکنولوژی‌های نوین اطلاعات و ارتباطات در روش انتشار پیام، یک نوع پیچیدگی زبانی در رسانه‌ها به وجود می‌آید که به تناسب آن باید شهروندان توانایی بهره‌گیری از این رسانه‌ها را داشته باشند. در واقع سواد رسانه‌ای یک نوع برنامه‌توانمندسازی است که شهروندان بتوانند زبان رسانه‌ای جدید را درک کنند، از این رو اگر دولت‌ها نسبت به توانمندسازی در مقابل زبان رسانه‌ای جدید بی‌تفاوت باشند، جامعه به دو گروه تقسیم می‌شود: گروهی که توانایی درک پیام‌ها را دارند و گروهی دیگر که از غافله عقب می‌مانند، چون توانایی همگامی با رسانه‌های جدید را ندارند (فراهانی، ۱۳۸۶).

بعد ادراکی سواد رسانه‌ای: به فرایندهای ذهنی و فکری مربوط است. توانایی‌های ادراکی مجموعه‌ای از شناخت ساده نشانه‌ها تا ادراک پیچیده‌ترین پیام‌ها و کشف علل نحوه ارائه خاص آنها توسط یک رسانه خاص را، در برمی‌گیرد. این همان بعد فکری یا عقلانی است که به ایجاد مضمونی غنی در فرایند ساختن معنا منجر می‌شود (لوپز، ۲۰۰۶).

حیطه حسی

حیطه‌ی حسی همان بعدی است که کاملاً وابسته به احساس افراد است. برخی مخاطبان در زمینه دریافت تأثیرات حسی پیام‌های رسانه‌ای بسیار قوی هستند. برخی از این احساسات دارای تأثیرات مثبت و برخی دارای تأثیرات منفی هستند (لوپز، ۲۰۰۶).

حیطه اخلاقی

به توانایی ادراک و دریافت ارزش‌های نهفته در پیام‌ها اشاره دارد. در سبک کم‌دی، ارزش‌هایی که در پیام‌ها نشا داده می‌شوند، حاکی از این است که مزاح و شوخی ابزاری مهم در حل و فصل مشکلات است (لوپز، ۲۰۰۶).

۲. بازی‌های رایانه‌ای

مطالعاتی که در سال‌های اخیر در حوزه بازی‌هایی رایانه‌ای انجام شده است دستاوردهایی تجربی به همراه داشته است. این تجارب خود پایه‌گذار رویکردهایی در زمینه شناخت بیشتر بازی‌های رایانه‌ای و عواملی که در جذابیت این بازی‌ها نقش دارند گردیده است و محققین با بهره‌گیری از نتایج پژوهش‌های متعددی که در این زمینه انجام شده است به تبیین نظریه‌های پرداخته‌اند. در این زمینه ریلی معتقد است که داده‌های مشاهده منعکس کننده شبکه اعمال و واکنش‌ها در میان اعضای گروه است ویژگی‌های عینی نظام اجتماعی و داده‌های پرسشنامه منعکس کننده شبکه ذهنی گرایش‌ها و روابط بین شخصی است افکار و احساسات بنیانی افراد، تمایل و آمادگی‌شان برای کنش با دیگران و تشخیص ارزیابی دیگران به طرف مختلف (بیکلر، ۱۳۷۷).

۳. تاریخچه

در مطالعه‌ای با عنوان رهیافتی به سواد بازی‌های رایانه‌ای؛ مطالعه ساختار و محتوای باز عفو پرداختند، نتایج نشان داد این بازی از طریق نحوه برقراری ارتباط تعاملی با کاربر، متصل کردن هویت مجازی کاربر در بازی با هویت مجازی او در شبکه اجتماعی فیس بوک، درگیرکردن حافظه اجتماعی کاربر از جهان واقعی و تاریخی با جلوه‌های متعددی از متن و در نهایت ایجاد دوگانه‌های ارزشی در لایه‌های روایی و رویه‌ای خود، کوشیده است، محدوده

رایانه‌ای و خرده عامل‌های توانایی فضایی، یعنی ادراک فضایی، چرخش ذهنی و تصویرسازی فضایی رابطه معنادار وجود دارد (محققان یعقوبی، ۱۳۹۳). بررسی بازنمایی خاورمیانه در بازی‌های رایانه‌ای مطالعه‌ی موردی بازی ندای وظیفه ۴ پرداختند، نتایج تحقیق نشان می‌دهد وجود مراحل در این بازی، سکانس‌بندی‌های متن، و نماها و استفاده از افکت‌های صوتی، نورپردازی، سایه روشن‌ها و ... در بیان روایتی استراتژیک و کنش محور به طور توأمان از جهان شرق/ خاورمیانه توانسته است این بازی را فراتر از یک سرگرمی، به شکلی گفتمانی و ایدئولوژیک به یک متن با شاخصه‌های پسا استعماری مبدل کند (احمدرش، دانش‌مهر و غلامی، ۱۳۹۲).

بررسی مطالعه‌ی رابطه‌ی بازی‌های ویدئویی و رایانه‌ای خشونت‌آمیز با متغیرهای درون خانوادگی و تحصیلی فرزندان پرداختند، یافته‌های تحقیق نشان داد پسران بیشتر از دختران درگیر بازی‌های رایانه‌ای خشن هستند و محتمل است انجام این بازی‌ها مقدار بیشتری خشونت را توسط پسران در خانه یا مدرسه تولید کند. از نتایج این تحقیق دریافتیم که بین متغیرهای خشونت خانوادگی و خشونت در مدرسه رابطه وجود دارد. نظارت والدین بر انتخاب بازی نوجوانان و میزان بازی کردن آنها می‌تواند نقش تعدیل‌کننده روی اثرات مخرب بازی‌های ویدئویی در مدارس بازی کند. دانش‌آموزانی که بازی‌های رایانه‌ای خشن انجام می‌دهند احتمال دارد با افت نمرات در مدرسه مواجه شوند. سرانجام میان متغیرهای پیش بین خانوادگی بیانگر خشونت (مدت بازی در منزل، دعوای خانوادگی به ویژه دعوای والدین) و بازی‌های خشن ویدئویی رایانه‌ای رابطه وجود دارد (قادری و بهرامی، ۱۳۹۱).

بررسی کارکرد بازی‌های رایانه‌ای در رفتار نوجوانان پرداخت، نتایج نهایی پژوهش نشان داد بین توانایی ذهنی دانش‌آموزانی که از بازی‌های رایانه‌ای استفاده می‌کنند در مقایسه با دانش‌آموزانی که از آن استفاده نمی‌کنند تفاوت وجود ندارد. بین میزان فعالیت‌ها و سرگرمی جمعی دانش‌آموزانی که از

آگاهی‌های حاصل شده از تعامل کاربر با بازی را در جهان مجازی متن، به جهان واقعی و تاریخی تسری دهد (طاهری و حسینی، ۱۳۹۶).

بررسی سواد رسانه‌ای و انتخاب بازی‌های رایانه‌ای پرداخت، نتایج تحقیق نشان داد بین سطح تحصیلات والدین و دقت آنها در گزینش بازی‌های رایانه‌ای برای فرزندانشان رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد. بین پایگاه اقتصادی (میزان درآمد) و سن والدین و انتخاب بازی‌های رایانه‌ای از سوی والدین برای فرزندانشان رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد. بین جنسیت والدین و سطح سواد رسانه‌ای آنها برای انتخاب بازی‌های رایانه‌ای فرزندانشان رابطه‌ی معنی‌داری وجود ندارد (عیدی‌زاده، ۱۳۹۲).

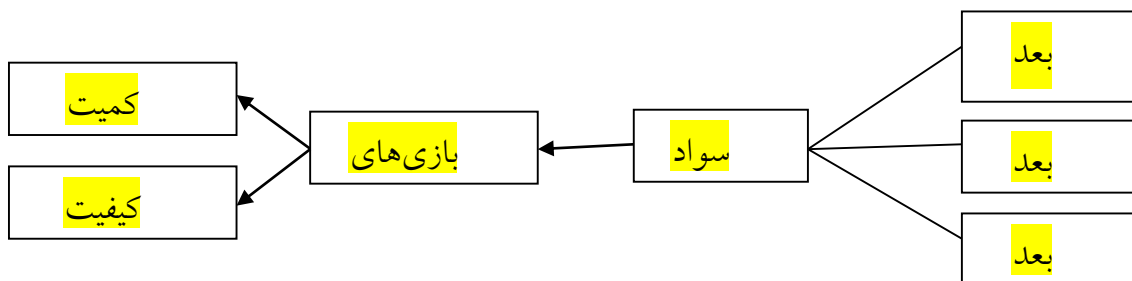
بررسی بازنمایی ایدئولوژی‌های فرهنگی در بازی‌های رایانه‌ای پرداختند، نتایج تحقیق که در دو سطح ماهیت رسانه و ایدئولوژی‌های فرهنگی استخراج شده‌اند نشان دهنده آن‌اند که بازی‌های رایانه‌ای ایرانی از قابلیت‌های خاص رسانه بازی مانند تعاملی بودن و روایت سازی توسط بازیکن استفاده نکرده‌اند. در بعد ایدئولوژی‌های فرهنگی نیز نتایج تحقیق نشان می‌دهد که میان محتوای ایدئولوژیک بازی‌ها و ایدئولوژی‌های فرهنگ نهاد سازنده بازی ارتباط تنگاتنگی وجود دارد پس سیر روایی بازی مبتنی بر ارزش‌های رسمی است (خانیکی و برکت، ۱۳۹۵).

بررسی تأثیر آموزش سواد رسانه‌ای بر پرخاشگری و نگرش به خشونت در کاربران نوجوان بازی‌های رایانه‌ای خشن پرداختند، نتیجه این که آموزش سواد رسانه‌ای می‌تواند میزان پرخاشگری کاربران نوجوان بازی‌های رایانه‌ای خشن را کاهش دهد. گنجاندن مبانی سواد رسانه‌ای در متون درسی و تولید و پخش برنامه‌های پیشگیرانه در این زمینه ضرورت دارد (شجاعی و همکاران، ۱۳۹۵).

بررسی رابطه بین میزان استفاده از بازی‌های رایانه‌ای و توانایی فضایی دانش‌آموزان پرداختند، یافته‌ها نشان داد که بین میزان استفاده از بازی‌های رایانه‌ای و توانایی فضایی رابطه معنادار وجود دارد. هم‌چنین بین میزان استفاده از بازی‌های

است، اما این رابطه با میزان استفاده از رسانه‌های مکتوب (روزنامه و مجله) معنادار نیست (تقی‌زاده، ۱۳۹۰). پژوهشی با عنوان سنجش و کاربست الگوی پنج سطحی سواد رسانه‌ای انتقادی: مطالعه موردی دانشجویان دانشکده صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران انجام دادند. این تحقیق با تمرکز بر نظریه سواد رسانه‌ای انتقادی که به طور خاص به جنبه انتقادی سواد رسانه‌ای پرداخته است، سعی دارد تا علاوه بر افزودن ادبیات نظری، گام‌های مفیدی را برای فعالیت در این عرصه بردارد. گسترش مهارت‌های سواد رسانه‌ای برای حفاظت از شهروندان در برابر اثرات مخرب پیام‌های رسانه‌ای، یکی از مهم‌ترین ابزارهای نهادهای سیاست‌گذار در عرصه آموزش هر کشوری است. شش مصاحبه با دانشجویان کارشناسی ارشد تحقیق در ارتباطات دانشکده صدا و سیمای جمهوری اسلان ایران به عنوان کارشناسان عرصه رسانه انجام شد. سوالات بر مبنای مفاهیم پنج‌گانه سواد رسانه‌ای انتقادی (عدم شفافیت، رمزها و قواعد، رمزگشایی مخاطب، محتوا و پیام، انگیزه) و البته فیلم کرش تنظیم شده بودند. با انجام این تحقیق، عدم انسجام در آموزش انتقادی و در نتیجه توانمندی انتقادی نامتوازن دانشجویان در هنگام مواجهه با پیام، آشکار شد (حاجی‌حیدری و یزدیان، ۱۳۹۰).

۴. مدل نظری



بر حسب جنسیت همان‌گونه که در جدول ۴-۱، مشاهده می‌شود از کل پاسخ‌گویان (۳۴۴ نفر) تعداد ۱۵۸ نفر یعنی ۴۵٫۹ درصد مرد و تعداد ۱۸۶ نفر یعنی ۵۴٫۱

بازی‌های رایانه‌ای استفاده می‌کنند در مقایسه با دانش‌آموزانی که از آن استفاده نمی‌کنند تفاوت وجود ندارد. بین روابط اجتماعی دانش‌آموزانی که از بازی‌های رایانه‌ای استفاده می‌کنند در مقایسه با دانش‌آموزانی که از آن استفاده نمی‌کنند تفاوت وجود دارد و سایر متغیرها اثر بازی‌های رایانه‌ای بر آنها معنادار می‌باشد (منصوری، ۱۳۹۱).

بررسی وضعیت سواد رسانه‌ای دانشجویان خراسان شمالی در جامعه اطلاعاتی پرداختند، نتایج ضریب همبستگی اسپیرمن نشان می‌دهد که بین میزان استفاده از رسانه، سرمایه فرهنگی و تحصیلات والدین با میزان سواد رسانه‌ای دانشجویان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. آزمون تفاوت میانگین‌ها نشان داد که بین جنس، وضعیت تأهل، سن، میزان درآمد خانوادگی با میزان سواد رسانه‌ای دانشجویان تفاوت معناداری وجود ندارد اما تفاوت میانگین سواد رسانه‌ای در بین گروه‌های تحصیلی معنادار می‌باشد و براساس یافته‌های تحقیق دانشجویان خراسان شمالی از لحاظ سطح سواد رسانه‌ای در حد متوسطی می‌باشند (شجاعی و امیرپور، ۱۳۹۱).

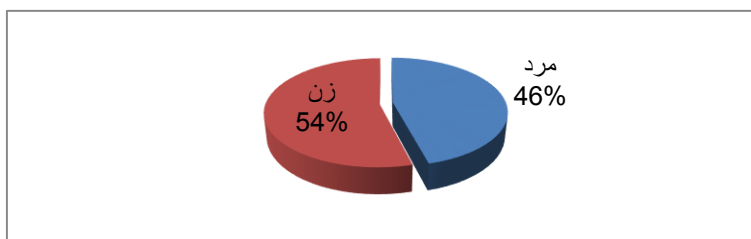
پژوهشی با عنوان مطالعه عوامل مؤثر بر رژیم مصرف رسانه‌ای دانش‌آموزان دبیرستانی شهر کرمان انجام داد. نتایج نشان داد میزان دسترسی و استفاده دانش‌آموزان پسر به رسانه‌ها از دانش‌آموزان دختر بالاتر است. هم‌چنین، بین میزان دسترسی و استفاده از رسانه‌ها و پایگاه اقتصادی-اجتماعی با میزان استفاده از رسانه‌های تعاملی رابطه معنادار، برقرار

۵. تحلیل توصیفی داده‌ها

۱- جنسیت

جدول ۴-۱ توزیع فراوانی و درصدی پاسخ‌گویان

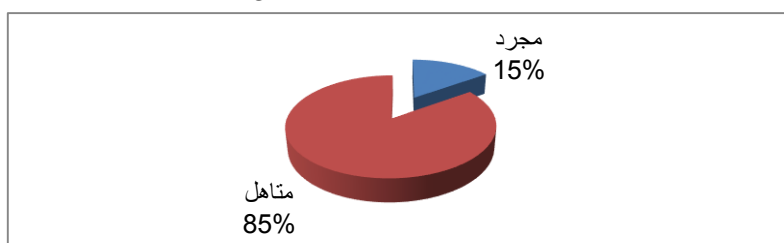
درصد زن بوده‌اند. آماره محاسبه شده برای این متغیر با توجه به سطح سنجش آن (اسمی) مد می‌باشد، که در این متغیر زنان با تعداد ۱۸۶ نفر می‌باشد.



۲- وضعیت تاهل

تعداد ۲۹۲ نفر یعنی ۸۴٫۸۸ درصد متاهل بوده‌اند. آماره محاسبه شده برای این متغیر با توجه به سطح سنجش آن (اسمی) مد می‌باشد، که در این متغیر متاهل با تعداد ۲۹۲ نفر می‌باشد.

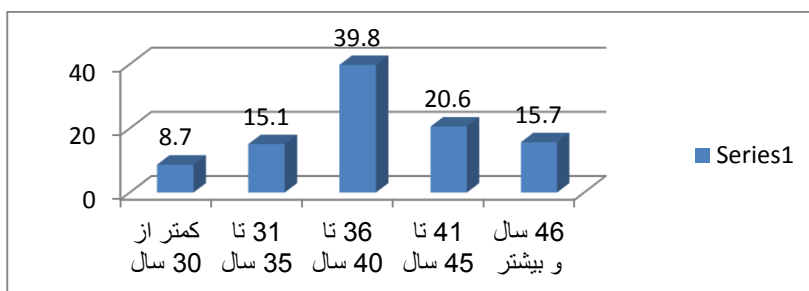
با توجه به جدول ۴-۲ از کل پاسخ‌گویان (۳۴۴ نفر)، تعداد ۵۲ نفر یعنی ۱۵٫۱ درصد از آنها مجرد بوده‌اند و



۳- گروه‌های سنی

تعداد ۵۲ نفر یعنی ۱۵٫۱ درصد بین ۳۱ تا ۳۵ سال، تعداد ۱۳۷ نفر یعنی ۳۹٫۸ درصد بین ۳۶ تا ۴۰ سال، تعداد ۷۱ نفر یعنی ۲۰٫۶ درصد بین ۴۱ تا ۴۵ سال و ۵۴ نفر یعنی ۱۵٫۷ درصد ۴۶ سال و بیشتر سن داشته‌اند.

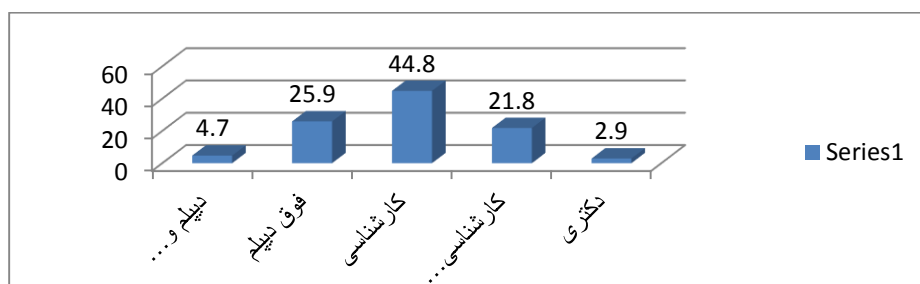
از کل پاسخ‌گویان به پرسشنامه (تعداد ۳۴۴ نفر)، تعداد ۳۰ نفر یعنی ۸٫۷ درصد سن آنها کمتر از ۳۰ سال بوده است،



۴- میزان تحصیلات

کارشناسی، ۲۱٫۸ درصد کارشناسی ارشد و ۲٫۹ درصد دکتری بوده است. با توجه به اینکه سطح سنجش این متغیر رتبه‌ای است، آماره محاسبه شده میانه است، در این متغیر میزان تحصیلات کارشناسی است.

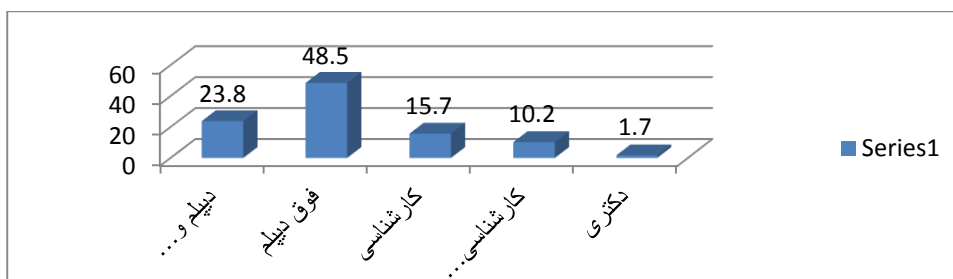
همان‌گونه که در جدول ۴-۴ مشاهده می‌شود، از کل پاسخ‌گویان میزان تحصیلات ۴٫۷ درصد آنها دیپلم و پایین‌تر بوده است، ۲۵٫۹ درصد کاردانی، ۴۴٫۸ درصد



۵- میزان تحصیلات همسر

دیپلم و پایین تر بوده است، ۴۸،۵ درصد کاردانی، ۱۵،۷ درصد کارشناسی، ۱۰،۲ درصد کارشناسی ارشد و ۱،۷ درصد دکتری بوده است. با توجه به اینکه سطح سنجش این متغیر رتبه‌ای است، آماره محاسبه شده میانه است.

همان گونه که در جدول ۴-۵ مشاهده می‌شود، از کل پاسخ‌گویان میزان تحصیلات همسر ۲۳،۸ درصد آنها



رسانه‌ای والدین تهرانی با کمیت و کیفیت استفاده بازی‌های رایانه‌ای فرزندان رابطه معناداری وجود دارد، این یافته همسو با نتایج تقی‌زاده (۱۳۹۰)، احمدرش، دانش‌مهر و غلامی (۱۳۹۲)، عیدی‌زاده (۱۳۹۲)، پریماک و دیگران (۲۰۰۹) بود.

نتیجه‌گیری

رسانه‌ها آثار محسوس و قابل توجهی بر مخاطبان خود دارند و کودکان در این بین در معرض تهدیدات و تأثیرات منفی بیشتری هستند. رسانه‌های دیداری و شنیداری به مراتب بیشتر از دیگر رسانه می‌تواند اثرگذار باشد. بازی‌های رایانه‌ای با ویژگی‌های خاص خود توانسته جمع تمام ویژگی‌های رسانه‌های دیگر را در خود داشته باشد و از طرفی کشش بیشتری در بین مخاطبان به ویژه کودکان و نوجوانان ایجاد کرده است. به همین دلیل می‌تواند علی‌رغم فرصت‌های بالقوه‌ای که دارد، تهدید جدی عصر حاضر برای کودکان و نوجوانان باشد. توسعه سواد رسانه‌ای و فراگیری نمودن آن در بین والدین و به ویژه مخاطبان جامعه هدف،

یافته‌های تحقیق

نتایج آزمون فرضیه اول نشان داد بین بعد ادراکی سواد رسانه‌ای والدین تهرانی با کمیت و کیفیت استفاده بازی‌های رایانه‌ای فرزندان رابطه معناداری وجود دارد و میزان تأثیر سواد رسانه‌ای بر کمیت استفاده فرزندان از بازی‌های رایانه‌ای برابر ۰،۲۲ و میزان تأثیر آن بر کیفیت برابر ۰،۲۶ درصد است، این یافته همسو با نتایج مطالعه منصوری (۱۳۹۱)، شجاعی و امیرپور (۱۳۹۱)، محققیان یعقوبی (۱۳۹۳)، کشانی (۱۳۹۰)، پیسینکا و دیگران (۲۰۱۱) است.

نتایج آزمون فرضیه دوم نشان داد بین بعد حسی سواد رسانه‌ای والدین تهرانی با کمیت و کیفیت استفاده بازی‌های رایانه‌ای فرزندان رابطه معناداری وجود دارد، این یافته همسو با نتایج ویتورث (۲۰۱۱)، کالور و جاکوبسون (۲۰۱۲)، پریماک و دیگران (۲۰۰۹)، نصیری (۱۳۹۱)، تقی‌زاده (۱۳۹۰) بود.

نتایج آزمون فرضیه سوم نشان داد، بین بعد اخلاقی سواد

سواد رسانه‌ای و فرهنگ معاصر، ترجمه حسین سرافراز، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).

باهنر، ناصر و چابکی، رامین (۱۳۹۲). تحلیل سیاست‌های سواد رسانه‌ای در سه نهاد فرهنگی و ارتباطی ایران. رسانه و فرهنگ.

براون، جیمز (۲۰۰۴). رویکردهای سواد رسانه‌ای، ترجمه پیروز ایزدی، فصلنامه رسانه.

بصیریان جهرمی، حسین (۱۳۸۸). درآمدی بر سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی، مجله رسانه.

پاتر، جیمز (۱۹۹۸). تعریف سواد رسانه‌ای (ترجمه لیدا کاووسی، ۱۳۸۵). فصلنامه رسانه.

تافلر، الوین (۲۰۰۵). جا به جایی در قدرت (ترجمه شهیندخت خوارزمی، ۱۳۷۹)، تهران: علم.

تقی‌زاده، عباس (۱۳۹۰). مطالعه عوامل مؤثر بر رژیم مصرف رسانه‌ای دانش‌آموزان دبیرستانی شهر کرمان، پژوهشگران فرهنگ.

سپاسگر، ملیحه (۱۳۹۰). رویکرد نظری به سواد رسانه‌ای، نشریه پژوهش و سنجش.

شجاعی، ثاراله و همکاران (۱۳۹۵). تأثیر آموزش سواد رسانه‌ای بر پرخاشگری و نگرش به خشونت در کاربران نوجوان بازی‌های رایانه‌ای خشن، فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، سال دوم، شماره ۸.

طاهری، آرین، حسینی، سید بشیر (۱۳۹۶). رهیافتی به سواد بازی‌های رایانه‌ای؛ مطالعه ساختار و محتوای باز عفو، فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، سال سوم، شماره ۱۱.

طلوعی، علی (۱۳۹۱). سواد رسانه‌ای (چاپ اول)، تهران: دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها جمعی.

فکوهی، ناصر (۱۳۹۰). آسیب‌شناسی سواد رسانه‌ای در ایران، همشهری آنلاین.

قادری، مصطفی، بهرامی، فریبا (۱۳۹۱). مطالعه‌ی رابطه‌ی بازی‌های ویدئویی و رایانه‌ای خشونت‌آمیز با متغیرهای درون خانوادگی و تحصیلی فرزندان، فصلنامه مشاوره و روان درمانی خانواده، ویژه‌نامه خانواده و طلاق،

می‌تواند در کاهش آثار منفی آن نقش موثری داشته باشد. چه ما آگاهی لازم را کسب کنیم یا نه، فرآیند تاثیر رسانه‌ها ادامه دارد؛ سواد رسانه‌ای فرایندی نیست که به زمان و مکان خاصی محدود باشد و یا این که پدیده‌ای ثابت فرض شود. سواد رسانه‌ای فرایندی همیشگی است که پیوسته در حال تغییر و دگرگونی است؛ به طوری که افراد باید همواره ساختار دانش و اطلاعات خود را وسعت دهند و با استفاده از راه‌حل‌های جدید پیام‌ها را نقد و تفسیر کنند و از اطلاعات روز دنیا بهره‌مند شوند. در حال حاضر مسئله تاثیرگذاری خشونت در بازی‌های ویدئویی بر بازیکنان به خصوص قشر کودک و نوجوان، امری پذیرفته شده است. بازی رایانه‌ای بسته به نوع و میزان وقت‌گذاری کودک و نوجوان برای آن، بر میزان ارتباط، تعامل با سایر افراد خانواده و موضوعات اخلاقی و ذهنی اثر دارد و شاید بتوان گفت که بخشی از شاکله عاطفی، روانی و خلقی فرد از مضامین آن تاثیر می‌گیرد، کسانی که سواد رسانه‌ای دارند، می‌توانند رسانه‌های خود را بسازند و مشارکت فعال در فرهنگ رسانه‌ای داشته باشند. آموزش سواد رسانه‌ای به توسعه تفکر انتقادی و مشارکت فعال در فرهنگ رسانه‌ای کمک می‌کند. در نتیجه هر چه آموزش و اطلاعات در والدین همراه با نظارت بر انتخاب نوع بازی‌ها با توجه به گروه سنی بیشتر و دقیق‌تر باشد احتمال گرایش به خشونت و انحراف در فرزندان علاقه‌مند به بازی‌های رایانه‌ای کاهش می‌یابد.

منابع:

احمدرش، رشید، دانش‌مهر، حسین، غلامی، احمد (۱۳۹۲). بازنمایی خاورمیانه در بازی‌های رایانه‌ای مطالعه‌ی موردی بازی ندای وظیفه ۴، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، سال نهم، شماره ۳۳.

ایران پور پرستو (۱۳۸۹). میزان سواد رسانه‌ای و نقش آن در استفاده از رسانه‌های تعاملی، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی تهران. باکینگهام. دیوید (۱۳۸۹). آموزش رسانه‌ای یادگیری

Information Literacy for Knowledge Societies, Moscow, Russian Federation.

Celot, P (2009). Study on assessment criteria for media literacy levels. EAVI Consortium for the European Commission Directorate General Information.

Chen, G (2007). Media (Literacy) Education in the United States. China Media Research, 3 (3), 34-40.

Coronel, Karem (2010). Exploring Ideology in Gaming: Youth playing "Call of Duty: Modern Warfare 2", Institute of Social Studies (Iss), Graduate School of Development Studies.

Culver Sherri H, Jacobson Thomas (2012). Media literacy and its method to encourage civic engagement 2012.

Durkin, K & Barber, B (2002). Not so doomed: Computer game play and positive adolescent development. Journal of applied developmental psychology.

Heider, K. L. (2009), Information literacy: The missing link in early childhood education. Springer Science Business Media, LLC Early Childhood Education.

Hobbs, Renee & Richard Frost (2003). Measuring the Acquisition of Media – literacy Skills.

Hobbs, R (2005). Media literacy and the K-12 content areas. In G. Schwarz and P. Brown (Eds.) Media literacy: Transforming curriculum and teaching. National Society for the Study of Education, Yearbook 104. Malden, MA: Blackwell.

شماره ۱.

محققان یعقوبی، راضیه (۱۳۹۳). رابطه بین میزان استفاده از بازی‌های رایانه‌ای و توانایی فضایی دانش‌آموزان، فصلنامه مهندسی آموزشی: تکنولوژی و طراحی آموزشی، سال سوم، شماره چهارم.

مسترمن، لن (۱۳۸۲). آموزش رسانه‌ای و ۱۸ اصل حاکم بر آن، ترجمه یونس شکرخواه، تهران: فصلنامه پژوهش و سنجش، شماره ۳۳، سال دهم.

منصوری، روانبخش (۱۳۹۱). کارکرد بازی‌های رایانه‌ای در رفتار نوجوانان، فصلنامه مطالعات رسانه‌ای، سال هفتم، شماره نوزدهم.

نصیری، بهاره (۱۳۹۲). آموزش سواد رسانه‌ای در کشورهای کانادا و ژاپن. نوآوری‌های آموزشی.

Angell, H. M (2005). What Music Videos Teach at-risk Adolescent Girls: Making a Case for Media Literacy Curriculum. University of Florida.

Baker, Frank (2010). Critical thinking information age. A report from The 2010 Midwest Educational Technology Conference. Media In The Young People Ages 8-18.

Begum, D (2012). Promoting Media and Information Literacy: A Case Study of Bangladesh Public Sector. Paper presented at the International Conference on Media and

یادداشت‌ها

¹Silverblatt, Ferry, & Finan

^۲Barbro

^۳Oxstrand

^۴Ofcom

^۵Raboy

^۶Padovani

^۷Horton

^۸Chen

^۹Thoman

^{۱۰}Jolls

^{۱۱}Van der Vord

^{۱۲}Heider