

اللَّهُمَّ
الْحَمْدُ لِلَّهِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ



دانشگاه تربیت مدرس
دانشکده علوم پزشکی

پایان نامه

دوره یادگیری الکترونیکی مقطع کارشناسی ارشد در رشته آموزش بهداشت

عنوان

طراحی و تدوین رسانه آموزشی دیجیتال در کاهش مصرف قلیان
دانش آموزان پسر شهر زاهدان

نگارش

مریم شجاعی فر

استاد راهنما

دکتر شمس الدین نیکنامی

استاد مشاور

دکتر علیرضا حیدرنیا

مهر ۱۳۹۲



تاییدیه اعضای هیات داوران حاضر در جلسه دفاع از
پایان نامه کارشناسی ارشد

خانم مریم شجاعی فر دانشجوی دوره یادگیری الکترونیکی رشته آموزش بهداشتت پایان نامه کارشناسی ارشد خود را با عنوان « طراحی و تدوین رسانه آموزشی دیجیتال در کاهش مصرف قلیان دانش آموزان پسر شهر زاهدان » در تاریخ ۱۳۹۲/۷/۱۷ ارائه کردند. بدینوسیله اعضای هیات داوران نسخه نهایی این پایان نامه را از نظر فرم و محتوا تایید کرده و پذیرش آنرا برای تکمیل درجه کارشناسی ارشد پیشنهاد می کنند.

نام و نام خانوادگی و امضاء اعضای هیأت داوران:

(استاد راهنما)

دکتر شمس الدین نیکنامی

(استاد مشاور)

دکتر علیرضا حیدرنیا

(استاد ناظر)

دکتر محتشم غفاری

(استاد ناظر و نماینده تحصیلات تکمیلی)

دکتر فضل اله غفرانی پور

آیین‌نامه حق مالکیت مادی و معنوی در مورد نتایج پژوهشهای علمی

دانشگاه تربیت مدرس

مقدمه: با عنایت به سیاست های پژوهشی و فناوری دانشگاه در راستای تحقق عدالت و کرامت انسانها که لازمه شکوفایی علمی و فنی است و رعایت حقوق مادی و معنوی دانشگاه و پژوهشگران، لازم است اعضای هیأت علمی، دانشجویان، دانش‌آموختگان و دیگر همکاران طرح، در مورد نتایج پژوهشهای علمی که تحت عناوین پایان‌نامه، رساله و طرحهای تحقیقاتی با هماهنگی دانشگاه انجام شده است، موارد زیر را رعایت نمایند:

ماده ۱- حق نشر و تکثیر پایان‌نامه/ رساله و درآمدهای حاصل از آنها متعلق به دانشگاه می باشد ولی حقوق معنوی پدید آورندگان محفوظ خواهد بود.

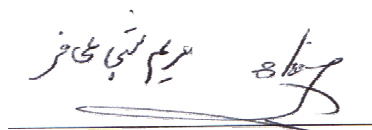
ماده ۲- انتشار مقاله یا مقالات مستخرج از پایان‌نامه/ رساله به صورت چاپ در نشریات علمی و یا ارائه در مجامع علمی باید به نام دانشگاه بوده و با تایید استاد راهنمای اصلی، یکی از اساتید راهنما، مشاور و یا دانشجوی مسئول مکاتبات مقاله باشد. ولی مسئولیت علمی مقاله مستخرج از پایان‌نامه و رساله به عهده اساتید راهنما و دانشجو می باشد. **تبصره:** در مقالاتی که پس از دانش‌آموختگی بصورت ترکیبی از اطلاعات جدید و نتایج حاصل از پایان‌نامه/ رساله نیز منتشر می‌شود نیز باید نام دانشگاه درج شود.

ماده ۳- انتشار کتاب و یا نرم افزار و یا آثار ویژه (اثری هنری مانند فیلم، عکس، نقاشی و نمایشنامه) حاصل از نتایج پایان‌نامه/ رساله و تمامی طرحهای تحقیقاتی کلیه واحدهای دانشگاه اعم از دانشکده ها، مراکز تحقیقاتی، پژوهشکده ها، پارک علم و فناوری و دیگر واحدها باید با مجوز کتبی صادره از معاونت پژوهشی دانشگاه و براساس آیین‌نامه‌های مصوب انجام شود.

ماده ۴- ثبت اختراع و تدوین دانش فنی و یا ارائه یافته ها در جشنواره‌های ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی که حاصل نتایج مستخرج از پایان‌نامه/ رساله و تمامی طرح های تحقیقاتی دانشگاه باید با هماهنگی استاد راهنما یا مجری طرح از طریق معاونت پژوهشی دانشگاه انجام گیرد.

ماده ۵- این آیین‌نامه در ۵ ماده و یک تبصره در تاریخ ۸۷/۴/۱ در شورای پژوهشی و در تاریخ ۸۷/۴/۲۳ در هیأت رئیسه دانشگاه به تایید رسید و در جلسه مورخ ۸۷/۷/۱۵ شورای دانشگاه به تصویب رسیده و از تاریخ تصویب در شورای دانشگاه لازم‌الاجرا است.

«اینجانب **مریم شجاعی فر** دانشجوی رشته **آموزش بهداشت** ورودی سال تحصیلی **۱۳۹۰** مقطع **کارشناسی ارشد دانشکده علوم پزشکی** متعهد می شوم کلیه نکات مندرج در آیین‌نامه حق مالکیت مادی و معنوی در مورد نتایج پژوهش های علمی دانشگاه تربیت مدرس را در انتشار یافته های علمی مستخرج از پایان‌نامه / رساله تحصیلی خود رعایت نمایم. در صورت تخلف از مفاد آیین‌نامه فوق‌الاشعار به دانشگاه وکالت و نمایندگی می‌دهم که از طرف اینجانب نسبت به لغو امتیاز اختراع بنام بنده و یا هرگونه امتیاز دیگر و تغییر آن به نام دانشگاه اقدام نماید. ضمناً نسبت به جبران فوری ضرر و زیان حاصله براساس برآورد دانشگاه اقدام خواهم نمود و بدینوسیله حق هرگونه اعتراض را از خود سلب نمودم.»



آئین نامه پایان نامه (رساله) های دانشجویان دانشگاه تربیت مدرس

نظر به اینکه چاپ و انتشار پایان نامه (رساله) های تحصیلی دانشجویان دانشگاه تربیت مدرس، مبین بخشی از فعالیت های علمی پژوهشی دانشگاه است. بنابراین به منظور آگاهی و رعایت حقوق دانشگاه، دانش آموختگان این دانشگاه نسبت به رعایت موارد ذیل متعهد می شوند:

ماده ۱: در صورت اقدام به چاپ پایان نامه (رساله) ی خود، مراتب را قبلاً به طور کتبی به دفتر "دفتر نشر آثار علمی" دانشگاه اطلاع دهد.

ماده ۲: در صفحه سوم کتاب (پس از برگ شناسنامه)، عبارت ذیل را چاپ کند:

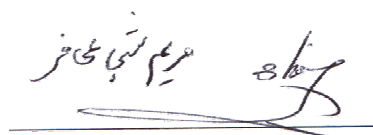
"کتاب حاضر، حاصل **پایان نامه کارشناسی ارشد** نگارنده در رشته **آموزش بهداشت** است که در سال **۱۳۹۲** در دانشکده علوم پزشکی دانشگاه تربیت مدرس به راهنمایی **دکتر شمس الدین نیکنامی**، مشاوره **دکتر علیرضا حیدرنیا** از آن دفاع شده است.

ماده ۳: به منظور جبران بخشی از هزینه های انتشارات دانشگاه، تعداد یک درصد شمارگان کتاب (در هر نوبت چاپ) را به "دفتر نشر آثار علمی" دانشگاه اهداء کند. دانشگاه می تواند مازاد نیاز خود را به نفع مرکز نشر در معرض فروش قرار دهد.

ماده ۴: در صورت عدم رعایت ماده ۳، ۵۰٪ بهای شمارگان چاپ شده را به عنوان خسارت به دانشگاه تربیت مدرس، تادیه کند.

ماده ۵: دانشجو تعهد و قبول می کند در صورت خودداری از پرداخت های بهای خسارت، دانشگاه مذکور را از طریق مراجع قضایی مطالبه و وصول کند، به علاوه به دانشگاه حق می دهد به منظور استیفای حقوق خود، از طریق دادگاه، معادل وجه مذکور در ماده ۴ را از محل توقیف کتابهای عرضه شده نگارنده برای فروش، تامین نماید.

ماده ۶: اینجانب **مریم شجاعی فر** دانشجوی رشته **آموزش بهداشت** مقطع **کارشناسی ارشد** تعهد فوق و ضمانت اجرایی آن را قبول کرده، به آن ملتزم می شوم.



تقدیم به :

آن یارِ دلر با و دلنواز ،

قائم آل محمد(ص) مهدی موعود(عج) (

مصلح کل که زنده است و ناظر

او که خواهد آمد.

تشکر و قدردانی

سپاس خدای راعزوجل که طاعتش موجب قربت است و به شکر اندرش مزید نعمت. برخود لازم می دانم از تمامی افرادی که در طول دوران تحصیلی از محضر آنها استفاده کرده‌ام تشکر و قدردانی کنم.

از راهنمایی‌های خوب جناب آقایان ، دکتر شمس الدین نیکنامی و دکتر علیرضا حیدرنیا تقدیر و تشکر می‌کنم.

همچنین از نخستین و بزرگترین آموزگاران زندگی‌ام، پدر و مادر گرامی ام؛ خصوصا مادر فداکار و مهربانم که در لحظه لحظه زندگی‌م مدیون دعاها، زحمات و محبت‌های بی‌دریغ شان خواهم بود، قدردانی می‌نمایم.

سپاسگزاری و تشکر می‌نمایم ، از تمامی اعضای مهربان و فداکار خانواده‌ام و همکار گرامی‌ام آقای محمد رضا مراد زاده

و در پایان از راهنمایی‌های خوب سرکار خانم عایشه امینی و جناب آقای علی میربلوچ زهی تقدیر و تشکر می‌نمایم.

چکیده

مقدمه و هدف :

رسانه دیجیتال یک شکل تعاملی و مبتنی بر کاربر، برای برقراری ارتباط بوده که شامل شکل های مختلفی می- باشد. وهدف از این مطالعه سنجش میزان اثر رسانه آموزشی دیجیتال نسبت به پمفلت به منظور کاهش مصرف قلیان در دانش آموزان پسر دبیرستانی شهر زاهدان بود.

مواد و روش ها :

این پژوهش مطالعه ای نیمه تجربی است که بر روی ۲۰۰ نفر از دانش آموزان پسر دبیرستان های شهر زاهدان با روش نمونه گیری تصادفی چند مرحله ایی که در دو گروه مداخله و کنترل که به صورت قبل و بعد انجام گردید و ابزار جمع آوری داده ها پرسشنامه ای ۵۳ سوالی که شامل سوالات دموگرافیک ، آگاهی ، نگرش، رفتار و خودکارآمدی بود که روایی و پایایی آن تایید شده بود سپس با دو شیوه مختلف آموزشی، فیلم دیجیتال به گروه مداخله و پمفلت به گروه کنترل به منظور آموزش و با هدف کاهش مصرف قلیان داده شد که داده های قبل و بعد با استفاده از نرم افزار SPSS و آزمون های من ویتنی -کای دو-آنالیز واریانس یک طرفه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

نتایج و یافته ها:

نتایج این مطالعه نشان داد که قبل از مداخله آموزشی بین متغیرهای دموگرافیک اصلی مطالعه تفاوت معنی دار بر اساس آزمون های تی مستقل و کای دو به تناسب وجود نداشت و دو گروه از این لحاظ یکسان بودند ($P > 0.05$) اما بعد از مداخله آموزشی میانگین نمرات آگاهی ، نگرش، خودکارآمدی و رفتار های پیشگیری کننده از مصرف قلیان در گروه مداخله با فیلم براساس آزمون های تی مستقل و تی زوجی به تناسب، نسبت به گروه مداخله پمفلت اختلاف معنی دار مشاهده شد ($P < 0.05$). همچنین نتایج مطالعه نشان داد که بین متغیرهای دموگرافیک مانند سن و نگرش- معدل سال گذشته و خودکارآمدی بر اساس آزمون همبستگی پیرسون ارتباط معنی دار وجود داشته و براساس آزمون همبستگی کروسکال والیس، بین تحصیلات پدر و خود کار آمدی نیز رابطه معنی دار مشاهده شد. همچنین با توجه به نتایج آزمون همبستگی پیرسون بین متغیر های اصلی مطالعه درخصوص ارتباط آگاهی با نگرش-آگاهی با خود-کارآمدی-نگرش با خودکارآمدی رابطه معنی دار مشاهده شد.

نتیجه گیری :

این پژوهش نشان داد که رسانه آموزشی دیجیتال نسبت به پمفلت در کاهش مصرف قلیان توسط دانش آموزان موثرتر بود که می تواند در پیشگیری از مصرف قلیان توسط دانش آموزان به کار گرفته شود.

واژگان کلیدی : رسانه دیجیتال ، آموزش، دانش آموزان ، قلیان

فهرست مطالب

| | |
|---|----|
| فصل اول : مقدمه و مروری بر مطالعات گذشته..... | ۱ |
| ۱-۱. مقدمه و بیان مسئله..... | ۲ |
| ۲-۱. کلیات..... | ۹ |
| ۱-۲-۱. ارتباطات..... | ۹ |
| ۱-۱-۲-۱. تعریف ارتباطات..... | ۹ |
| ۲-۱-۲-۱. انواع ارتباط..... | ۹ |
| ۳-۱-۲-۱. روند تکوینی و سیر ارتباط جمعی یا کهکشان های ارتباطی..... | ۱۰ |
| ۴-۱-۲-۱. تنوع و گستردگی ارتباطات در عصر کنونی..... | ۱۰ |
| ۲-۲-۱. اطلاعات..... | ۱۱ |
| ۱-۲-۲-۱. تعریف اطلاعات..... | ۱۱ |
| ۲-۲-۲-۱. معیار های سنجش اطلاعات..... | ۱۱ |
| ۳-۲-۱. آموزش..... | ۱۱ |
| ۱-۳-۲-۱. تعریف آموزش..... | ۱۱ |
| ۲-۳-۲-۱. آموزش اثربخش / یادگیری و نتیجه آموزش (یادگیری)..... | ۱۱ |
| ۲-۳-۲-۱. انواع حیطه های یادگیری در آموزش..... | ۱۲ |
| ۴-۲-۱. ارتباط برای سلامت..... | ۱۳ |
| ۱-۴-۲-۱. آموزش سلامت..... | ۱۴ |
| ۲-۴-۲-۱. اهداف آموزش سلامت..... | ۱۵ |
| ۳-۴-۲-۱. مراحل آموزش سلامت..... | ۱۵ |
| ۴-۴-۲-۱. روشهای آموزشی..... | ۱۵ |
| ۵-۴-۲-۱. وسایل کمک آموزشی..... | ۱۵ |

- ۱-۲-۴-۶. آموزش سلامت و برنامه های آموزش سلامت در مدرسه..... ۱۶
- ۱-۳-۳. رسانه آموزشی..... ۱۶
- ۱-۳-۱. تعریف رسانه آموزشی..... ۱۶
- ۱-۳-۲. انواع رسانه..... ۱۶
- ۱-۳-۳. رسانه های چاپی..... ۱۶
- ۱-۳-۴. رسانه های جمعی..... ۱۶
- ۱-۳-۵. رسانه های الکترونیک / دیجیتال و مدرن..... ۱۷
- ۱-۳-۵-۱. رسانه های الکترونیک..... ۱۷
- ۱-۳-۵-۲. رسانه های دیجیتال و مدرن..... ۱۷
- ۱-۳-۵-۳. اشکال رسانه های دیجیتال و مدرن..... ۱۹
- ۱-۳-۵-۴. ساختار رسانه های دیجیتال و مدرن..... ۱۹
- ۱-۳-۵-۵. ویژگی های رسانه های دیجیتال و مدرن..... ۱۹
- ۱-۳-۵-۶. استفاده از فناوری های دیجیتال و مدرن..... ۲۰
- ۱-۳-۵-۷. ویژگی های عصر رسانه های دیجیتال و الکترونیک (مدرن)..... ۲۰
- ۱-۳-۵-۸. اینترنت..... ۲۰
- ۱-۳-۵-۹. سایت..... ۲۱
- ۱-۳-۵-۱۰. وبسایت ها (وبگاه)..... ۲۱
- ۱-۳-۵-۱۱. وبلاگ..... ۲۱
- ۱-۳-۵-۱۲. فضاهای سایبری، مجازی، اینترنتی و شبکه های اجتماعی..... ۲۲
- ۱-۳-۵-۱۳. اجزای رسانه های دیجیتال (رسانه های سایبر)..... ۲۳
- ۱-۳-۵-۱۴. ایمیل ها، رایا نشانی، پست الکترونیکی..... ۲۴
- ۱-۳-۵-۱۵. پادکست ها..... ۲۴
- ۱-۳-۵-۱۶. واتکست ها، راینند پاد/ وادکست..... ۲۴

- ۱-۳-۵-۱۷. چتروم‌ها، ۲۵
- ۱-۳-۵-۱۸. ویکی پدیاها ۲۵
- ۱-۳-۵-۱۹. تلفن همراه ۲۵
- ۱-۳-۵-۲۰. اینترنت ۲۷
- ۱-۳-۵-۲۱. اکسترانت ۲۷
- ۱-۳-۵-۲۲. سینمای دیجیتال و روش پخش مستقیم اطلاعات ۲۷
- ۱-۳-۵-۲۳. گرافیک رایانه‌ای ۲۷
- ۱-۳-۵-۲۴. نرم افزارهای رایانه‌ای ۲۸
- ۱-۳-۵-۲۵. ماهواره ، ویژگی‌ها و کاربردهای آن ۲۸
- ۱-۳-۵-۲۶. میکرو بلاگ ۲۸
- ۱-۳-۵-۲۷. موبلاگ ۲۸
- ۱-۳-۵-۲۸. پرتال وبگاه‌ی فروم ۲۸
- ۱-۳-۵-۲۹. تالار گفتگو و انجمن به انگلیسی ۲۸
- ۱-۳-۵-۳۰. تفاوت رسانه‌های دیجیتالی و سنتی ۲۹
- ۱-۳-۵-۳۱. کاستی‌های رسانه‌های نوین در مقایسه با رسانه‌های سنتی ۲۹
- ۱-۳-۵-۳۲. نظریه ادراکی آموزش بر مبنای چند رسانه ۳۰
- ۱-۳-۵-۳۳. اصول پایه‌ای برای طراحی چند رسانه‌ای ۳۰
- ۱-۳-۵-۳۴. در نظر گرفتن سبک یادگیری دانش آموزان ۳۰
- ۱-۳-۵-۳۵. جوانان و رسانه‌های دیجیتال ۳۱
- ۱-۳-۵-۳۶. اخلاق در رسانه‌های دیجیتال ۳۲
- ۱-۳-۵-۳۷. نقش رسانه‌ها در تغییر تفکرات جوامع بشری ۳۲
- ۱-۳-۵-۳۸. حدود تاثیر رسانه‌ها ، شرایط ایجاد محدودیت یا قوت رسانه ۳۲
- ۱-۳-۵-۳۹. کارآمدی رسانه‌ها ۳۲

- ۳۳ ۱-۳-۵-۴۰. آسیب شناسی رسانه در تاریخ ایران
- ۳۳ ۱-۳-۵-۴۱. فرهنگ و رسانه
- ۳۴ ۱-۳-۵-۴۲. تعلق جهانی اخبار و اطلاعات
- ۳۴ ۱-۳-۵-۴۳. ویژگی‌های عصر ارتباطات
- ۳۴ ۱-۳-۵-۴۴. فلسفه و رسانه
- ۳۴ ۱-۳-۵-۴۵. فلسفه رسانه در ایران
- ۳۵ ۱-۳-۵-۴۶. تصور آینده دیجیتال و الکترونیک
- ۳۵ ۱-۳-۵-۴۷. رسانه‌های دیجیتال و تعمیق روابط بین جوانان
- ۳۶ ۱-۴-۴. قلیان
- ۳۶ ۱-۴-۱. تاریخچه قلیان
- ۳۶ ۱-۴-۲. قلیان در ایران
- ۳۷ ۱-۴-۳. انواع تنباکو
- ۳۷ ۱-۴-۳-۱. انواع تنباکو در ایران
- ۳۷ ۱-۴-۳-۲. تنباکوهای میوه‌ای
- ۳۸ ۱-۴-۴. مضرات استفاده از قلیان
- ۴۲ ۱-۴-۵. باورهای نادرست و واقعیت‌ها در مورد کشیدن قلیان
- ۴۳ ۱-۵-۵. موقعیت شهرستان زاهدان
- ۴۳ ۱-۵-۱. جغرافیایی اقلیمی
- ۴۳ ۱-۵-۲. مردم شناسی و فرهنگ عامه
- ۴۴ ۱-۵-۳. وضعیت اجتماعی ، آموزشی و فرهنگی
- ۴۴ ۱-۶-۶. مطالعات انجام شده
- ۴۴ ۱-۶-۱. مطالعات انجام شده در جهان
- ۴۵ ۱-۶-۲. مطالعات انجام شده در ایران

| | |
|----|--|
| ۴۹ | فصل دوم : مواد و روش‌ها..... |
| ۵۰ | ۱-۲. مواد پژوهش |
| ۵۰ | ۱-۱-۲. اهداف پژوهش |
| ۵۰ | ۱-۱-۱-۲. هدف کلی..... |
| ۵۰ | ۲-۱-۱-۲. اهداف اختصاصی..... |
| ۵۱ | ۲-۱-۲. فرضیه‌ها..... |
| ۵۱ | ۳-۱-۲. تعریف واژه‌ها..... |
| ۵۱ | ۱-۳-۱-۲. ارتباطات..... |
| ۵۱ | ۲-۳-۱-۲. آموزش..... |
| ۵۲ | ۳-۳-۱-۲. آموزش اثربخش..... |
| ۵۲ | ۴-۳-۱-۲. آگاهی..... |
| ۵۳ | ۵-۳-۱-۲. نگرش..... |
| ۵۳ | ۶-۳-۱-۲. خودکار آمدی..... |
| ۵۳ | ۷-۳-۱-۲. رفتار..... |
| ۵۴ | ۸-۳-۱-۲. آموزش سلامت..... |
| ۵۴ | ۹-۳-۱-۲. وسایل کمک آموزشی..... |
| ۵۴ | ۱۰-۳-۱-۲. رسانه..... |
| ۵۵ | ۱۱-۳-۱-۲. رسانه دیجیتال..... |
| ۵۵ | ۱۲-۳-۱-۲. تلفن همراه..... |
| ۵۵ | ۱۳-۳-۱-۲. مصرف قلیان..... |
| ۵۶ | ۱۴-۳-۱-۲. دانش آموز..... |
| ۵۶ | ۴-۱-۲. متغیرهای پژوهش |
| ۵۷ | ۵-۱-۲. ابزار گردآوری داده ها و طراحی آن..... |

| | |
|-----|---|
| ۵۸ | ۶-۱-۲. تعیین روایی و پایایی ابزار گردآوری اطلاعات |
| ۵۸ | ۱-۶-۱-۲. بررسی روایی (اعتبار) |
| ۵۹ | ۲-۶-۱-۲. بررسی پایایی (اعتماد) |
| ۵۹ | ۲-۲. روش پژوهش |
| ۵۹ | ۱-۲-۲. نوع پژوهش |
| ۵۹ | ۲-۲-۲. جمعیت هدف |
| ۵۹ | ۳-۲-۲. جامعه پژوهش |
| ۶۰ | ۴-۲-۲. محیط پژوهش |
| ۶۰ | ۵-۲-۲. نمونه پژوهش |
| ۶۰ | ۶-۲-۲. روش محاسبه حجم نمونه پژوهش |
| ۶۱ | ۷-۲-۲. روش نمونه گیری |
| ۶۱ | ۸-۲-۲. مشخصات نمونه های پژوهش |
| ۶۱ | ۹-۲-۲. مراحل انجام پژوهش |
| ۷۲ | ۱۰-۲۲. روش تجزیه و تحلیل داده‌ها |
| ۷۴ | ۱۱-۲-۲. ملاحظات اخلاقی |
| ۷۴ | ۱۲-۲-۲. محدودیت‌ها و مشکلات انجام پژوهش |
| ۷۵ | فصل سوم : نتایج و یافته‌ها |
| ۷۶ | ۱-۳. تجزیه و تحلیل داده‌های آماری / نتایج یافته‌های آماری |
| ۷۶ | ۲-۳. نتایج و یافته‌ها در قالب جدول |
| ۹۸ | فصل چهارم : بحث ، نتیجه گیری و پیشنهادها |
| ۹۹ | ۱-۴. بحث |
| ۱۰۹ | ۲-۴. نتیجه گیری |
| ۱۱۰ | ۳-۴. پیشنهادها ی پژوهش |

| | |
|----------|---------------|
| ۱۱۲..... | فهرست منابع |
| ۱۲۵..... | ضمائم |
| ۱۲۹..... | چکیده انگلیسی |

فهرست جداول

- جدول (۱-۳) توزیع فراوانی مطلق و درصد فراوانی سن افراد مورد پژوهش در دو گروه مداخله با فیلم و گروه مداخله با پمفلت و مقایسه دو گروه با هم ۷۶
- جدول (۲-۳) توزیع فراوانی مطلق و درصد فراوانی رشته تحصیلی افراد مورد پژوهش در دو گروه مداخله با فیلم و گروه مداخله با پمفلت و مقایسه دو گروه با هم ۷۷
- جدول (۳-۳) توزیع فراوانی مطلق و درصد فراوانی تحصیلات پدر افراد مورد پژوهش در دو گروه مداخله با فیلم و گروه مداخله با پمفلت و مقایسه دو گروه با هم ۷۸
- جدول (۴-۳) توزیع فراوانی مطلق و درصد فراوانی تحصیلات مادر افراد مورد پژوهش در دو گروه مداخله با فیلم و گروه مداخله با پمفلت و مقایسه دو گروه با هم ۷۸
- جدول (۵-۳) توزیع فراوانی مطلق و درصد فراوانی شغل پدر افراد مورد پژوهش در دو گروه مداخله با فیلم و گروه مداخله با پمفلت و مقایسه دو گروه با هم ۷۹
- جدول (۶-۳) توزیع فراوانی مطلق و درصد فراوانی شغل مادر افراد مورد پژوهش در دو گروه مداخله با فیلم و گروه مداخله با پمفلت و مقایسه دو گروه با هم ۷۹
- جدول (۷-۳) توزیع پاسخ دهندگان به سؤالات آگاهی قبل از مداخله-گروه مداخله با پمفلت ۸۰
- جدول (۸-۳) توزیع پاسخ دهندگان به سؤالات نگرش قبل از مداخله-گروه مداخله با پمفلت ۸۱
- جدول (۹-۳) توزیع پاسخ دهندگان به سؤالات خودکارآمدی قبل از مداخله-گروه مداخله با پمفلت ۸۱
- جدول (۱۰-۳) توزیع پاسخ دهندگان به سؤالات رفتار قبل از مداخله-گروه مداخله با پمفلت ۸۲
- جدول (۱۱-۳) توزیع پاسخ دهندگان به سؤالات آگاهی بعد از مداخله-گروه مداخله با پمفلت ۸۳
- جدول (۱۲-۳) توزیع پاسخ دهندگان به سؤالات نگرش بعد از مداخله-گروه مداخله با پمفلت ۸۴
- جدول (۱۳-۳) توزیع پاسخ دهندگان به سؤالات خود کارآمدی بعد از مداخله-گروه مداخله با پمفلت ۸۴
- جدول (۱۴-۳) توزیع پاسخ دهندگان به سؤالات رفتار بعد از مداخله-گروه مداخله با پمفلت ۸۵

- جدول (۳-۱۵) محاسبات آماری آگاهی، نگرش، خودکارآمدی و رفتار گروه مداخله با پمفلت قبل از مداخله ۸۵
- جدول (۳-۱۶) محاسبات آماری آگاهی، نگرش، خودکارآمدی و رفتار گروه مداخله با پمفلت بعد از مداخله ۸۶
- جدول (۳-۱۷) توزیع پاسخ دهندگان به سؤالات آگاهی قبل از مداخله-گروه مداخله با فیلم ۸۶
- جدول (۳-۱۸) توزیع پاسخ دهندگان به سؤالات نگرش قبل از مداخله-گروه مداخله با فیلم ۸۷
- جدول (۳-۱۹) توزیع پاسخ دهندگان به سؤالات خود کارآمدی قبل از مداخله-گروه مداخله با فیلم ۸۷
- جدول (۳-۲۰) توزیع پاسخ دهندگان به سؤالات رفتار قبل از مداخله-گروه مداخله با فیلم ۸۸
- جدول (۳-۲۱) توزیع پاسخ دهندگان به سؤالات آگاهی بعد از مداخله-گروه مداخله با فیلم ۸۹
- جدول (۳-۲۲) توزیع پاسخ دهندگان به سؤالات نگرش بعد از مداخله-گروه مداخله با فیلم ۹۰
- جدول (۳-۲۳) توزیع پاسخ دهندگان به سؤالات خود کارآمدی بعد از مداخله-گروه مداخله با فیلم ۹۰
- جدول (۳-۲۴) توزیع پاسخ دهندگان به سؤالات رفتار بعد از مداخله-گروه مداخله با فیلم ۹۱
- جدول (۳-۲۵) محاسبات آماری آگاهی، نگرش، خودکارآمدی و رفتار گروه مداخله قبل از مداخله با فیلم ۹۱
- جدول (۳-۲۶) محاسبات آماری آگاهی، نگرش، خودکارآمدی و رفتار گروه مداخله بعد از مداخله با فیلم ۹۲
- جدول (۳-۲۷) توزیع میانگین و انحراف معیار و مقایسه آگاهی واحدهای پژوهش در دو گروه مداخله بافیلم و مداخله باپمفلت در دو مرحله قبل با بعد از مداخله ۹۲
- جدول (۳-۲۸) توزیع میانگین و انحراف معیار و مقایسه آگاهی واحدهای پژوهش در مرحله قبل با بعد از مداخله در دو گروه مداخله بافیلم و مداخله باپمفلت ۹۳
- جدول (۳-۲۹) توزیع میانگین و انحراف معیار و مقایسه نگرش واحدهای پژوهش در دو گروه مداخله بافیلم و مداخله باپمفلت در دو مرحله قبل با بعد از مداخله ۹۳

- جدول (۳-۳۰) توزیع میانگین و انحراف معیار و مقایسه نگرش واحدهای پژوهش در مرحله قبل با بعد از مداخله در دو گروه مداخله با فیلم و مداخله با پمفلت ۹۴
- جدول (۳-۳۱) توزیع میانگین و انحراف معیار و مقایسه خودکارآمدی واحدهای پژوهش در دو گروه مداخله با فیلم و مداخله با پمفلت در دو مرحله قبل با بعد از مداخله ۹۴
- جدول (۳-۳۲) توزیع میانگین و انحراف معیار و مقایسه خودکارآمدی واحدهای پژوهش در مرحله قبل با بعد از مداخله در دو گروه مداخله با فیلم و مداخله با پمفلت ۹۵
- جدول (۳-۳۳) توزیع میانگین و انحراف معیار و مقایسه رفتار واحدهای پژوهش در دو گروه مداخله با فیلم و مداخله با پمفلت در دو مرحله قبل با بعد از مداخله ۹۵
- جدول (۳-۳۴) توزیع میانگین و انحراف معیار و مقایسه رفتار واحدهای پژوهش در مرحله قبل با بعد از مداخله در دو گروه مداخله با فیلم و مداخله با پمفلت ۹۶
- جدول (۳-۳۵) رابطه همبستگی میان متغیرهای اصلی پژوهش (همبستگی پیرسون) ۹۶
- جدول (۳-۳۶) رابطه همبستگی میان متغیرهای اصلی پژوهش با متغیر دموگرافیک سن و معدل سال گذشته واحدهای پژوهش (همبستگی اسپیرمن) ۹۷
- جدول (۳-۳۷) رابطه همبستگی میان متغیرهای اصلی پژوهش با متغیرهای دموگرافیک تحصیلات پدر و مادر، شغل پدران واحدهای پژوهش (آزمون کروسکالوالیس) ۹۷

فصل اول

مقدمه و

مروری بر مطالعات گذشته

۱-۱. مقدمه و بیان مسئله

در حال حاضر که محققان هنوز در حال یافتن مشکلات پیچیده ارتباطی بین جوانان و انبوه رسانه‌ها هستند، ماهیت کامل سیستم رسانه‌ها دستخوش تغییرات چشمگیری شده و رشد انفجاری استفاده از اینترنت به عنوان یک راهنمای فرهنگ رسانه دیجیتال جدید بیان گردیده که در این فرایند، جوانان فناوری‌های جدید را بسیار سریع‌تر از بزرگسالان فرا می‌گیرند [۱]. به طور مثال در سال ۲۰۰۸ افراد بین ۱۰ تا ۱۹ سال بالاترین درصد کاربران ۲۹۸ میلیون نفری اینترنت در چین را تشکیل می‌دادند و پس از آن این مورد در افراد رده سنی ۲۰ تا ۲۹ سال با ۳۲ درصد قرار داشت. همچنین در ایالات متحده ۹۳ درصد نوجوانان از اینترنت استفاده می‌کردند و از طریق رایانه‌های شخصی یا عمومی و همچنین تلفن‌های همراه (۶۸ درصد) به شبکه‌های اجتماعی دسترسی داشتند. همچنین بر اساس این گزارش در آفریقای جنوبی تنها ۶ درصد جوانان، روزانه از اینترنت استفاده می‌نمودند و ۶۴ درصد آن‌ها تلفن همراه داشته که از این میزان ۶۱ درصد، استفاده روزانه را از شبکه‌های اجتماعی گزارش نمودند. توجه به این نکته می‌تواند فرصت قابل توجهی برای ارائه آموزش‌های مرتبط با سلامت و ارتقاء سلامت در حیطه آموزش‌های عمومی ایجاد کند. بر همین اساس رسانه جدید دیجیتال را می‌توان به عنوان یک شکل تعاملی مبتنی بر کاربر، برای برقراری ارتباط معرفی نمود. شکل‌های پرترفدار رسانه‌های جدید دیجیتال شامل پیام‌های متنی، شبکه‌های اجتماعی، وب‌سایت‌ها، ایمیل‌ها، سایت‌های خبرخوانی، وبلاگ‌ها، پادکست‌ها، واتکست‌ها، چتروم‌ها، ویدئوهای آنلاین، ویکی‌پدیاها و جهان‌های مجازی هستند. به عبارت دیگر در مطالعات بر قابلیت به اشتراک‌گذاری و تعاملی رسانه‌های دیجیتال جدید، صرف نظر از جایگاه آن‌ها تا کید می‌گردد [۲]. و این در حالی است که مطمئناً طرح و ارایه نظریه آموزش‌ها در قالب رسانه‌های دیجیتال، می‌تواند تجربیات تأثیرگذاری