

واکاوی سواد رسانه‌ای و اثربخشی رشته‌ی تحصیلی، در راستای بهبود مدیریت و سیاست‌گذاری (دانشجویان علوم پزشکی، مهندسی و انسانی دانشگاه رازی و علوم پزشکی کرمانشاه)

فرزانه ذوالفقاری فرد^۱ / علی اصغر کیا^۲

تاریخ دریافت مقاله: دی ۱۴۰۱ تاریخ پذیرش نهایی: بهمن ۱۴۰۱

چکیده

در عصر حاضر که رسانه‌ها یکی از عوامل اصلی آموزش، هویت فرهنگی، کنترل و تغییر رفتار هستند، آگاهی از وضعیت سواد رسانه‌ای اقشار مختلف، به خصوص دانشجویان، جهت تقویت و ارتقا سواد رسانه‌ای و مدیریت و سیاست‌گذاری ضروری می‌نماید. هدف اصلی، واکاوی اثربخشی رشته‌ی تحصیلی و بررسی وضعیت سواد رسانه‌ای (دانشجویان علوم پزشکی، مهندسی و انسانی دانشگاه رازی و علوم پزشکی کرمانشاه) است. بدین منظور ۵ فرضیه تدوین شد؛ جامعه‌ی آماری شامل کل دانشجویان علوم پزشکی، مهندسی و انسانی دانشگاه علوم پزشکی و دانشگاه رازی کرمانشاه در سال تحصیلی ۹۸-۹۹ است که ۷۱۴۲ نفر بودند. حجم نمونه از طریق فرمول کوکران، ۳۶۵ نفر محاسبه شد. بنابراین با استفاده از روش پیمایش و نمونه‌گیری از نوع احتمالی طبقه‌ای، ۳۶۵ پرسش‌نامه را تکمیل کردیم. که مهم‌ترین نتایج عبارتند از:

- اکثر دانشجویان این پژوهش دارای سواد رسانه‌ای متوسط می‌باشند.
 - بین رشته‌ی تحصیلی دانشجویان و میزان برخورداری از سواد رسانه‌ای رابطه معناداری وجود دارد.
 - بین رشته تحصیلی دانشجویان و میزان برخورداری از مهارت‌های سواد رسانه‌ای رابطه معناداری وجود ندارد.
 - بین رشته‌ی تحصیلی دانشجویان و میزان مهارت در آشنایی با زبان رسانه‌ها رابطه‌ی معناداری وجود دارد.
- می‌توان در برنامه‌ریزی‌ها و سیاست‌گذاری‌ها، توانایی تحلیل و تفسیر و تفکر انتقادی را افزایش داد همان‌گونه که دانشجویان علوم انسانی در این زمینه آموزش غیررسانه‌ای بیش‌تر دیده‌اند و پیش‌زمینه و سواد رسانه‌ای نسبتاً بیش‌تری دارند.

واژگان کلیدی: دانشجویان، زبان رسانه‌ها، سواد رسانه‌ای، مدیریت و سیاست‌گذاری، آموزش مهارت‌ها.

۱- کارشناس ارشد ارتباطات، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران، (نویسنده مسئول)، پست الکترونیک: F.zolfaghari6889@gmail.com

۲- استاد، گروه روزنامه نگاری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

مقدمه

امروزه در جهانی زندگی می‌کنیم که رسانه‌ها ما را از هر سو احاطه کرده‌اند. فضای پیرامونی، سرشار از اطلاعات و اخبار جدیدی است که هر لحظه بر زندگی ما تأثیر می‌گذارد. در چنین فضایی، سواد رسانه‌ای^۱ کمک می‌کند تا چگونگی استفاده از رسانه‌ها و منابع اطلاعاتی آن‌ها را یاد بگیریم. اینکه از بین اطلاعات ارائه شده توسط رسانه‌ها چه مطالبی را انتخاب و چه مطالبی را کنار بگذاریم به دانش رسانه‌ای ما بر می‌گردد. این فرآیند مستلزم دستیابی به سطح معقولی از مهارت‌ها و دانشی است که بر پایه آن بتوان رابطه‌ی فعال‌تری در ارتباط با رسانه‌ها در پیش گرفت و از حالت رابطه‌ی انفعالی و یک سویه با رسانه‌ها خارج شد. (طلوعی، ۱۳۹۱: ۱۱-۱۲)

به طور دقیق‌تر پاتر می‌گوید: «سواد خواندن»، «سواد بصری»، «سواد کامپیوتری» معادل «سواد رسانه‌ای» نیستند، در مقابل صرفاً اجزای سازنده آن هستند سواد رسانه‌ای فراتر از این توانایی‌های ویژه است. چیزی است عمومی‌تر؛ سواد رسانه‌ای مجموعه‌ای از چشم‌اندازهاست که ما به طور فعالانه برای قرار گرفتن در معرض رسانه از آن بهره‌برداری می‌کنیم تا معنای پیام‌هایی را که با آن‌ها مواجه می‌شویم تفسیر کنیم. (پاتر، ۱۳۹۱: ۱۷)

شایان ذکر است که اغلب ما فکر می‌کنیم که در حوزه رسانه باسواد هستیم می‌دانیم چگونه با رسانه‌ها مواجه شویم و از آن‌ها اطلاعات بگیریم و چگونه با آن‌ها سرگرم شویم اما آیا واقعا ما در حوزه‌ی رسانه، فردی با سواد محسوب می‌شویم؟ واقعیت این است که ما و دنیای واقعی چنان مغلوب دنیای رسانه‌ای هستیم که به ندرت می‌توانیم واقعیت را از مجاز تمییز دهیم. پیام‌های رسانه‌ای اغلب چندین لایه دارند و همیشه آن‌طور که به نظر می‌رسند نیستند. وقتی از سطح بالایی از سواد رسانه‌ای برخوردار باشیم، در واقع نقشی روشنی در دست داریم که کمک می‌کند در جهان رسانه‌ای راه را بهتر پیدا کرده، تجارب و اطلاعات مفیدی کسب کنیم، گرفتار جزو و مد پیام‌های رسانه‌ای نشده و بتوانیم با تسلط بر این پیام‌ها، هوشیارانه کنترل زندگی خود را به دست بگیریم. (پاتر، ۱۳۹۱: ۱۰)

همچنان که شکرخواه می‌گوید: در دنیای معاصر خواه ناخواه در شرایط اشباع رسانه‌ای زندگی می‌کنیم. آگاهی از اینکه در فضای رسانه‌ای چه مقدار در معرض رسانه‌های مختلف دیداری، شنیداری و نوشتاری واقع شده و چه بهره‌های از آن‌ها اخذ می‌کنیم از مباحث حائز اهمیت و روزآمد تلقی شده است. (شکرخواه، ۱۳۸۶: ۲۹)

اهمیت مسئله

در عصری که رسانه‌ها همه‌جا را تحت پوشش و تسلط خود قرار

داده‌اند و اصطلاحاتی چون کلبه الکترونیک و دهکده جهانی مک لوهان به واقع قابل مشاهده است و روز به روز بر تعداد رسانه‌ها افزوده می‌شود، بالطبع علاوه بر مزایای فراوان، مسائلی نیز ایجاد شده است. خواه ناخواه همه‌ی افراد با مسائل نوین جهانی شدن درگیرند و مجبور به تطابق و هماهنگ کردن خود با رسانه‌ها که ابزارها و مجراهای (و در برخی موارد خود محتوا و پیام هستند) ارتباطی در کلبه‌ی الکترونیک‌اند می‌باشند. سواد رسانه‌ای یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌هایی است که در سیاست‌گذاری‌های رسانه‌ای و ارتباطی در نیم قرن اخیر توسط کشورهای مختلف برای تحقیق، تحلیل، آموزش و آگاهی از تأثیرات رسانه‌ای بر روی اقشار مختلف جامعه به کار رفته است، چرا که رسانه یکی از ابزارهای مؤثر در انتقال فرهنگی، تغییر فرهنگی و فرهنگ‌سازی محسوب می‌شود و در امر آموزش سواد رسانه‌ای دخیل است. (تسلیمی و دیگری، ۱۳۹۴: ۲)

به علاوه سواد رسانه‌ای لازمه عصر ارتباطات برای پرورش شهروندانی آگاه و فعال است. قدرت نقد رسانه‌ها، مهارت در تولید محتوا، دسترسی عادلانه به رسانه‌ها و توانایی کنترل مصرف رسانه‌ای همگی در گرو داشتن سواد رسانه‌ای است. سواد رسانه‌ای به شهروندان کمک می‌کند که به پیام‌های دریافتی از رسانه‌ها دیدی نقادانه داشته و داشتن سهمی از فضای رسانه‌ای را حق خود بدانند و در رد یا قبول پیام‌هایی که به آن‌ها عرضه می‌شود و سود و ضررشان آگاه گردند. (رستگاری و همکاران، ۱۳۹۸: ۲۰۳)

همچنان که پاتر به طور جزئی‌تر می‌گوید: سواد رسانه‌ای در کنار آموختن خواندن ظاهر پیام‌های رسانه‌ای از رسانه‌های گوناگون می‌کوشد تا خواندن سطرهای نانوشته رسانه‌های نوشتاری، تماشای پلان‌های به نمایش درنیامده و یا شنیدن صداهای پخش نشده از رسانه‌های الکترونیک را به مخاطبان خود بیاموزد. (پاتر به نقل از شجاعی و همکاران، ۱۳۹۵: ۱۸۰)

از طرفی امروزه در هر کشوری سکان جامعه به عهده اشخاصی است که از آموزش عالی برخوردارند دانشجویان به عنوان قشری پویا و جوان، که بروزتر و تواناتر از سایر اقشار جامعه‌اند عنصری اساسی و سرمایه‌ای در هر جامعه‌ای هستند که سزاوار توجه ویژه می‌باشند. یک ضرورت خاص برای انجام این تحقیق این است که؛ اطلاعات خاصی از تأثیر رشته‌های مختلف دانشگاهی بر میزان سواد رسانه‌ای و در کل میزان سواد رسانه‌ای دانشجویان رشته‌های مختلف، جهت برنامه‌ریزی و مدیریت صحیح، در دست نیست. و تقریباً به طور حدسی نظراتی شفاهی و غیر مستند مطرح می‌شود. همچنین با شناخت تأثیر و رابطه متقابل سواد رسانه‌ای و نوع رشته‌های دانشگاهی، می‌توان در جهت بهبود و رفع مشکلات (و

1. Media Literacy

حتی کمک به ابداع و نوآوری) اقداماتی اساسی انجام داد. به همین دلیل محقق به بررسی پژوهشی با این عنوان پرداخته است. و اما، هدف تحقیق این است که؛ هدف اصلی، واکاوی اثربخشی رشته‌ی تحصیلی و بررسی وضعیت سواد رسانه‌ای (دانشجویان علوم پزشکی، مهندسی و انسانی دانشگاه رازی و علوم پزشکی کرمانشاه) است.

فرضیات تحقیق شامل:

- ۱- بین رشته تحصیلی دانشجویان و میزان برخورداری از سواد رسانه‌ای رابطه معناداری وجود دارد.
- ۲- بین رشته تحصیلی دانشجویان و میزان برخورداری از مهارت‌های سواد رسانه‌ای رابطه معناداری وجود دارد.
- ۳- بین رشته تحصیلی افراد و میزان مهارت آن‌ها در آشنایی با زبان رسانه‌ها رابطه معناداری وجود دارد.

پیشینه و مبانی نظری

سازمان بین‌المللی یونسکو به طور فعال از دهه ۱۹۶۰ به بعد به پشتیبانی از آموزش رسانه‌ای همت گماشت و تلاش کرد در این زمینه برنامه‌ای جهانی را به اجرا بگذارد. از نظر صاحب‌نظران یونسکو، آموزش رسانه‌ای به مثابه راهکاری مناسب، توان جبران نابرابری اطلاعاتی میان کشورهای شمال و جنوب را دارد و پیشرفت مهارت‌های فردی به منظور تفسیر و تحلیل پیام‌های رسانه‌ای میان مخاطبان تنها راهی است که می‌تواند قدرت استفاده‌کنندگان از رسانه‌ها را در کشورهای جنوب افزایش دهد و آنان را از وضعیت انفعال صرف خارج سازد. (ایرانپور، ۱۳۸۹: ۲۶)

از همین رو، سواد رسانه‌ای به عنوان ماده درسی در نظام آموزشی بسیاری از کشورها مطرح شد و به سرعت در کشورهایی چون بریتانیا، استرالیا، آفریقای جنوبی، کانادا و آمریکا و هم‌زمان نیوزیلند، ایتالیا، یونان، اتریش سوئیس توسعه یافت. (شکرخواه، ۱۳۸۵: ۳۱)

شایان ذکر است که حدود پنج دهه قبل و به دنبال عمومی شدن رادیو و تلویزیون و اختلال در تمرکز فکری مخاطبان، صحبت از سواد رسانه‌ای به میان آمد تا در دنیای مملو از اطلاعات و پوشش شبانه‌روزی و همه جانبه رسانه‌ها مخاطبان بتوانند آگاهانه و با دیدی باز و تفکری همراه با تجربه و تحلیل دست به انتخاب بزنند و ارتباط برقرار کنند. بیش از چهار دهه است که صاحب‌نظران ارتباطات به دیدگاهی روی آورده‌اند که به نظر می‌رسد با گسترش آن، می‌توان مانع از تأثیرات منفی رسانه‌ها شد. این دیدگاه به طور کلی راه هرگونه ارتباط رسانه‌ای را برخورداری از سواد رسانه‌ای می‌داند. (ایرانپور، ۱۳۸۹: ۱۲)

به همین دلیل در این راستا کشورهای پیشرو عملاً برنامه‌ریزی کردند از جمله، در اوایل دهه‌ی ۱۹۶۰، مطالعات و نقدهای مربوط به فیلم‌های اکران شده، وارد برنامه‌های آموزشی دبیرستان‌های ایالات متحده آمریکا شد. همراه با آگاهی یافتن تدریجی آموزش‌دهندگان نسبت به ارزش توجه به مخاطب در تحلیل‌ها و نقدهای سینمایی، تلویزیون در حال اثرگذاری‌های خاص خود بود. در اوایل، آموزش‌دهندگان تفکر انتقادی، از تلویزیون به عنوان ابزاری برای آموزش استفاده می‌کردند. این کاربرد، طی دهه‌های ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ در ایالات متحده و انگلستان رواج یافت. (Brown, 1991: 58)

فعالیت‌های برخی کشورها در زمینه سواد رسانه‌ای:

آموزش سواد رسانه‌ای در کانادا در سال ۱۹۷۸ با تشکیل «انجمن سواد رسانه‌ای» آغاز شد. اعضای این انجمن متشکل از معلمان، محققان، دانشگاهیان و تولیدکنندگان محصولات رسانه‌ای بودند و مهم‌ترین دستاورد آنان وارد کردن بحث سواد رسانه‌ای به نظام آموزش مدارس عمومی استان «انتاریو» واقع در کشور کانادا و انتشار کتاب سواد رسانه‌ای در این کشور بود. (طلوعی، ۱۳۹۱: ۳۸)

سواد رسانه‌ای در کشور ژاپن تا سال ۱۹۸۰ به صورت بسیار مختصر و در مطالعات محدود دنبال می‌شد اما از سال ۱۹۹۲ پس از ترجمه کتاب سواد رسانه‌ای در ژاپن این مفهوم به صورت جدیدتری وارد مطالعات رسانه‌ای این کشور شد. در ایالات متحده آمریکا سواد رسانه‌ای با روند رو به رشدی آغاز به کار کرد. در این کشور اصطلاح سواد رسانه‌ای و آموزش رسانه‌ای به صورت مترادف به کار برده می‌شود و تنها در سال‌های اخیر تفاوت بین این دو اصطلاح در کنفرانس همکاری‌های بین‌المللی سواد رسانه‌ای در دهه ۱۹۹۰ مورد بررسی قرار گرفت. در استرالیا و برخی کشورهای اروپایی موضوع آموزش سواد رسانه‌ای به نگاه منتقدانه و خلاق بر روی محصولات رسانه‌ای تأکید دارد و هدف اصلی آن توانمند کردن مخاطبان برای ایجاد تمایز بین ارزش‌های فرهنگی موجود در جامعه و ارزش‌های ارائه شده توسط تولیدات رسانه‌ای است. (هابز، ۱۳۹۱: ۳۸)

به علاوه از پژوهش‌های خارجی و داخلی به نتایج مواردی مرتبط از آن‌ها اشاره می‌کنیم؛

- در پژوهشی که توسط پانگ روی جوانان، در سنگاپور انجام گرفت وی به این نتیجه رسید که افرادی که راجب به سواد رسانه‌ای آموزش دیده بودند، نسبت به افراد آموزش ندیده، سطح آگاهی و تفکر انتقادی بالاتری دارند. (Phange, 2005: 11)
- در سال ۲۰۱۲ بررسی سیاست‌های اطلاعاتی و آموزشی در آمریکای لاتین، توسط فینکیولیویک و همکاران، آشکار کرد که برنامه‌های سواد رسانه‌ای در مکزیک و پرو بر اساس این نیاز

مبانی نظری

با ارائه‌ی تعریفی از سواد رسانه‌ای، مدل و نظریه‌های سواد رسانه‌ای بحث نظری را دنبال می‌کنیم؛ سواد رسانه‌ای مجموعه دیدگاه‌هایی است درباره رویارویی با رسانه‌ها، و تفسیر مفاهیمی که از پیام‌های رودرویمان دریافت می‌کنیم. ما دیدگاه‌هایمان را بر اساس دانسته‌های خود می‌سازیم. (پاتر، ۱۳۹۱: ۸۷)

به علاوه از نظر پاتر، هدف از گسترش سواد رسانه‌ای، دستیابی به کنترل بیش‌تر در رویارویی با رسانه و معناسازی از اطلاعاتی است که شخص مخاطب دریافت می‌کند. (پاتر، ۱۳۹۱: ۸۷)

اما مدل سواد رسانه‌ای (شکل یک) بر چهار عامل اصلی تأکید دارد، و از بین اینها ساختارهای دانش، عامل اساسی هستند. این عامل، مرکز تصمیم‌گیری شخصی [عامل دوم] را تغذیه اطلاعاتی (که برانگیزاننده تصمیم‌گیری هاست) می‌کند. عامل سوم مجموعه مهارت‌ها و قابلیت‌های شخصی است که ابزار پردازش اطلاعات‌اند، و عامل چهارم جریان پردازش اطلاعات است. این چهار عامل، با پیوندی دو سویه و در یک سامانه با یکدیگر در تعامل‌اند. ضعف یک ناحیه می‌تواند کارکرد خوب ناحیه دیگر را از بین ببرد؛ همچنین برای توانمندی برخی از این حوزه‌ها، به توانایی در حوزه‌های دیگر نیاز است. (پاتر، ۱۳۹۱: ۹۲) (شکل ۱)

نظریه‌های سواد رسانه‌ای: رویکردهای اصلی شامل: سواد رسانه‌ای از نظر «هابز»، سواد رسانه‌ای از نظر تامن، سواد رسانه‌ای از نظر جیمز پاتر، نظریه آموزش رسانه‌ای باکینگهام می‌باشد. اما مهم‌ترین نظریه و محور این پژوهش، سواد رسانه‌ای (رهیافتی شناختی) جیمز پاتر است که می‌توان گفت مهم‌ترین نظریه در حیطه سواد رسانه‌ای است و شامل چهار قسمت اساسی می‌باشد؛ از نظر پاتر، سواد رسانه‌ای الگویی چند عاملی است و «ساختارهای دانش»، «منبع شخصی»، «وظایف پردازش اطلاعات» و «مهارت‌ها و توانایی‌ها» عامل‌های مدل سواد رسانه‌ای وی هستند. 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. (سپاسگر، ۱۳۸۴: ۱۲۹)

همچنین پاتر سواد رسانه‌ای را دارای چهار بعد شناختی، احساسی، اخلاقی و زیباشناختی می‌داند. (پاتر، ۱۹۹۱: ۹۲)

روش پژوهش

روش پژوهش در این بررسی پیمایش، با تکنیک پرسش‌نامه می‌باشد. و جامعه آماری کلیه دانشجویان مقاطع تحصیلی اعم از کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکتری شاغل به تحصیل در دانشگاه

صورت گرفته تا سطوح بالایی از نابرابری و شکاف دیجیتالی چشم‌گیر را که همگام با نفوذ اینترنت ایجاد شده، حل کند. (Finquelievich, 2012)

- فرانک بیکر در کنفرانس تکنولوژی‌های آموزشی، که در آمریکا برگزار شد در مورد جوانان بیان می‌کند که «امروزه جوانان شیفته‌ی رسانه‌هایشان هستند، یعنی دائماً با آن‌ها هستند. (Baker, 2010: 12)

در ایران مبحث سواد رسانه‌ای مقوله‌ای جدید است و نیاز به کار فراوان دارد و می‌توان به یکسری مقالات چاپ شده در فصلنامه‌ها اشاره کرد. همچنین به موضوع سواد رسانه‌ای در قالب پایان‌نامه‌های دانشجویی در چند مورد پرداخته شده است. یافته‌های چند مورد از مقالات داخلی اخیر بدین صورت است که:

- در پژوهشی با عنوان «نقش سواد رسانه‌ای در تعدیل اعتیاد اینترنتی (مطالعه موردی: دانش‌آموزان مقطع متوسطه دوم چهارمحال و بختیاری)»، نتایج نشان داد که؛ آموزش سواد رسانه‌ای، در تعدیل اعتیاد اینترنتی در بین دانش‌آموزان تأثیر دارد. همچنین 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. (فرقانی و همکاران، ۱۳۹۸: ۸۵)

- در پژوهشی با عنوان «سواد رسانه‌ای: یک فراتحلیل علم‌شناسانه از اسناد و تولیدات علمی (۱۹۷۰-۲۰۱۹)»، نتایج نشان می‌دهد که توزیع جغرافیایی و زبانی تولید علمی در زمینه «سواد رسانه‌ای» به صورت ملموسی ناهمگن و به سمت کشورهای پیشرفته غربی جهت‌دار است. به لحاظ کیفی، موضوع «جوانان»، «آموزش»، «رفتار» و «تلویزیون» مهم‌ترین محورهای مفهوم‌پردازی و مبنای تحقیقات تجربی در این زمینه بوده است. همچنین کشورهای در حال توسعه، به رغم مسائل مبتلا به، با توجه به فقدان حضورشان در شبکه بین‌المللی تحقیق و توسعه در این حوزه، نقش کم‌تری در گسترش ادبیات مربوط به «سواد رسانه‌ای» داشته‌اند. (قنبری، ۱۳۹۸: ۷۵)

- در پژوهشی با عنوان «بررسی رابطه سواد رسانه‌ای با شکوفایی اجتماعی در بین کارکنان شهرداری منطقه ده تبریز»، نتایج نشان داد که بین سطح سواد رسانه‌ای و میزان شکوفایی اجتماعی رابطه معنادار وجود دارد. همچنین بین ابعاد سطح سواد رسانه‌ای (آگاهی از اهداف پنهان پیام‌های رسانه‌ای کارکنان، درک محتوای پیام رسانه‌ای کارکنان، گزینش آگاهانه پیام رسانه‌ای کارکنان، نگاه انتقادی به پیام رسانه‌ای کارکنان، تجزیه و تحلیل پیام رسانه‌ای) و شکوفایی اجتماعی رابطه معنادار وجود دارد. (حیدری، ۱۳۹۷: ۲۱)

علوم پزشکی کرمانشاه و دانشگاه رازی کرمانشاه در رشته‌های علوم پزشکی، مهندسی و انسانی در سال ۱۳۹۸-۱۳۹۹ باشند. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۳۶۵ نفر به دست آمده است که در جدول شماره ۱ نشان داده می‌شود. (جدول ۱)

برای تعیین نمونه‌های مورد پژوهش در جامعه آماری از شیوه نمونه‌گیری احتمالی از نوع نمونه‌گیری مطبق یا لایه‌بندی شده، استفاده شده است. و برای جمع‌آوری داده‌ها از روش‌های اکتشافی گوناگون استفاده شده این روش‌ها را می‌توان در دو طبقه‌بندی کلی: روش‌های کتابخانه‌ای (ابزارهایی چون کتاب‌ها و مقاله‌ها) و دیگری غیرکتابخانه‌ای (توزیع و تحلیل پرسش‌نامه) جای داد. با توجه به این که متغیرهای اصلی تحقیق دانشجویان هستند لذا سطح تجزیه و تحلیل اطلاعات در این تحقیق خرد است. تکنیک‌های آماری مورد استفاده برای توصیف و تحلیل اطلاعات در این پژوهش از هر دو دسته تکنیک‌های آمار توصیفی و استنباطی بهره‌برداری شده است. پس از گردآوری پرسش‌نامه‌ها و کنترل و بازرسی پاسخ‌ها، اطلاعات از پرسش‌نامه‌ها استخراج و بر مبنای کدهای از پیش تعیین شده در برگه‌های کدگذاری درج شده و آن‌گاه کلیه داده‌ها در برنامه‌ی «اس پی اس اس» وارد شد تا بر اساس این برنامه محاسبات زیر انجام گیرد: الف) محاسبه فراوانی تجمعی و درصدی و تهیه‌ی جداول مربوط به توزیع فراوانی‌ها برای توصیف و تحلیل داده‌ها.

ب) برای سنجش رابطه بین متغیرها از آزمون کای اسکور استفاده می‌شود. ج) به منظور تعیین رابطه همبستگی و میزان درجه‌ی رابطه بین صفات، از آزمون گاما استفاده شد.

اعتبار و پایایی تحقیق: پرسش‌نامه مقدماتی طراحی شده از طریق مراجعه به پنج داور (اساتید راهنما و مشاور و متخصصان حوزه ارتباطات) تصحیح و پرسش‌نامه‌ی فعلی تهیه گردیده است. برای تعیین پایایی پرسش‌نامه، از ۱۵ نفر از اساتید و متخصصین حوزه اطلاعات و ارتباطات خواسته شده تا پرسش‌نامه را پر کنند و سپس ضریب آلفای کرونباخ توسط نرم‌افزار اس پی اس اس محاسبه شد. مقدار آلفای مذکور ۰/۹۲۹ محاسبه شده که مطلوب تلقی می‌شود.

تعاریف متغیرها

متغیرهای وابسته

۱- سواد رسانه‌ای: با عوامل توانایی دسترسی و استفاده، توانایی تحلیل و ارزیابی، توانایی برقراری ارتباط با پیام‌های رسانه‌ای و میزان تفکر انتقادی، سواد رسانه‌ای سنجیده شد، برای هر عامل تعیین‌کننده آن، چند گویه یا سؤال طراحی شد. در مجموع سواد رسانه‌ای هر دانشجو از جمع کردن، پاسخ‌های دانشجویان به ۷۲ گویه یا سؤال به دست می‌آید. پاسخ‌ها بر اساس طیف پنج‌تایی

لیکرت طراحی شده‌اند. به عبارتی سؤالات و گویه‌ها را به توجه به طیف لیکرت به صورت کلی ارزیابی نموده و شاخص سواد رسانه‌ای سنجیده می‌شود که برآیند موارد گذشته است. با توجه به وجود ۷۲ سؤال و گویه با طیف پنج‌تایی پاسخ و کدگذاری از ۱ تا ۵ برای پاسخ‌ها، حداقل سواد رسانه‌ای ۷۲ و حداکثر ۳۶۰ خواهد بود. با توجه به دامنه‌ی این تغییرات دانشجویان در ۳ سطح سواد رسانه‌ای دسته‌بندی شدند.

متغیرهای مستقل سواد رسانه‌ای: (متغیرهای زیر برای سواد رسانه‌ای در حکم متغیر مستقل هستند)

توانایی دسترسی و استفاده از رسانه‌ها، توانایی تحلیل و ارزیابی پیام‌های رسانه‌ای، توانایی برقراری ارتباط با پیام‌های رسانه‌ای، داشتن تفکر انتقادی نسبت به محتوای رسانه‌ها.

الف) توانایی دسترسی و استفاده از رسانه‌ها: با میزان دسترسی و استفاده از رسانه‌ها سنجیده می‌شود. برای این ۲۹ سؤال و گویه طراحی شد. شامل سؤال شماره ۲ و ۴ و ۱۰.

ب) توانایی تحلیل و ارزیابی پیام‌های رسانه‌ای: میزان آگاهی دانشجویان از محتوای سایت‌ها و پیام‌ها (تاریخچه سایت‌ها، دامنه سایت‌ها، قسمت‌های مختلف سایت‌ها)، اصول سواد رسانه‌ای (شامل مؤلف، قالب، مخاطبان، محتوا یا پیام، انگیزه یا هدف (فرستنده)) می‌باشد. (ایرانپور، ۱۳۸۹: ۹۲)

برای میزان آگاهی دانشجویان از محتوای سایت‌ها و پیام‌ها از ۱۲ گویه در قالب سؤال ۱۴ استفاده شد. و برای میزان آشنایی با اصول سواد رسانه‌ای از ۵ گویه در قالب سؤال ۱ استفاده شد.

ج) توانایی تولید و ارتباط با پیام‌های رسانه‌ای: به مهارت‌ها و توانمندی‌های استفاده از رسانه‌ها و میزان توانایی‌ها در تولید پیام‌ها اطلاق می‌شود. (ایرانپور، ۱۳۸۹: ۹۵)

مهارت‌ها و توانمندی‌ها: در اینجا شامل آن دسته از توانایی‌هاست که (به طور خاص) در استفاده از رسانه‌های تعاملی (اینترنت) نیاز است و شامل مهارت‌های رایانه‌ای مانند تسلط بر نرم‌افزارها و ... می‌باشد. (ایرانپور، ۱۳۸۹: ۹۵)

در رابطه با توانمندی گویه‌هایی مانند، کار با سیستم عامل ویندوز، کار با نرم‌افزارهای آفیس و اکسل و ... ارائه شد. البته برای تعیین بهتر، در هر مورد یک مثال آورده شد. برای نمونه کار با نرم‌افزارهای گرافیکی مانند فتوشاپ و غیره.

توانایی ارتباطی (توانایی تولید پیام): شامل آن دسته از مهارت‌ها و توانمندی‌هایی است که با استفاده از آن‌ها ارتباط برقرار می‌شود. بنا به تعریف، ارتباط عبارت است از فراگرد انتقال پیام از سوی فرستنده برای گیرنده مشروط به این که در گیرنده‌ی پیام مشابهت معنایی با معنای مورد نظر فرستنده ایجاد شود. توانایی تولید

نشان‌دهنده‌ی کم‌ترین میزان است. و نمره ۷-۱۶ برای میزان کم، نمره ۱۶-۲۵ متوسط و نمره ۲۵-۳۵ میزان بالاست.

سایر متغیرهای مستقل

رشته تحصیلی: تعریف عملی: این متغیر در قالب گویه ۷ سؤال ۱۶ عملیاتی شده است. کد یک برای رشته علوم پزشکی، کد دو برای رشته علوم مهندسی و کد سه برای رشته علوم انسانی.

تحلیل داده‌ها

به منظور دستیابی به یافته‌های این پژوهش نیاز به طبقه‌بندی، خلاصه‌سازی و تجزیه و تحلیل اطلاعات است که این کار در قالب روش‌های آماری توصیفی و استنباطی، ارائه می‌شود.

– رابطه بین رشته تحصیلی افراد و میزان برخورداری آن‌ها از سواد رسانه‌ای: بر اساس نتایج جدول شماره ۳، مقدار آزمون χ^2 دو برابر با ۴۱/۰۵۰ می‌باشد و با توجه به درجه آزادی $d.f=4$ با قبول خطای کمتر از 0.01 ($sig = 0.000$) و درجه اطمینان بیش از 0.99 می‌توان گفت بین رشته تحصیلی افراد و میزان برخورداری آن‌ها از سواد رسانه‌ای رابطه معناداری وجود دارد، یعنی فرضیه خنثی (H_0) که نشان‌گر عدم وجود رابطه است را نمی‌پذیریم و رد می‌کنیم. لازم به ذکر است با توجه به مقدار آزمون کرامر به دست آمده شدت همبستگی بین دو متغیر در حد متوسط می‌باشد. (جدول ۳)

– رابطه بین رشته تحصیلی افراد و میزان برخورداری آن‌ها از مهارت‌های سواد رسانه‌ای: بر اساس نتایج جدول شماره ۴، مقدار آزمون χ^2 دو برابر با $5/0.79$ می‌باشد و با توجه به درجه آزادی $d.f=4$ ، با قبول خطای بیش از 0.05 ($sig=0.297$) و درجه اطمینان کمتر از 0.95 می‌توان گفت بین رشته تحصیلی افراد و میزان برخورداری آن‌ها از مهارت‌های سواد رسانه‌ای رابطه معناداری وجود ندارد، یعنی فرضیه خنثی (H_0) که نشان‌گر عدم وجود رابطه است را پذیرفته و نمی‌توانیم رد کنیم. (جدول ۴)

– رابطه بین رشته تحصیلی افراد و میزان مهارت آن‌ها در آشنایی با زبان رسانه‌ها: بر اساس نتایج جدول شماره ۵، مقدار آزمون χ^2 دو برابر با $53/966$ می‌باشد و با توجه به درجه آزادی $d.f=4$ ، با قبول خطای کمتر از 0.01 ($sig = 0.000$) و درجه اطمینان بیش از 0.99 می‌توان گفت بین رشته تحصیلی افراد و میزان مهارت آن‌ها در آشنایی با زبان رسانه‌ها رابطه معناداری وجود دارد، یعنی فرضیه خنثی (H_0) که نشان‌گر عدم وجود رابطه است را نمی‌پذیریم و رد می‌کنیم. لازم به ذکر است با توجه به مقدار آزمون کرامر به دست آمده شدت همبستگی بین دو متغیر در حد متوسط می‌باشد. (جدول ۵)

پیام‌ها به توانایی اشاره دارد که به کمک آن افراد می‌توانند پیامی را در رسانه‌ها ایجاد نمایند. (محسنیان راد به نقل از ایرانیور، ۱۳۸۹: ۹۵) با طرح سؤال و گویه‌های مانند ارسال ایمیل، ایجاد پیام‌های متنی، ایجاد پیام‌های غیر متنی ایجاد وبلاگ، نظر دادن در وبلاگ‌ها و سایت‌ها، اندازه‌گیری شد.

(د) توانایی تفکر انتقادی نسبت به محتوای رسانه‌ها: داشتن نگرش انتقادی به رسانه‌ها در هنگام توجه کردن به کیفیت و صحت محتوا (برای مثال، قادر بودن به ارزشیابی اطلاعات، رفتار کردن با تبلیغات در رسانه‌های مختلف، استفاده‌ی هوشمندانه از موتورهای جست‌وجوگر)؛ تفکر انتقادی مرتبه‌ای بالاتر از تحلیل و ارزیابی است و با تفکر، داوری و قضاوت همراه است. (ایرانیور، ۱۳۸۹: ۹۶)

با توجه به دیدگاه دانشجویان نسبت به رسانه‌ها و محتوای رسانه‌ها از طریق طرح ۱۲ گویه در قالب سؤال ۵ با طیف‌بندی لیکرت عملیاتی شد. مانند: چه اندازه از طریق محتوای برنامه‌های خبری، متوجه سوگیری‌های رسانه می‌شوید؟

پرسش‌نامه و متغیرهای چهارگانه سواد رسانه‌ای: با توجه به وجود چند سؤال یا گویه برای هر یک از مؤلفه‌های سازنده سواد رسانه‌ای، شماره گویه‌ها و سؤالات مربوط به هر مؤلفه یا متغیر سازنده سواد رسانه‌ای، در جدول شماره ۲ بر اساس پرسش‌نامه ارائه شده است. (جدول ۲)

۲- مهارت‌های سواد رسانه‌ای

مهارت‌ها ابزاری‌اند که ما در رویارویی با پیام‌ها و پردازش اطلاعات به کار می‌بریم (برای سواد رسانه‌ای هفت مهارت کلیدی وجود دارد). شامل: ۱- ارزیابی ۲- ارزشیابی ۳- گروه‌بندی ۴- استقرا ۵- قیاس ۶- ترکیب ۷- تلخیص.

این متغیر با سؤال ۶ در قالب هفت گویه عملیاتی شده است. برای کدگذاری از ۵ کد، از خیلی زیاد تا خیلی کم استفاده شده است. بنابراین نمره ۳۵ نشان‌دهنده‌ی بیش‌ترین میزان و نمره ۷ نشان‌دهنده‌ی کم‌ترین میزان است. و نمره ۷-۱۶ برای میزان کم، نمره ۱۶-۲۵ متوسط و نمره ۲۵-۳۵ میزان بالاست.

۳- آشنایی با زبان رسانه‌ها

هر رسانه ترکیبی از زبان‌های خاص خود دارد که در مبادله‌ی معنا به کار می‌رود. برای مثال، تلویزیون هم زبان کلامی و نوشتاری و هم زبان تصاویر متحرک و صدا را توأمان به کار می‌برد. زبان‌های این چنینی را می‌توان چون مجموعه‌ای از رمزگان‌ها و قراردادهای آشنا دانست که عموماً فهم و دریافت می‌شوند. این متغیر با سؤال ۷ در قالب ۷ گویه عملیاتی شده است. برای کدگذاری از ۵ کد که شامل کد ۵ برای خیلی زیاد و کد ۱ برای خیلی کم استفاده شده است.

بنابراین نمره ۳۵ نشان‌دهنده‌ی بیش‌ترین میزان و نمره ۷

نتیجه‌گیری

فراگیری و سلطه‌ی رسانه‌ها، نیاز به تجزیه و تحلیل سواد رسانه‌ای و شناخت عوامل مؤثر بر آن را جهت مدیریت و سیاست‌گذاری صحیح، امری ضروری ساخته است. یکی از این عوامل می‌تواند رشته‌ی تحصیلی باشد چرا که جیمز پاتر، از صاحب‌نظران معتبر سواد رسانه‌ای، دانسته‌های شخص را مهم و منجر به شکل‌گیری دیدگاه‌های مواجهه با رسانه‌ها می‌داند. بدین خاطر، هدف اصلی، واکاوای اثربخشی رشته‌ی تحصیلی و بررسی وضعیت سواد رسانه‌ای (مطالعه موردی: دانشجویان علوم پزشکی، مهندسی و انسانی دانشگاه رازی و علوم پزشکی کرمانشاه) است.

چارچوب نظری تحقیق بر پایه نظریه شناختی پاتر است که ساختارهای دانش، مهارت‌ها، مرکز تصمیم‌گیری شخصی را بر جریان فرآیند اطلاعات مؤثر می‌داند به منظور سنجش دانش و مهارت دانشجویان، سوالاتی پرسیده شد که نتایج تحقیق نشان می‌دهد بین رشته تحصیلی دانشجویان و میزان سواد رسانه‌ای آن‌ها رابطه وجود دارد و در کل سواد رسانه‌ای دانشجویان علوم انسانی نسبت به دانشجویان علوم پزشکی و مهندسی بالاتر است. چرا که دانشجویان علوم انسانی بنا به ماهیت و محتوای آموزشی خود، طبیعتاً از لحاظ تحلیل و تفسیر و تفکر انتقادی، ذهنیتی آماده‌تر دارند و این می‌تواند در سیاست‌گذاری آموزش سواد رسانه‌ای سایر رشته‌ها و در کل قابل توجه باشد. همچنین سواد رسانه‌ای اکثر دانشجویان این پژوهش در حد متوسط می‌باشد. بنابراین با توجه به اینکه قشر تحصیل کرده که از دانشگاه‌های معتبر نمونه‌گیری شده‌اند چنین وضعیتی دارند سواد رسانه‌ای کل جامعه را می‌تواند قابل بررسی و احتمالاً ضعیف‌تر دید.

- بین رشته تحصیلی دانشجویان و میزان مهارت‌های سواد رسانه‌ای رابطه معناداری وجود ندارد.

- بر اساس نتایج بین رشته تحصیلی دانشجویان و میزان مهارت در آشنایی با زبان رسانه‌ها، رابطه معناداری وجود دارد.

- یافته‌ها حاکی از آن است که بین رشته تحصیلی دانشجویان و سطح سواد رسانه‌ای آن‌ها رابطه وجود دارد. به طوری که بر اساس پرسش‌نامه‌های تکمیل شده، اکثر دانشجویان علوم انسانی (۳/۴۴ درصد) دارای سواد رسانه‌ای بالا، اکثر دانشجویان مهندسی (۲/۵۲ درصد) دارای سواد رسانه‌ای متوسط، و اکثر دانشجویان پزشکی (۴/۴۱ درصد) دارای سواد رسانه‌ای بالا می‌باشند.

- اکثر دانشجویان در این پژوهش دارای سواد رسانه‌ای متوسط (۹/۳۸) می‌باشند، همان‌گونه که در پژوهش نواح که به «پیامدهای جامعه‌شناختی سواد رسانه‌ای بر آگاهی از حقوق شهروندی و دموکراسی خواهی» پرداخته است نشان می‌دهد شهروندان از سواد

رسانه‌ای متوسطی ۵۴/۱۰۸ (در باره‌ی ۱۶۳-۵۶) برخوردارند. (نواح و همکاران، ۱۳۹۸: ۲۲۳)

هم‌راستا با این نتایج، نعمتی فر و همکاران در پژوهش خود، بیان کرده‌اند که سطح سواد رسانه‌ای در رسانه‌های اجتماعی (رسانه اجتماعی تلگرام) در بین کاربران در حد متوسط، حدود ۵۶۷/۰ درصد است. (نعمتی فر و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۴۳)

گفتنی است که در پژوهشی که باباپیرعلی و همکاران انجام داده‌اند نتیجه می‌گیرند، مخاطبان به شدت تحت تأثیر پیام‌های رسانه‌ای قرار دارند و این شدت در مخاطبان با تحصیلات بالا کم‌تر است و سواد رسانه‌ای به مخاطبان کمک زیادی می‌کند تا در الگوپذیری خود از رسانه‌ها آگاهانه عمل کنند و منفعل نباشند. (باباپیرعلی، ۱۳۹۷: ۹۱) و اما در رابطه با فرضیه‌ها و نتایج باید گفت که:

بر اساس نتایج بین رشته تحصیلی افراد و میزان برخورداری آن‌ها از سواد رسانه‌ای رابطه معناداری وجود دارد بنابراین فرضیه یک تأیید می‌شود. بین رشته تحصیلی دانشجویان و میزان برخورداری از مهارت‌های سواد رسانه‌ای رابطه معناداری وجود ندارد بنابراین فرضیه ۲ رد می‌شود. همچنین بین رشته تحصیلی افراد و میزان مهارت آن‌ها در آشنایی با زبان رسانه‌ها رابطه معناداری وجود دارد و فرضیه ۳ تأیید می‌شود.

در حیطه‌ی نظری، به منظور بررسی سطح سواد رسانه‌ای دانشجویان، نظریه سواد رسانه‌ای پاتر مورد استفاده قرار گرفته است. به طور اجمال، از نظر جیمز پاتر، سواد رسانه‌ای الگویی چندعاملی است و «ساختارهای دانش»، «منبع شخصی»، «وظایف پردازش اطلاعات» و «مهارت‌ها و توانایی‌ها» عامل‌های مدل سواد رسانه‌ای وی هستند. این الگو نسبت به الگوهای دیگر، بیش‌تر می‌تواند حدود دانش مخاطب نسبت به رسانه‌ها، مهارت‌های لازم برای استفاده از رسانه‌ها و مهم‌تر از همه نظام معنایی پیام را مورد بررسی قرار دهد.

ساختارهای دانش اصلی‌ترین و پایه‌ای‌ترین عنصر مؤثر در میزان سواد رسانه‌ای فرد است که همان‌گونه که گفته شد شامل؛ تأثیرات رسانه، محتوای رسانه، صنایع رسانه‌ای، جهان واقعی و خویشتن است. که رشته تحصیلی دانشجو به عنوان مهم‌ترین متغیر مستقل محقق در این پژوهش، متغیری است که هم بر جهان واقعی و خویشتن دانشجو به گونه مستقیم و غیر مستقیم تأثیرگذار است و هم بر تأثیرات برگرفته دانشجو از رسانه‌ها، محتوای رسانه و صنایع رسانه‌ای به گونه‌ای ضمنی‌تر مؤثر است.

نهایتاً عوامل متعددی در میزان سواد رسانه‌ای افراد تأثیرگذار است که با توجه به چارچوب نظری و فرضیه‌های بیان شده، این عوامل شامل؛ چهار مؤلفه سواد رسانه‌ای (دسترس‌ی و استفاده از رسانه‌ها، توانایی تحلیل و ارزیابی پیام‌های رسانه‌ای، توانایی تولید ارتباط با

پیام‌های رسانه‌ای، توانایی تفکر انتقادی نسبت به محتوای رسانه‌ها)، مهارت‌های سواد رسانه‌ای (شامل: ۱- ارزیابی ۲- ارزشیابی ۳- گروه‌بندی ۴- استقرا ۵- قیاس ۶- ترکیب ۷- تلخیص)، آشنایی با بازنمایی رسانه‌ای، شیوه‌های کسب اطلاعات، مرکز تصمیم‌گیری شخصی، مشکلات دستیابی به اطلاعات می‌باشد. که با توجه بیش‌تر به عوامل مؤثر، سیاست‌گذاری و مدیریت کاراتری خواهیم داشت.

سواد رسانه‌ای در حد متوسط دانشجویان (با نمونه‌گیری معتبر) و بالاتر بودن سطح سواد رسانه‌ای دانشجویان علوم انسانی، نیاز به بازنگری و آینده‌نگری وضعیت سواد رسانه‌ای را نشان می‌دهد که می‌توان با برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری صحیح، توانایی تحلیل و تفسیر و تفکر انتقادی را افزایش داد همان‌گونه که دانشجویان علوم انسانی در این زمینه آموزش بیش‌تر دیده‌اند و سواد رسانه‌ای نسبتاً بیش‌تری دارند.

محدودیت‌های پژوهش

- پایین بودن سواد رسانه‌ای در میان والدین، آموزگاران و کارگزاران رسانه‌ای.

- توسعه رسانه‌ها در ایران از وضعیت مطلوبی برخوردار نیست.

- عدم وجود منابع و کتاب‌های فارسی لازم، و کمبود منابع خارجی ترجمه شده.

- عدم همکاری دانشگاه مربوطه و صرف زمان طولانی برای دریافت اطلاعات.

پیشنهاد‌های پژوهش

- انجام پژوهش‌ها و مطالعات بیش‌تر برای ارزیابی سواد رسانه‌ای اقشار مختلف جامعه.

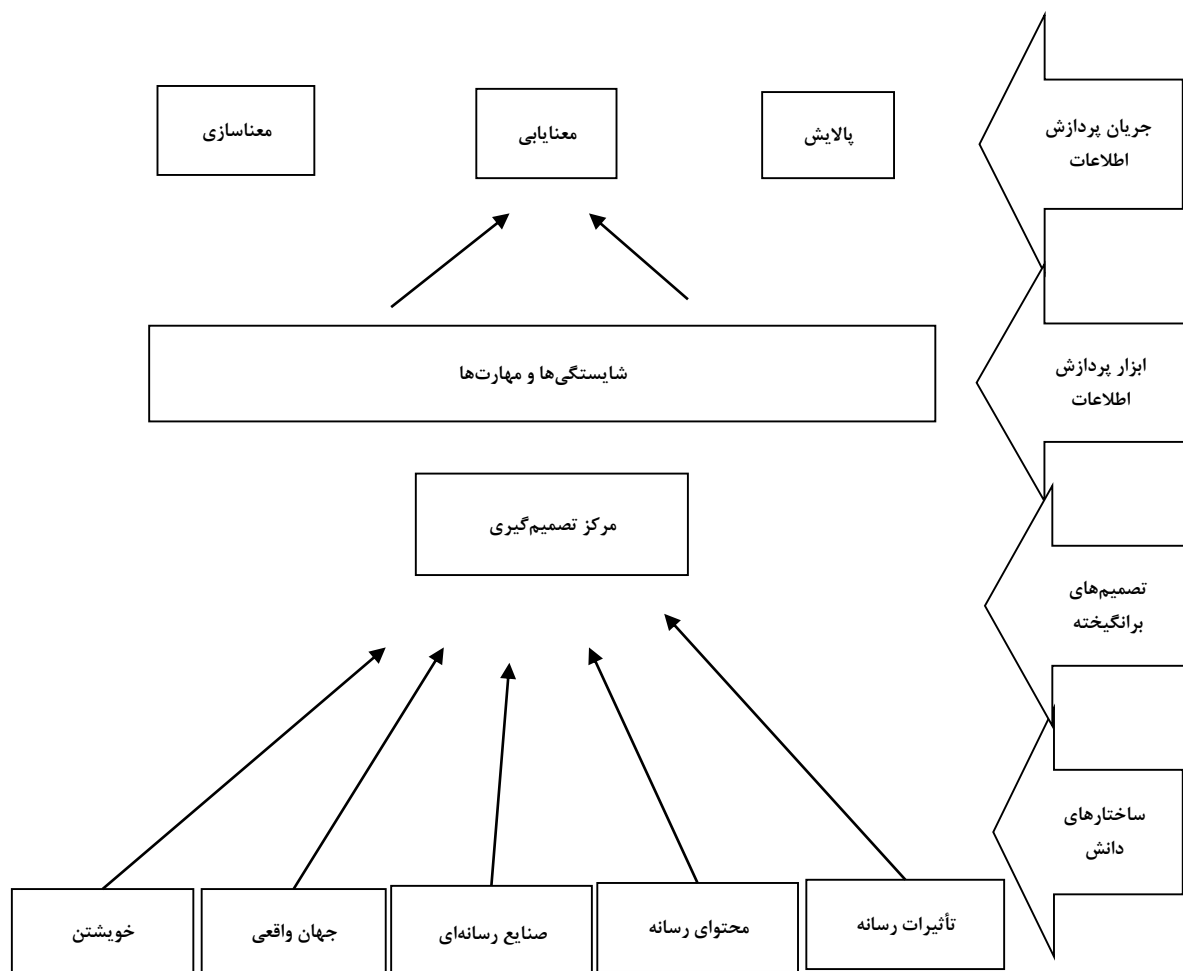
- گنجانیدن واحدهای درسی ویژه تحت عنوان سواد رسانه‌ای برای دانشجویان.

- همکاری با پژوهش‌گران سواد رسانه‌ای و تسریع روند کار آن‌ها.

- تهیه پرسش‌نامه استاندارد و بومی شده سواد رسانه‌ای برای تحقیقات داخلی.

- نوشتن کتاب‌های مناسب (به خصوص متناسب با فرهنگ بومی

ایران) در زمینه سواد رسانه‌ای، به عنوان مرجع‌های مرتبط‌تر برای پژوهش‌گران.



شکل شماره ۱- چهار عامل اساسی (منبع: پاتر، ۱۳۹۱: ۹۲)

جدول شماره ۱- حجم نمونه

ردیف	دانشگاه	جمعیت	حجم نمونه
۱	علوم انسانی	۲۲۵۴	۱۱۵
۲	مهندسی	۲۳۸۸	۱۲۲
۳	پزشکی	۲۵۰۰	۱۲۸
۴	جمع	۷۱۴۲	۳۶۵

جدول شماره ۲- پرسش‌نامه و متغیرهای چهارگانه سواد رسانه‌ای

شماره سؤالات در پرسش‌نامه	مؤلفه‌های سازنده سواد رسانه‌ای	
۲ و ۴ و ۱۰	دسترسی به رسانه‌ها و استفاده از رسانه‌ها	
۱ و ۱۴	توانایی تحلیل و ارزیابی پیام‌ها رسانه‌ای	
۱۵	توانایی تولید و ارتباط با پیام‌های رسانه‌ای	
۵ (۱ و ۲ و ۳ و ۴ و ۵ و ۶ و ۷)	کدگذاری مثبت	تفکر انتقادی نسبت به رسانه و پیام‌های رسانه‌ای
۵ (۸ و ۹ و ۱۰ و ۱۱ و ۱۲)	کدگذاری وارونه	

جدول شماره ۳- رابطه بین رشته تحصیلی افراد و میزان برخورداری آن‌ها از سواد رسانه‌ای

جمع	رشته تحصیلی			میزان برخورداری افراد از سواد رسانه‌ای افراد
	پزشکی	مهندسی	علوم انسانی	
۱۰۴	۳۶	۳۶	۳۲	پایین
۰/۰ ۲۸/۵	۰/۰ ۲۸/۱	۰/۰ ۲۹/۵	۰/۰ ۲۷/۸	
۱۴۲	۳۹	۷۱	۳۲	متوسط
۰/۰ ۳۰/۹	۰/۰ ۳۰/۵	۰/۰ ۵۸/۲	۰/۰ ۲۷/۸	
۱۱۹	۵۳	۱۵	۵۱	بالا
۰/۰ ۳۲/۶	۰/۰ ۴۱/۴	۰/۰ ۱۲/۳	۰/۰ ۴۴/۳	
۳۶۵	۱۲۸	۱۲۲	۱۱۵	جمع
۰/۰ ۱۰۰/۰	۰/۰ ۱۰۰/۰	۰/۰ ۱۰۰/۰	۰/۰ ۱۰۰/۰	

Chi-Square = 050/41

Sig = 000/0

Cramer's V = 337/0

Df = 4

جدول شماره ۴- رابطه بین رشته تحصیلی افراد و میزان برخورداری آن‌ها از مهارت‌های سواد رسانه‌ای

جمع	رشته تحصیلی			میزان برخورداری افراد از مهارت‌های سواد رسانه‌ای افراد
	پزشکی	مهندسی	علوم انسانی	
۱۲۲	۳۸	۴۹	۳۵	پایین
۰/۰ ۳۳/۴	۰/۰ ۲۹/۷	۰/۰ ۴۰/۲	۰/۰ ۳۰/۴	
۱۴۰	۵۱	۳۹	۵۰	متوسط
۰/۰ ۳۸/۴	۰/۰ ۳۹/۸	۰/۰ ۳۲/۰	۰/۰ ۴۳/۵	
۱۰۳	۳۹	۳۴	۳۰	بالا
۰/۰ ۲۸/۲	۰/۰ ۳۰/۵	۰/۰ ۲۷/۹	۰/۰ ۲۶/۱	
۳۶۵	۱۲۸	۱۲۲	۱۱۵	جمع
۰/۰ ۱۰۰/۰	۰/۰ ۱۰۰/۰	۰/۰ ۱۰۰/۰	۰/۰ ۱۰۰/۰	

Chi-Square = 079/5

Sig = 297/0

Cramer's V = 083/0

Df = 4

جدول شماره ۵- رابطه بین رشته تحصیلی افراد و میزان مهارت آن‌ها در آشنایی با زبان رسانه‌ها

جمع	رشته تحصیلی			میزان مهارت افراد در آشنایی با زبان رسانه‌ها
	پزشکی	مهندسی	علوم انسانی	
۱۶۶	۵۹	۸۲	۲۵	پایین
۰/۰ ۴۵/۵	۰/۰ ۴۶/۱	۰/۰ ۶۷/۲	۰/۰ ۲۱/۷	
۱۱۵	۴۶	۲۳	۴۶	متوسط
۰/۰ ۳۱/۵	۰/۰ ۳۵/۹	۰/۰ ۱۸/۹	۰/۰ ۴۰/۰	
۸۴	۲۳	۱۷	۴۴	بالا
۰/۰ ۲۳/۰	۰/۰ ۱۸/۰	۰/۰ ۱۳/۹	۰/۰ ۳۸/۳	
۳۶۵	۱۲۸	۱۲۲	۱۱۵	جمع
۰/۰ ۱۰۰/۰	۰/۰ ۱۰۰/۰	۰/۰ ۱۰۰/۰	۰/۰ ۱۰۰/۰	

Chi-Square = 966/53

Sig = 000/0

Df = 0/372

Cramer's V = 4

فهرست منابع

- و سنجش"، چاپ اول، تهران: دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها. فرقانی، محمدمهدی. و خدامرادی، یاسین. (۱۳۹۸). "نقش سواد رسانه‌ای در تعدیل اعتیاد اینترنتی (مطالعه موردی: دانش‌آموزان مقطع متوسطه دوم چهارمحال و بختیاری)"، فصلنامه مطالعات فرهنگ - ارتباطات، ۷۷، ۸۵-۱۰۲.
- قنبری باغستان، عباس. (۱۳۹۸). "سواد رسانه‌ای: یک فراتحلیل علم‌شناسانه از اسناد و تولیدات علمی (۱۹۷۰-۲۰۱۹)"، فصلنامه جهانی رسانه، ۲۷، ۷۵-۹۳.
- نعمتی‌فر، نصرت‌اله، خجسته باقرزاده، حسن. و کاظمی، هاجر. (۱۳۹۷). "سطح سواد رسانه‌ای در کاربران رسانه‌های اجتماعی (مطالعه موردی: شبکه اجتماعی تلگرام)"، فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، ۱۶، ۴۳-۱۷۵.
- نوح، عبدالرضا، حزباوی، عزیز. و رستگاری، سمیه. (۱۳۹۸). "پیامدهای جامعه‌شناختی سواد رسانه‌ای بر آگاهی از حقوق شهروندی و دموکراسی خواهی"، فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، ۱۸(۱)، ۲۲۸-۲۲۳.
- Baker, Frank. (2010). "Critical Thinking Information Age", A Report from the 2010 Midwest Educational Technology Conference, Media in The Young People Ages, P: 8-18, www. Onlinelibrary.Wiley. Com/doi/10.1111/j.14602466. 1998.tb02736. x.
- Brown, James.A. (1991). "Television Critical Viewing Skill education", Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Finquelievich, Susana; Feldman, Patricio Julian. & Fischnaller, Celina. (2012). "Public Policies on Media and Information Literacy and Education in Latin America: Overview and Proposals", Paper Presented at the Internatinal Conference on Media and Information Literacy for Knowledge Societies", Moscow, Russian Federation.
- Phange, Anna. (2005). "Add a dose of media literacy in the media diplomas curriculum and syllabus", P: 11. www.Esd. Edu. Sg/eetc07/does/JTP/Media literacy-annaphang, Pdf.
- ایرانیپور، پرستو. (۱۳۸۹). "میزان سواد رسانه‌ای و نقش آن در استفاده از رسانه‌های تعاملی، بررسی رفتار ارتباطی دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه اصفهان و دانشگاه صنعتی اصفهان"، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، استاد راهنما علیرضا حسینی پاکدهی، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبایی تهران.
- باباپیرعلی، سمیه. (۱۳۹۷). "نقش سواد رسانه‌ای در تجزیه و تحلیل و الگوپذیری مخاطبان از تبلیغات اقناعی تلویزیون"، فصلنامه مدیریت رسانه، ۴۳، ۹۱-۱۱۰.
- پاتر، دبلیو. جیمز. (۱۳۹۱). "بازشناسی رسانه‌های جمعی با رویکرد سواد رسانه‌ای"، ترجمه: امیر یزدیان، منا نادعلی، پیام آزادی، قم: صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، مرکز پژوهش‌های اسلامی. پاتر، جیمز. (۱۳۹۱). "مبانی سواد رسانه‌ای"، ترجمه: صدیقه ببران، افسون حضرتی، مهران بهروز فغانی، چاپ اول، تهران، تأویل. تسلیمی، محمدمسعود. و کلاته آقامحمدی، آمنه. (۱۳۹۴). "بازطراحی سازوکار سیاست‌گذاری رسانه‌ای متأثر از رویکرد ارتقای سواد رسانه‌ای (مورد مطالعه: سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران)"، فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، ۸(۲)، ۱-۲۸، بازیابی شده در سایت <http://www.jjcr.ir/article>، تاریخ ۱۳۹۹/۰۲/۲۴.
- حیدری، مهدی. (۱۳۹۷). "بررسی رابطه سواد رسانه‌ای با شکوفایی اجتماعی در بین کارکنان شهرداری منطقه ده تبریز"، فصلنامه مطالعات مدیریت و حسابداری، ۴(۴)، ۲۱-۲۸.
- رستگاری، سمیه، نوح، عبدالرضا. و حزباوی، عزیز. (۱۳۹۸). "پیامدهای جامعه‌شناختی سواد رسانه‌ای بر آگاهی از حقوق شهروندی و دموکراسی خواهی"، فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، ۱۸، ۲۰۳-۲۲۷.
- سپاسگر، ملیحه. (۱۳۸۴). "رویکرد نظامی به سواد رسانه‌ای"، فصلنامه پژوهش و سنجش، ۱۲(۴۴).
- شجاعی، ثاراله، دهداری، طاهره، دوران، بهناز، اله نوری، کرامت. و شجاعی، محمد. (۱۳۹۵). "تأثیر آموزش سواد رسانه‌ای بر پرخاشگری و نگرش به خشونت در کاربران نوجوان بازی‌های رایانه‌ای خشن"، فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، ۲(۸)، ۱۷۳-۲۰۱.
- شکرخواه، یونس. (۱۳۸۵). "سواد رسانه‌ای یک مقاله‌ی عقیده‌ای"، فصلنامه مطالعاتی و تحقیقاتی وسایل ارتباط جمعی، ۵(۴)، ۲۷-۳۲. - شکرخواه، یونس. (۱۳۸۶). "سواد رسانه‌ای"، فصلنامه رسانه، ۶۸، ۳۲-۲۷.
- طلوعی، علی. (۱۳۹۱). "سواد رسانه‌ای درآمدی بر شیوه یادگیری