

رابطه سواد رسانه‌ای با سواد اطلاعاتی و تفکر انتقادی در دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه اراک

فرزانه غریبی^۱، محسن باقری^۲، کلثوم نامور^۳

دریافت: ۱۴۰۰/۲/۴ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۰/۱۱

چکیده

با توجه به افزایش استفاده از فناوری های اطلاعاتی و ارتباطی و بمباران اطلاعاتی و آسیب پذیری مخاطبان جوان که عمده ترین مصرف کنندگان رسانه های مذکور هستند، آگاهی از سواد رسانه‌ای برای مواجهه گزینشی با رسانه ها و تحلیل و ارزیابی نقادانه آنها، مهارتی ضروری است. لذا پژوهش حاضر با هدف بررسی رابطه سواد رسانه‌ای با سواد اطلاعاتی و تفکر انتقادی دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه اراک انجام شد. روش پژوهش توصیفی از نوع همبستگی بود. جامعه آماری کلیه دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه اراک بود که به روش نمونه گیری داوطلبانه ۱۷۴ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. برای جمع آوری اطلاعات از پرسشنامه های سنجش سواد رسانه‌ای عزیزی (۱۳۹۳)، پرسشنامه سنجش سواد اطلاعاتی ویژه دانشجویان داورپناه و سیامک (۱۳۸۸)، آزمون مهارت های تفکر انتقادی کالیفرنیا (فرم ب) (CCTST) پیتر فاشیون و نورین (۱۹۹۴) استفاده شد. داده ها با استفاده از آمار توصیفی و آمار استنباطی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. یافته ها نشان داد که بین سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی دانشجویان و همچنین بین سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی رابطه معنادار و مثبت وجود داشت. با توجه به رابطه معنادار سواد رسانه‌ای با سواد اطلاعاتی و تفکر انتقادی در دانشجویان تحصیلات تکمیلی، برگزاری کارگاه های آموزشی در خصوص سواد رسانه‌ای و مهارت های مرتبط با آن شامل نقد و تفسیر پیام پیشنهاد می گردد.

کلید واژه ها: سواد رسانه‌ای، سواد اطلاعاتی، تفکر انتقادی، دانشجویان.

۱. استادیار گروه علوم تربیتی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه اراک، اراک، ایران، نویسنده مسئول، f-gharibi@araku.ac.ir

۲. دانشیار گروه علوم تربیتی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه اراک، اراک، ایران.

۳. کارشناسی ارشد تکنولوژی آموزشی، دانشگاه اراک، اراک، ایران.

مقدمه

امروزه افراد به مهارت‌های جدیدی نیاز دارند تا بتوانند از طریق فناوری‌های نوین اطلاعات و ارتباطات، از داده‌ها و اطلاعاتی که هر لحظه در جهان منتشر می‌شوند، به نحوی مطلوب استفاده کنند. بدیهی است که مواجهه غیرمسلح با این همه اطلاعات اثرات و آسیب‌های غیرقابل جبرانی را بر مخاطب خواهد داشت. فرآیند مواجهه و استفاده از اطلاعات، سواد خاص خود را طلب می‌کند؛ چرا که در غیر این صورت در خوشبینانه‌ترین شکل، اطلاعات در حد وقایع و ارقام باقی خواهند ماند. افراد با داشتن سواد رسانه‌ای می‌توانند رسانه‌ها و تولیدات رسانه‌ای را از یکدیگر تفکیک کرده و شناسایی نمایند. بنابراین باید بدانیم تعمیم اهداف سواد رسانه‌ای در گرو داشتن نگاهی دقیق، عمیق و تفکری منتقدانه در جهت انتخاب صحیح گزینه‌های رسانه‌ای است. برای این که افراد جامعه بتوانند به صورت هدفمند، فعال، منتقد و به صورت یک مخاطب گزینشگر در مقابل رسانه‌هایی قرار بگیرند که روز به روز بر تعداد آنها افزوده می‌شود و تمام ساعات شبانه‌روز را به خود اختصاص می‌دهد، ناگزیر از داشتن سواد رسانه‌ای هستند. به طور کلی سواد رسانه‌ای، توانایی واری و تحلیل از میان پیام‌هایی است که به اشکال مختلف هر روز به ما منتقل می‌شوند (ارجمندی، ۱۳۸۴).

سواد رسانه‌ای به طور سنتی به عنوان توانایی استفاده، درک و ایجاد محتوای رسانه‌ای در زمینه‌های مختلف گفته می‌شود (راسی^۱ و همکاران، ۲۰۲۱). سواد رسانه‌ای به عنوان یک شایستگی اصلی در تمام سنین برای شهروندانی که در جوامع رسانه‌ای و دیجیتالی امروزی زندگی می‌کنند تعریف شده است (آباد آلکالا^۲، ۲۰۱۹). سواد رسانه‌ای مجموعه‌ای از چشم اندازهاست 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 (پاتر^۳، ۲۰۰۴). در واقع جیمز پاتر، سواد رسانه‌ای را دیدگاهی می‌داند که ما با آن خودمان را در معرض رسانه قرار می‌دهیم و به تفسیر معنای پیام‌های رسانه می‌پردازیم. ما این دیدگاه را از ساختارهای شناختی به دست می‌آوریم. برای ایجاد این ساختار به ابزار و اطلاعات اولیه‌ای نیاز است. ابزارها، مهارت‌های ما هستند و اطلاعات اولیه، آگاهی از رسانه و جهان واقعی است. سواد رسانه‌ای یک نوع درک متکی بر مهارت است که می‌توان بر اساس آن انواع رسانه‌ها را از یکدیگر تمییز داد و انواع تولیدات رسانه‌ای را از یکدیگر تفکیک و شناسایی کرد. (شکرخواه، ۱۳۸۵).

ابعاد سواد رسانه شامل چهار بعد می‌باشد: ۱. توانایی‌های ادراکی: مجموعه‌ای از شناخت ساده نشانه‌ها تا درک پیچیده‌ترین پیام‌ها و کشف علل نحوه ارائه خاص آن‌ها توسط یک رسانه خاص را دربر می‌گیرد. حیطه ادراک به فرایندهای ذهنی و فکری مربوط است. این‌ها بعد فکری یا عقلانی است که به ایجاد مضمونی غنی در فرایند ساختن معنا منجر می‌شود. ۲. توانایی‌های حسی: کاملاً وابسته به احساس و عاطفه 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. برای کشف ابعاد حسی پیام‌ها به لحاظ نوع حس نهفته در آن پیام و پیچیدگی آن سطوح، سواد رسانه‌ای به طور نسبی قابل تغییر است. ۳. توانایی‌های زیبایی‌شناسی: این مقوله به میزان هنر و مهارت تولید پیام در رسانه‌های مختلف بستگی دارد و به توانایی درک و شناخت مفاهیم رسانه‌ای از دیدگاه هنری اشاره می‌کند. سبک هنری منحصر به فرد یک نویسنده، تولیدکننده و کارگردان یک برنامه رادیویی و یا تلویزیونی شاهد مسلم این بعد از سواد رسانه‌ای است. ۴. توانایی‌های اخلاقی: به توانایی ادراک و دریافت ارزش‌های نهفته در پیام‌ها اشاره دارد. به نظر می‌رسد درک و تشخیص درست مضامین اخلاقی تنها توسط افرادی که دارای درجه بالایی از سواد رسانه‌ای هستند، میسر است. (لوپز^۴، ۲۰۰۸).

به بیان دقیق‌تر، آنچه در سواد رسانه‌ای می‌تواند مطرح باشد آموزش مهارت‌های لازم برای برقراری ارتباطی متفکرانه و آگاهانه با رسانه‌ها و درعین حال به وجود آوردن نگاهی دقیق، نقاد و تحلیلی به پیام‌های رسانه‌ای (اعم از مکتوب، دیداری یا شنیداری) می‌باشد. سواد رسانه‌ای موجب می‌شود که مخاطبان از مشروعیت کورکورانه بخشیدن نسبت به محتوای پیام رسانه‌ها دست بکشند. اصولاً سواد رسانه‌ای در جهت برخورد هدفمند با رسانه مطرح می‌شود (پاتر، ۱۹۹۸، ترجمه کاووسی، ۱۳۸۵). طبق گفته «رابرت انیس» سواد رسانه‌ای یک جزء از مهارت ذهنی و توانایی است که شخص را وادار به گرفتن تصمیمات و انجام

^۱ Rasi^۲ Abad Alcalá^۳ Potter^۴ López

امور عاقلانه می‌کند و شامل ارزشهایی مانند: تعقیب حقیقت، عدل و انصاف، خود مختاری و انتقاد شخصی است. همچنین سواد رسانه‌ای یک حس قوی تفکر انتقادی است که سعی دارد نیازهای رسانه‌ای ما را برآورده سازد (انیس^۱، ۲۰۰۲).

زندگی در جوامع اطلاعات مدار کنونی، که تمامی ارکان آن بر مبنای اطلاعات و تبادل آن بنیان نهاده شده است، مستلزم داشتن مهارت‌هایی در نیازشناسی اطلاعات، دستیابی، ارزیابی و کاربرد مؤثر اطلاعات است. از مجموعه‌ی این مهارت‌ها، که به صاحب خود توان برقراری تعاملات همه جانبه در همه‌ی ابعاد زندگی را خواهد داد، با عنوان سواد اطلاعاتی یاد می‌شود. داشتن این مهارت برای تمامی شهروندان جوامع اطلاعاتی، مهم و حیاتی و کسب آن برای فعالان عرصه‌ی علم و پژوهش ضرورتی انکارناپذیر است. مهارت‌های سواد اطلاعاتی شاید مهم‌ترین ابزاری باشند که علاوه بر تجهیز دانشجویان به منظور ادامه تحصیل در مقطع تحصیلات تکمیلی، به آسانی آنها را به یادگیرندگان مادام‌العمر تبدیل می‌کند و بدین ترتیب پس از به پایان رساندن تحصیلات تکمیلی نیز ابزارهای لازم برای ارتقا سطح دانش و نیز برای روزآمدی دائمی را برای آنها قرار می‌دهند (قاسمی، ۱۳۸۳). سواد اطلاعاتی وسیله‌ای است برای توانمندی فردی و این توانمندی به مهارت فرد در تحلیل و انجام تحقیقات و استقلال او در جستجوی حقیقت کمک می‌کند. سواد اطلاعاتی به فرد توانایی بحث می‌بخشد و این مهارت فرد را برای یادگیری مادام‌العمر آماده می‌کند و موجب می‌شود افراد از موفقیت در تامین نیازهای اطلاعاتی لذت ببرند (حاجی حسینی، ۱۴۰۱).

سواد اطلاعاتی بر اهمیت دسترسی، ارزیابی و استفاده از اطلاعات تأکید دارد. دامنه آن به دربرگرفتن همه نوع اطلاعات و محتواها گسترش یافته است. اما سواد رسانه‌ای بر توانایی فهمیدن، ارزیابی و به کار بردن رسانه‌ها تأکید دارد. سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی، ترکیبی از دانشها، نگرش‌ها، مهارت‌ها و تجربیات مورد نیاز برای دستیابی، تحلیل، ارزیابی و استفاده، تولید اطلاعات و دانش به صورت خلاقانه، قانونی و اخلاقی با تأکید بر حقوق انسان‌ها اطلاق شده است. افراد باسواد رسانه‌ای و اطلاعاتی می‌توانند انواع مختلف رسانه‌ها، منابع و کانال‌های اطلاعاتی را در زندگی خصوصی، شغلی و عمومی خود به کار برند. آنها می‌دانند چه موقع و چه اطلاعاتی نیاز دارند، برای چه، کجا و چگونه می‌توانند به آن دست پیدا کنند (مسکو، ۲۰۱۲).

این دو نوع سواد وقتی ارزش خود را به طور کامل نشان می‌دهند که مفهومی به نام «تفکر انتقادی» در میان باشد. در واقع تفکر انتقادی فرایندی شناختی است که فرد با بررسی دلایل و تجزیه و تحلیل اطلاعات و نتیجه‌گیری از آنها، به قضاوت و تصمیم‌گیری می‌پردازد (فاسیون^۲، ۱۹۹۶). تفکر انتقادی، نوعی تفکر بازتابی و معقول است که بر تصمیم‌گیری در مورد آنچه باور داریم یا انجام می‌دهیم تأثیر می‌گذارد (انیس^۳، ۲۰۱۰).

با بررسی متون و مطالعات گذشته، تعداد محدودی از مقالات به بررسی رابطه سواد رسانه‌ای با سواد اطلاعاتی و تفکر انتقادی در داخل ایران پرداخته بود، در خارج از ایران نیز تعداد این آثار (به دلیل جدید بودن این مفهوم) محدود بود؛ از سوی دیگر از آنجایی که حیات و تداوم دانشگاه‌ها و موسسات آموزش عالی کشور، به عنوان یک ارگانسیم پویا و روبه رشد، نیازمند تحقیق و پژوهش است، دانشجویان در مقاطع مختلف مخصوصاً در مقطع تحصیلات تکمیلی همواره در حال استفاده و تولید رسانه‌هایی جهت آموزش و سایر اهداف خود هستند و دانش درباره رسانه‌ها و ویژگی‌های آن با توجه به مخاطبان آن رسانه‌ها در حال افزایش است. پس داشتن سواد رسانه‌ای که یکی از مهم‌ترین مولفه‌های تولید رسانه‌ها می‌باشد، ضروری می‌باشد. بنابراین هدف پژوهش حاضر بررسی رابطه سواد رسانه‌ای با سواد اطلاعاتی و تفکر انتقادی در دانشجویان تحصیلات تکمیلی بود.

روش شناسی

روش پژوهش توصیفی و از نوع همبستگی می‌باشد. جامعه آماری کلیه دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه اراک بود که به روش نمونه‌گیری داوطلبانه ۱۸۰ نفر از دانشجویان به عنوان نمونه انتخاب شدند. پس از جمع‌آوری پرسشنامه‌ها و حذف پرسشنامه‌های ناقص یا تکمیل نشده، در مجموع ۱۷۴ پرسشنامه مورد تحلیل نهایی قرار گرفت. برای اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش از پرسشنامه‌های سنجش سواد رسانه‌ای (تامن، نقل از عزیزی، ۱۳۹۳) استفاده شد. پرسشنامه ۵۹ گویه‌ای برای سنجش متغیرهای سواد رسانه‌ای در سه بعد (رژیم مصرفی، ویژگی‌های پیام، نقد پیام) از نوع طیف ۵ گزینیه ای لیکرت (خیلی کم (۱)، کم

^۱ Ennis

^۲ . Facione

^۳ . Ennis

(۲)، تا حدودی (۳)، زیاد (۴)، خیلی زیاد (۵)) را شامل می شود، سوالات پرسشنامه در پژوهش عزیزی (۱۳۹۳)، طراحی و اعتباریابی شده است. در جدول ذیل ضریب آلفای کرونباخ برای تخمین پایایی طیفها آورده شده است.

ابعاد	تعداد گویه	آلفای کرونباخ	آلفای کل
رژیم مصرفی	۱۸	۰/۸۶	۰/۸۹
ویژگی های پیام	۲۳	۰/۹۲	
نقد پیام	۱۸	۰/۸۹	

پرسشنامه سنجش سواد اطلاعاتی ویژه دانشجویان داورپناه و سیامک (۱۳۸۸) شامل ۵۵ سؤال برای سنجش عینی سواد اطلاعاتی دانشجویان بود که هر سوال درست شامل یک امتیاز بود. نمره کل برای یک دانشجوی باسواد اطلاعاتی ۸۷ و نقطه ۵۰ درصدی آن نیز ۴۳/۵ است. پایایی آن نیز با آلفای کرونباخ (۰/۸۳) تأیید شده است (سیامک و داورپناه، ۱۳۷۸). آزمون مهارت های تفکر انتقادی کالیفرنیا (فرم ب) که شامل ۳۴ سوال چند گزینه ای است که برای ارزشیابی تفکر انتقادی در سطوح بعد از دبیرستان طراحی شده است. این آزمون، مهارت های تفکر انتقادی محوری را که در آموزش دانشگاهی به عنوان عناصر اصلی در نظر گرفته می شود، اندازه می گیرد، استفاده شد. خلیلی و سلیمانی (۱۳۸۲) نیز پایایی پرسشنامه مهارت های تفکر انتقادی کالیفرنیا را ۰/۶۲ گزارش کرده است. جهت تجزیه و تحلیل توصیفی داده ها از شاخص های آمار توصیفی و به منظور تحلیل استنباطی داده ها از شاخص آمار استنباطی (همبستگی و رگرسیون) استفاده شد. تجزیه و تحلیل داده با استفاده از نرم افزار SPSS نسخه ۲۳ محاسبه شد.

یافته ها

از مجموع ۱۷۴ نفر شرکت کنندگان ۶۶٪ زن و ۳۴٪ مرد بودند. همچنین ۳۳٪ از دانشکده علوم انسانی، ۲۱٪ از دانشکده کشاورزی، ۱۶٪ از دانشکده فنی مهندسی، ۱۵٪ از دانشکده علوم پایه و ۱۳٪ از دانشکده علوم ورزشی بودند.

جدول ۱. آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیر	فراوانی	میانگین	انحراف معیار	حداقل نمره	حداکثر نمره
سواد رسانه ای	۱۷۴	۱۶۵.۶۹	۳۷.۷۸	۱۰۰	۲۸۵
سواد اطلاعاتی	۱۷۴	۵۰.۲۸	۱۵.۴۶	۲۸	۸۵
تفکر انتقادی	۱۷۴	۳۹.۲۲	۱۱.۴۹	۱۸	۶۵

پس از بررسی نرمال بودن توزیع داده ها با استفاده از آزمون کولموگروف اسمیرنوف، داده های استنباطی در بررسی فرضیه ها به شرح ذیل می باشد.

جدول ۲. همبستگی سواد رسانه ای و مولفه های آن با سواد اطلاعاتی

متغیر	تعداد	ضریب پیرسون	معناداری
سواد رسانه ای	۱۷۴	۰.۶۸۵**	۰.۰۱
رژیم مصرفی	۱۷۴	-۰.۱۱	۰.۲۲
ویژگی های پیام	۱۷۴	۰.۰۶	۰.۵۰
نقد پیام	۱۷۴	۰.۲۳	۰.۷۸

جدول ۳. همبستگی سواد رسانه‌ای و مولفه‌های آن با تفکر انتقادی

متغیر	تعداد	ضریب پیرسون	معناداری
سواد رسانه‌ای	۱۷۴	.۷۶۱**	.۰۰۱
رژیم مصرفی	۱۷۴	.۰۱۸	.۰۸۴
ویژگی‌های پیام	۱۷۴	.۰۱۰	.۰۲۳
نقد پیام	۱۷۴	.۰۲۱	.۰۰۱

جدول ۴. خلاصه نتایج ضرایب رگرسیون گام به گام نقش سواد رسانه‌ای بر سواد اطلاعاتی و تفکر انتقادی

متغیر پیش بین	متغیر ملاک	F	R	R ²	β	t	p
سواد رسانه‌ای	سواد اطلاعاتی	۶۱.۶۱	.۵۸	.۳۴	.۵۸	۷.۸۵	.۰۰۱
رژیم مصرفی	سواد اطلاعاتی	۱.۴۶	.۱۱	.۰۱	-.۱۱	-۱.۲۱	.۰۲۲
ویژگی‌های پیام	سواد اطلاعاتی	۰.۴۳	.۰۶	.۰۰۴	.۰۶	۰.۶۶	.۰۵۰
نقد پیام	سواد اطلاعاتی	۰.۰۷	.۰۲	.۰۰۱	-.۰۲	۰.۷۸	.۰۷۸
سواد رسانه‌ای	تفکر انتقادی	۰.۱۳	.۷۲	.۵۲	.۴۲	۱۱.۴۹	.۰۰۱
رژیم مصرفی	تفکر انتقادی	۰.۰۳	.۰۱	.۰۰۱	.۰۱	۰.۱۹	.۰۸۴
ویژگی‌های پیام	تفکر انتقادی	۱.۴۰	.۱۰	.۰۱	.۱۰	۱.۱۸	.۰۲۳
نقد پیام	تفکر انتقادی	۰.۱۲	.۲۳	.۰۳	.۲۳	۷.۶۸	.۰۰۱

بحث و نتیجه گیری

هدف اصلی پژوهش حاضر بررسی رابطه سواد رسانه‌ای با سواد اطلاعاتی و تفکر انتقادی در دانشجویان تحصیلات تکمیلی بود. یافته‌های پژوهش حاضر نشان داد بین متغیرهای سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی دانشجویان رابطه معناداری وجود داشت، اما مولفه‌های این متغیر به تنهایی با سواد اطلاعاتی رابطه معناداری نداشت. بنابر نتایج اگر دانشجویان از سواد رسانه‌ای بیشتری برخوردار باشند، به مراتب از سواد اطلاعاتی افزون‌تری بهره‌مند خواهند بود. آنچه که حائز اهمیت بود مولفه‌های سواد رسانه‌ای به تنهایی با سواد اطلاعاتی رابطه معناداری نداشت و این بدان معنی است که زمانی سواد رسانه‌ای می‌تواند تاثیر گذار باشد که تمام مولفه‌های آن در فرد وجود داشته باشد. نتیجه این فرضیه با بخشی از پژوهش‌های اشرفی‌ریزی و همکاران (۱۳۹۳) و پژوهش‌های سینگ^۱ (۲۰۱۲)، ویلسون^۲ (۲۰۱۲) و صالح^۳ (۲۰۱۲) همسو و پژوهش جونز-جانگ، مورتینسن و لیو^۴ (۲۰۲۱) بود.

با گسترش فناوری‌های جدید اطلاعاتی و ارتباطاتی امکانات و افق‌های جدیدی برای توسعه جوامع در حوزه‌های مختلف فراهم شده است، اما برای استفاده از قابلیت این فناوری‌ها، مجموعه‌ای جدید از صلاحیت‌ها مانند مهارت، دانش و نگرش نسبت به آن فناوری مورد نیاز است. یونسکو چنین قابلیت‌هایی را تحت عنوان سواد رسانه‌ای مطرح کرده است. این قابلیت کاربران را در هنگام استفاده از اطلاعات و رسانه‌ها قادر می‌سازد تا قضاوت و تفسیری درست داشته باشند و ضمن اینکه خود تولیدکننده و مصرف‌کننده اطلاعات هستند، حقوق دیگران را رعایت کنند (گاس^۵ و همکاران، ۲۰۲۰).

^۱ Singh

^۲ Wilson

^۳ Saleh

^۴ Jones-Jang, Mortensen, Liu

^۵ Guess

سواد رسانه‌ای به طور مفیدی مهارت‌ها و شایستگی‌های مورد نیاز برای دریافت و استفاده موفقیت‌آمیز اطلاعات پراکنده و پیچیده را در بر می‌گیرد (ایشت، ۲۰۰۴). در شرایط ایده آل، اکثر مردم برای ارزیابی قابلیت اعتماد کیفیت اطلاعاتی که با آنها مواجه می‌شوند تلاش می‌کنند، زیرا فاقد مهارت‌ها و دانش زمینه‌ای مورد نیاز برای تمایز موثر بین محتوای خبری با کیفیت بالا و پایین هستند. سواد رسانه‌ای بر باورهای درک شده افراد در مورد توانایی تفکر انتقادی، پرسش و تجزیه و تحلیل اطلاعات تأکید دارد. بنابراین صلاحیت درک شده افراد از سواد رسانه‌ای منجر به شناسایی بیشتر اخبار جعلی می‌شود (اوکان و همکاران، ۲۰۲۰). نتایج بسیاری از پژوهش‌ها نشان می‌دهد که افرادی که دارای سواد رسانه‌ای هستند، زمانی که در معرض اخبار جعلی قرار می‌گیرند، رژیم مصرفی مناسبی را رعایت می‌کنند به عبارتی دیگر در این افراد تمایل به مصرف پیام‌های نادرست یا مشکوک کاهش می‌یابد و به شیوه‌ای انتقادی‌تر، به پیام‌های دریافتی از رسانه‌ها توجه می‌کنند و تاثیر پیام‌های جعلی بر جامعه کاهش یابد (جونز - جانگ، مورتینسن و لیو، ۲۰۲۱) از این رو برای داشتن سواد رسانه‌ای توجه به همه مولفه‌های آن در کنار هم مهم است.

از آنجایی که سواد رسانه‌ای مهارتی لازم و ضروری به نظر می‌رسد که به انسان کمک می‌کند تا به طور مستقل فکر کند و تصویری کافی و همه‌جانبه از رسانه‌ها داشته باشد و به مخاطبان این امکان را می‌دهد که با آگاهی کامل، پیام‌های رسانه‌ای را پردازش کرده و به دانش موجود در هر رسانه‌ای دست پیدا کنند (شجاعی و امیرپور، ۱۳۹۱) و از سویی دیگر سواد اطلاعاتی، مجموعه‌ای از انواع دانش‌ها و مهارت‌هایی است که برای زندگی پویا در عصر اطلاعات و بقا در دوران رقابت‌های آموزشی، علمی و حرفه‌ای ضروری هستند و توانمندی لازم برای کسب اطلاعات و دانش، انجام پژوهش و نگارش علمی را به صورت خودمدار فراهم می‌کنند. به همین دلیل، سواد اطلاعاتی به عنوان مهارت‌های یادگیری مادام‌العمر شناخته شده و دانش و مهارت پایه برای تمام گروه‌های علمی در سنین مختلف محسوب می‌شود؛ به ویژه اینکه جامعه دانشگاهی، که در حال حاضر با انفجار اطلاعات روبه‌رو است، به سبب ماهیت کار اطلاعاتی و ارتباطاتی خود به سواد اطلاعاتی نیازمند است (پریرخ، ۱۳۸۶).

از این رو، در عصر اطلاعات و رسانه، خواندن و نوشتن نه تنها نشان‌دهنده سواد نیست، بلکه اگر با سواد اطلاعاتی و سواد رسانه همراه نباشد، می‌تواند به نادانی بیشتر ناشی از پذیرش اطلاعات گمراه‌کننده و نادرست منتهی شود. سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی کمک می‌کند در روزگاری که مخاطب با حجم زیاد اطلاعات درست و نادرست بمباران می‌شود، بتواند مطالب درست و نادرست و بی‌طرف و هدفمند را تا حد امکان از یکدیگر تفکیک کند.

یافته دیگر پژوهش نشان داد بین متغیرهای سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی دانشجویان رابطه معناداری وجود دارد. به عبارتی با افزایش رابطه سواد رسانه‌ای دانشجویان تفکر انتقادی آنان نیز افزایش می‌یابد. از بین مولفه‌های سواد رسانه‌ای تنها نقد پیام با تفکر انتقادی رابطه معنادار داشت. نتیجه به دست آمده از این فرضیه حاضر با بخشی از پژوهش شریفی و اسلامیه (۱۳۹۱) همسو و با پژوهش حاجی حیدری (۱۳۹۰) ناهمسو بود.

داشتن سواد رسانه‌ای شرایطی را فراهم می‌کند تا انسان به صورت انتقادی پیام‌ها را تحلیل کند و بتواند هدف و دیدگاه پیام فرستنده را بشناسد سواد رسانه‌ای این امکان را به مخاطبان رسانه می‌دهد تا موجب افزایش آگاهی آنها به چارچوب‌های شناختی و انتقادی شود و نگاه نقادانه‌ای به رسانه‌ها و اخبار اطلاعات منتشر شده از سوی آنها داشته باشد؛ به عبارت دیگر سواد رسانه‌ای را می‌توان قدرت مخاطب در تجزیه و تحلیل پیام‌های رسانه‌های مختلف همراه با نگاه انتقادی به محتوای آنها دانست. سواد رسانه راهی برای کاربران در شبکه‌های اجتماعی میسر می‌سازد تا حقیقت را در میان درهم آمیختگی حوادث و اطلاعات جستجو کنند و به هدفشان که رسیدن به کامل‌ترین درک ممکن است دست یابند. همچنین سواد رسانه‌ای با استفاده از دو بازوی درک محتوای پیام و گزینش آگاهانه به مهارت‌های اجتماعی افراد می‌افزاید و می‌تواند کمک شایانی به زندگی آنان در جامعه نماید.

آموزش سواد رسانه‌ای با ایجاد تفکر انتقادی در فرد به او کمک می‌کند به تجزیه و تحلیل مسائل بپردازد. رسانه پنجره نگاه ما به دنیاست سواد رسانه‌ای این امکان را به ما می‌دهد که بدانیم بازنمایی رسانه تا چه حد از واقعیت درست است. سواد رسانه‌ای مهارت‌های لازم را برای برقراری ارتباطی متفکرانه و آگاهانه با رسانه‌ها می‌آموزد و در عین حال دیدگاهی تحلیلی و نقادانه نسبت به پیام‌های رسانه‌ای فراهم می‌کند (قادری، ۱۳۹۲).

با توجه به بمباران اطلاعاتی و دغدغه آسیب‌رسانی رسانه‌ها و آسیب‌پذیری مخاطبان جوان که بیشترین مصرف‌کنندگان رسانه‌ها، یکی از اهداف اصلی سواد رسانه‌ای آگاه کردن و سعی در کم کردن تأثیرات منفی رسانه‌ها بر روی اقشار گوناگون جامعه از جمله جوانان است که به انسان کمک می‌کند تا به طور مستقلانه فکر کند و تصویری کافی و همه‌جانبه از رسانه‌ها داشته باشد و به مخاطبان این امکان را بدهد که با آگاهی کامل، پیام‌های رسانه‌ای را پردازش کنند و به دانش موجود در هر رسانه‌ای دست پیدا کنند (تامن، ۱۳۸۰، ترجمه حسن نورایی بیدخت).

یافته‌های دیگر پژوهش حاکی از آن بود که سواد رسانه‌ای می‌تواند سواد اطلاعاتی و تفکر انتقادی را پیش‌بینی نماید اما مولفه‌های آن به تنهایی پیش‌بینی‌کننده سواد اطلاعاتی نبود و تنها مولفه نقد پیام پیش‌بینی‌کننده تفکر انتقادی بود. نتایج با بخشی از پژوهش‌های شریفی، محمدداوودی، و اسلامیه (۱۳۹۱)، اشرفی‌ریزی و همکاران (۱۳۹۳)، پژوهش‌های سینگ (۲۰۱۲)، ویلسون (۲۰۱۲) و صالح (۲۰۱۲)، تیبالدو (۲۰۲۲) همسو بود.

بنابر نتایج می‌توان گفت سواد رسانه‌ای سبب می‌شود مخاطبان رسانه‌ها، با توانایی درک پیام‌های رسانه‌ای به تعبیر و تفسیر آن‌ها پردازند و از وضعیت مصرف‌کننده منفعل به مصرف‌کننده هوشیار و نقاد رسانه‌ها تبدیل شوند و این همان رویارویی هوشمندانه با دنیای رسانه‌ای است. از همین منظر، باید گفت سواد رسانه‌ای عادات رسانه‌ای افراد را تغییر می‌دهد و با هوشیار کردن مخاطب، به او می‌آموزد چگونه از رسانه‌ها استفاده کند و اخبار جعلی و پیام‌های نادرست از درست را تشخیص دهد. افرادی که با مفهوم سواد رسانه‌ای آشنا هستند میزان آگاهی و توان دریافت اطلاعات خود را تقویت در راستای روحیه نقادانه و برخورد هوشمندانه بیشتر حرکت می‌کنند و به این ترتیب، رابطه یک‌سویه و انفعالی آنها در رویارویی با رسانه‌ها تبدیل به یک جریان دوسویه و فعال می‌شود.

پیشنهادها

با توجه به یافته‌های پژوهش و اهمیت و نقش سواد رسانه‌ای پیشنهاد می‌گردد که برای ارتقا سواد رسانه‌ای و بهبود تفکر انتقادی و سواد اطلاعاتی که از پایه‌های سواد رسانه‌ای است، مسئولان دانشگاه اقداماتی در جهت برگزاری کارگاه‌های آموزشی، کارگاه‌های بحث و تحلیل و تفکر نقادانه و سواد اطلاعاتی برای دانشجویان برگزار نمایند. از وجود متخصصان ارتباطات برای آموزش مهارت‌های استفاده از انواع رسانه‌ها استفاده گردد. ارائه دوره‌های آموزش ضمن خدمت برای اساتید دانشگاه‌ها از طرف سازمان‌های مسئول راهکار دیگری که می‌تواند عامل افزایش سواد رسانه‌ای دانشجویان گردد و همچنین استفاده از تجربه کشورهای پیشگام برای تاسیس مراکز آموزش سواد رسانه‌ای و در پایان پیشنهاد می‌گردد ضمن فراهم نمودن بسترهای آموزشی لازم برای دانشجویان در خصوص سواد رسانه‌ای، با تهیه بسته‌های آموزش سواد رسانه‌ای با کمک متخصصان ارتباطات و در اختیار گذاشتن آن‌ها به دانشجویان قدم‌های اساسی در این زمینه برداشت. در پایان پژوهشگران از امور فرهنگی دانشگاه اراک، دفتر انجمن‌های علمی و انجمن علمی تکنولوژی آموزشی دانشگاه که حامی مالی این پژوهش بودند، تشکر و قدردانی می‌نمایند.

منابع

- اشرفی ریزی، حسن، حسن زاده، دلارام، و کاظم پور، زهرا. (۱۳۹۳). میزان سواد رسانه ای و اطلاعاتی در بین دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی اصفهان بر اساس شاخص های سواد رسانه ای و اطلاعاتی یونسکو. مدیریت اطلاعات سلامت، ۱۱(۴) (پیاپی ۳۸)، ۳۳۴-۳۲۴. SID. <https://sid.ir/paper/409662/fa>
- پاتر، جیمز. (۱۹۹۸). تعریف سواد رسانه ای، (ترجمه لیدا کاووسی، ۱۳۸۵). فصلنامه رسانه، ۱۷(۴)، صص ۲۵-۷.
- پریرخ، مهری. (۱۳۸۶). آموزش سواد اطلاعاتی: مفاهیم، روش ها و برنامه ها، چاپ اول، تهران، کتابدار.
- تامن الیزابت. (۱۳۸۰). مهارت ها و راهبردهای آموزش رسانه ای. ترجمه حسن نورایی بیدخت. فصلنامه رسانه. سال دوازدهم شماره ۱، ۱۵-۱۰.
- حاجی حسینی، س. (۱۴۰۱). تاثیر یادگیری سیار و سواد اطلاعاتی بر توسعه حرفه ای و نوآوری سازمانی آموزگاران ابتدایی آموزش و پرورش شهرستان بستک. پژوهشنامه اورمزد، ۵۸ (ضمیمه شماره ۲)، ۳۲-۶.
- خلیلی، حسین، و سلیمانی، محسن. (۱۳۸۲). تعیین اعتماد، اعتبار و هنجار نمرات آزمون مهارت های تفکر انتقادی کالیفرنیا فرم ب (CCTST-B). مجله علمی پژوهشی دانشگاه علوم پزشکی بابل، ۵(۲) (ویژه نامه آموزش پزشکی)، ۹۰-۸۴.
- سیامک، مرضیه و داورپناه، محمدرضا. (۱۳۸۸). ساخت و اعتباریابی پرسشنامه سنجش سواد اطلاعاتی پایه و واقعی دانشجویان مقطع کارشناسی. کتابداری و اطلاع رسانی، ۱(۱۲)، ۱۴۶-۱۱۹.
- شجاعی، مهناز، و امیرپور، مهناز. (۱۳۹۱). بررسی وضعیت سواد رسانه ای دانشجویان خراسان شمالی در جامعه اطلاعاتی. جامعه شناسی مطالعات جوانان (SOCIOLOGICAL STUDIES OF YOUTH)، ۳(۷)، ۴۳-۵۶. SID. <https://sid.ir/paper/170126/fa> ..
- شرفی، اصغر، محمد داوودی، امیرحسین، و اسلامی، فاطمه. (۱۳۹۱). رابطه میزان استفاده از فن آوری های اطلاعات و ارتباطات با عملکرد دبیران در فرآیند یاددهی و یادگیری. فن آوری اطلاعات و ارتباطات در علوم تربیتی، ۲(۴) (پیاپی ۸)، ۱۶۷-۱۴۵. SID. <https://sid.ir/paper/175447/fa>
- شکرخواه، یونس. (۱۳۸۶). سواد رسانه ای یک مقاله عقیده ای، تهران: فصلنامه رسانه، ۶۸، صص ۳۰.
- عزیزی، عمار (۱۳۹۳)، بررسی وضعیت سواد رسانه ای کارکنان ادارات روابط عمومی سطح شهر کرمانشاه، پایان نامه کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبایی.
- قاسمی، علی حسین. (۱۳۸۳). ضرورت و چگونگی آموزش سواد اطلاعاتی در توسعه و تقویت آموزش عالی، همایش آموزش استفاده کنندگان و توسعه سواد اطلاعاتی در کتابخانه ها، مراکز اطلاع رسانی و موزه ها، مشهد، <https://civilica.com/doc/33802>
- Abad Alcalá, L. (۲۰۱۹). Media literacy among the elderly. In R. Hobbs & P. Mihailidis (Eds.), *The international encyclopedia of media literacy*, ۲ volume set (pp. ۷۶۳-۷۶۸). Wiley Blackwell.
- Ennis R. (۲۰۱۰). *An outline of goals for a critical thinking curriculum and its assessment*. [Cited ۲۰۱۰ Nov ۱۱] Available from: <http://www.criticalthinking.net/goals.html>
- Ennis, R. (۲۰۰۲). *An outline of goals for a critical thinking curriculum and its assessment*. available at: <http://faculty.ed.uiuc.edu/rhennis>.
- Eshet, Y. (۲۰۰۴). Digital literacy: A conceptual framework for survival skills in the digital era. *Journal of educational multimedia and hypermedia*, 13(۱), ۹۳-۱۰۶.
- Facione, N. (۱۹۹۶). Assessment Design Issues for Evaluating Critical Thinking in Nursing *Holistic Nursing Practice*. April ۱۹۹۶.
- Guess, A. M., Lerner, M., Lyons, B., Montgomery, J. M., Nyhan, B., Reifler, J., & Sircar, N. (۲۰۲۰). A digital media literacy intervention increases discernment between mainstream and false news in the United States and India. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 117(۲۷), ۱۵۵۳۶-۱۵۵۴۵.
- Jones-Jang, S. M., Mortensen, T., & Liu, J. (۲۰۲۱). Does media literacy help identification of fake news? Information literacy helps, but other literacies don't. *American behavioral scientist*, 65(۲), ۳۷۱-۳۸۸.

López, A. (۲۰۰۸). *Mediacology: A multicultural approach to media literacy in the 21st century* (Vol. ۳۴۳). Peter Lang.

Okan, O., Bollweg, T. M., Berens, E. M., Hurrelmann, K., Bauer, U., & Schaeffer, D. (۲۰۲۰). Coronavirus-related health literacy: A cross-sectional study in adults during the COVID-۱۹ infodemic in Germany. *International Journal of Environmental Research and public health*, 17(۱۰), ۵۵۰۳.

Potter, w. james. (۲۰۰۴). *Theory of media literacy*, sage publication, Inc.

Rasi, P., Vuojärvi, H., & Rivinen, S. (۲۰۲۱). Promoting media literacy among older people: A systematic review. *Adult Education Quarterly*, 71(۱), ۳۷-۵۴.

Saleh, I. (۲۰۱۲). Media and information literacy in South Africa: Goals and tools. *Comunicar*, ۲۰(۳۹): ۳۵- ۴۳.

Singh, J. (۲۰۱۲). Placing media and information literacy at the core of instruction. Paper presented at the International Conference on Media and Information Literacy for Knowledge Societies. Moscow, Russian Federation.

Tibaldo, J. S. (۲۰۲۲). Media and Information Literacy (MIL) competencies of language and communication students. *Journal of Media Literacy Education*, 14(۲), ۴۴-۵۷.

Wilson C. (۲۰۱۲). Media and information literacy: Pedagogy and possibilities. *Comunicar*, ۲۰(۳۹): ۱۵- ۲۲.