

تحلیل نقش رسانه‌های جمعی بر مهارت‌های ارتباطی دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی اصفهان

پریسا ملک احمدی^۱
شاداب بهراد^۲

چکیده

مقدمه: با توجه به دو جریان خاص و عام و یا تفکیکی و انسجامی جهانی شدن، انتظار می‌رود هر یک از جوامع امروزی، بویژه قشر تحصیلکرده، روابط منسجم در ابعاد مختلف را با جامعه جهانی حفظ و تقویت کنند. یکی از مصداق‌های تأثیرگذار در ایجاد و حفظ این نوع روابط، استفاده از رسانه‌های گروهی و شبکه‌های ارتباط جمعی است. از این رو، هدف پژوهش حاضر، بررسی تأثیر استفاده از رسانه‌های گروهی و شبکه‌های ارتباط جمعی بر مهارت‌های ارتباطی دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی اصفهان است.

روش: این پژوهش به صورت پیمایشی و با استفاده از پرسشنامه در سال تحصیلی ۹۰-۱۳۸۹ و در بین دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی اصفهان انجام شده است. نمونه‌گیری با استفاده از روش طبقه‌بندی شده و به صورت سهمیه‌ای انجام گرفته و حجم نمونه ۳۹۰ نفر است. برای بررسی فرضیه‌ها، از تحلیل رگرسیون استفاده شده است. آزمون فرضیه‌ها نشان می‌دهد بین استفاده از رسانه‌های جمعی و مهارت‌های ارتباطی، رابطه وجود دارد.

یافته‌ها: آزمون فرضیه‌ها مبین رابطه‌ای میان میزان استفاده از رسانه‌های جمعی با مهارت‌های ارتباطی است. افراد استفاده کننده از اینترنت و تلویزیون در سازه مهارت‌های ارتباطی، نمره بالایی را دریافت کردند.

نتیجه‌گیری: از میان متغیرهای اثرگذار بر مهارت‌های ارتباطی، به ترتیب، سن، میزان استفاده از رسانه‌ها، پایگاه اقتصادی - اجتماعی، مقطع تحصیلی، جنس و وضعیت تأهل سهم بیشتری داشتند.
کلیدواژه‌ها: رسانه‌های جمعی، مهارت‌های ارتباطی، دانشگاه علوم پزشکی اصفهان.

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد کتابداری و اطلاع‌رسانی پزشکی دانشگاه علوم پزشکی اصفهان.

Parisa.malekhamadi@gmail.com.

۲. دانشجوی دکترای مدیریت رسانه دانشگاه تهران.

مقدمه

توانایی برقراری ارتباط، مهارتی اساسی برای انسان است و همچون بسیاری از مهارت‌ها، برخی از افراد در این زمینه استعداد بیشتری نسبت به دیگران نشان می‌دهند (کوهستانی، ۱۳۸۳، ص ۶۷). این مقاله بر آن است تا رابطه میان مهارت‌های ارتباطی را با یکی از مسائل مهم اجتماعی، یعنی میزان استفاده از رسانه‌های جمعی بررسی کند و تأثیر هر یک از رسانه‌های جمعی را در تقویت مهارت‌های ارتباطی نشان دهد. همچنین، میزان استفاده از رسانه‌های جمعی و تأثیر متغیرهای «سن»، «جنس»، «وضعیت تأهل»، «مقطع تحصیلی» و «پایگاه اقتصادی - اجتماعی» نیز بررسی می‌شود. در میان عواملی که در تکوین آگاهی‌ها، نگرش‌ها و دگرگونی‌های رفتار افراد مداخله دارند، نقش رسانه‌های گروهی اغلب به عنوان یکی از مهم‌ترین عامل‌ها شناخته شده است (قمری، ۱۳۸۴، ص ۳۶). رسانه‌های جمعی می‌توانند از طریق تأثیرگذاری بر ذهنیت مردمان، زمینه تکوین رفتار به شکل عام و مهارت‌های ارتباطی را به شکلی خاص فراهم سازند. «لاسل»^۱، برای اولین بار در سطح کلان جامعه‌شناختی، چهار کارکرد را برای رسانه برشمرد که به عنوان «تغییر چهار کارکردی رسانه‌ای» از آن یاد می‌شود. این چهار کارکرد عبارتند از:

۱. اطلاع‌رسانی

۲. ایجاد ارتباط

۳. سرگرمی

۴. انتقال فرهنگ یا جامعه‌پذیری (به نقل از سعیدیان، ۱۳۷۶، ص ۶۶).

«رایزمن»^۲، از جامعه‌شناسان بنام علوم ارتباطات، از روزه ارتباطات، سه دوره را در تاریخ اجتماعی بازشناسی می‌کند:

دوره اول، دورانی است که در خلال آن، سنتها حاکم بر رفتار و روابط انسانی هستند. او این دوران را موجد پیدایش انسانی می‌داند که در اصطلاح خود «سنت

1. Laswell.
2. Riseman.

رهبر^۱ می‌خواند.

دوره دوم، دورانی است که در آن، با کاهش اهمیت سنتها در هستی اجتماعی مواجه می‌شویم. این کاهش موجب می‌شود همگنی در رفتار و عمل انسانی کاهش یابد، زیرا همه از الگوهای یکسان در حیات اجتماعی پیروی نمی‌کنند. در چنین شرایطی، به گمان این دانشمند، تاریخ شاهد پیدایش و سپس تکثر انسانهایی خاص است که وی «درون رهبر»^۲ می‌خواند.

«رایزمن» دوره سوم را دوران پیدایش انسان «دگر رهبر»^۳ می‌داند. به عقیده او، این دوران در تاریخ بشر به عنوان دورانی ثبت خواهد شد که در آن دیگران (صاحبان وسایل ارتباطی) الگوی حیات اجتماعی را می‌سازند (به نقل از ساروخانی، ۱۳۸۱، صص ۵۵-۵۱).

رسانه‌های جمعی زمینه‌های مشارکت و دخالت مردم در جامعه را فراهم می‌آورند و به افراد کمک می‌کنند به عرصه اجتماع وارد شوند، با افراد جامعه تعامل داشته باشند و هویت مشترکی را احراز کنند. به عقیده «لرنر»^۴ به همان نسبت که پیوند مردم با وسایل ارتباط جمعی محکم‌تر می‌شود، مشارکت اجتماعی و جامعه‌پذیری نیز با درک دیگران افزایش می‌یابد. بنابراین، وسایل ارتباط جمعی، هم عامل و هم نشان‌دهنده تعلق اجتماعی انسانهاست (به نقل از ساروخانی، ۱۳۸۱، ص ۹۳).

«رابرت پارک»^۵ و «بلومر»^۶ رابطه جامعه و رسانه‌های همگانی را به لحاظ یکپارچگی، با دیدی بدبینانه مورد کنکاش قرار داده‌اند؛ چنان که «با محور قرار دادن رسانه‌های همگانی در عرصه فناوری ارتباطات، این رسانه‌ها را مسئول بسیاری از نابسامانیهای جامعه مدرن، از جمله شقاق اجتماعی می‌دانند (مقصودی، ۱۳۷۶، ۱۷۹). همچنین، به

1 Traditional directed.

2. Inner directed.

3. Other directed.

4. Lerner.

5. Park.

6. Blumer.

نظر «گیدنز»^۱، با جهانی شدن فزاینده رسانه‌های ارتباط جمعی، راه‌های تازه‌ای برای انتخاب در برابر شخص قرار می‌گیرد (گیدنز، ترجمه صبوری، ۱۳۷۴، ص ۱۲۴). گیدنز نظر خود را در مورد رسانه‌های نوین ارتباطی از جمله اینترنت و شبکه‌های ماهواره‌ای، چنین خلاصه می‌کند: «رسانه‌های نوین ارتباطی با گذشتن از مرزهای زمان و مکان، عامل سردرگمی، بی‌ثباتی و بی‌نظمی هستند» (به نقل از اسلوین، ترجمه گیلوری و رادباره ۱۳۸۰، ص ۱۴۰).

رشد اجتماعی یکی از جنبه‌های مهم رشد انسان است. ذاتی بودن زندگی جمعی در انسانها ضرورت تماس با دیگران و نیز توجه به این جنبه از رشد را به عنوان امری گریزناپذیر جلوه می‌دهد (حسین‌چاری، ۱۳۸۴، ص ۲۴). نهادهای اجتماعی و عملکردها آنها عامل مؤثری در فرایند رشد اجتماعی و نحوه بر عهده گرفتن نقشهای حال و آینده هر فرد است. تأثیر این نهادها بتدریج و طی سنین و مراحل مختلف اعمال می‌شود. اجتماعی شدن انسان، به چگونگی پیشرفت و عملکرد او در محیطهای اجتماعی بستگی دارد (لطف‌آبادی، ۱۳۶۹، ص ۲۱). به نظر «الیوت و گرشام»^۲، مهارتهای اجتماعی و ارتباطی از مهم‌ترین پیامدهای فرایند آموزش یا تعلیم و تربیت است (الیوت، ۱۹۹۳، ص ۲۸۹).

روابط اجتماعی، چگونگی برقراری و ابعاد آن، سابقه‌ای به درازای حیات جمعی بشر، یعنی به اندازه عمر انسان دارد. در سالهای اخیر، توجه زیادی به موضوع مهارتهای اجتماعی از جانب پژوهشگران صورت گرفته است (هارجی، ترجمه بیگی و فیروز بخت، ۱۳۷۷، ص ۳۱). به نظر «سگرین»^۳ تقریباً تمام محققان علوم اجتماعی به این موضوع علاقه نشان داده‌اند (سگرین، ۱۹۹۲، ۱۲۱). اهمیت این حوزه پژوهشی تا بدان حد پیش رفته است که برخی آن را یکی از انواع هوش عملی^۴ در انسان دانسته‌اند

1. Giddens.
2. Eliot & Gresham.
3. Segrin.
4. Practical intelligence.

تحلیل نقش رسانه‌های جمعی بر مهارت‌های ارتباطی دانشجویان ... / ۱۳۳

(استرنبرگ، ۱۹۸۶، ص ۸). مفهوم هوش عاطفی^۱ که طی دو دهه اخیر وارد ادبیات روان‌شناختی شده (یوسفی، ۱۳۸۲) نیز مبین اهمیت مهارت‌های اجتماعی و رفتار هوشمندانه در این عرصه است که توجه پژوهشگران زیادی را به خود جلب کرده است (یوسفی، ۱۳۸۱، ص ۱۴۸).

کنش اجتماعی مؤثر، مستلزم توان برقراری رابطه‌ای پویا و متقابل - حداقل در سطح بین‌فردی - است. بدین سان، اگر فرد بتواند با فردی دیگر رابطه مؤثری برقرار کند، یا به تعبیر «باندورا» از خودکارآمدی یا خوداثربخشی^۲ شخصی برخوردار باشد، معقول است که انتظار داشته باشیم در سطوح بالاتر روابط اجتماعی نیز عملکردی موفق خواهد داشت (باندورا، ۱۹۹۷).

مهارت‌های ارتباط اجتماعی را می‌توان مشتمل بر مهارت‌های فرعی متفاوتی دانست. توانایی گوش دادن فعالانه، به عنوان یک مهارت اساسی در روابط بین‌فردی مورد توجه قرار گرفته است. گوش دادن مؤثر، عبارت است از مشارکت فعال در یک گفت‌وگوشنود؛ فعالیتی که گوینده را در انتقال منظور خویش یاری می‌کند (امین چهارسوقی، ۱۳۸۱) و هدف از آن، تأمین این منظور است که گوش‌دهنده به آنچه گفته می‌شود، گوش دهد نه این که حدس بزند. در پایان یک گفت و شنود، شنونده فعال کسی است که از آنچه گفته شده و آنچه از محتوای این گفت و شنود بر می‌آید، شناختی دقیق کسب کند. گوش دادن مؤثر هرچند یک مهارت اکتسابی و مستلزم تلاش فراوان است، اطلاعات بیشتر، تفاهم متقابل و نتایج ارزنده‌ای را در پی دارد و مانند بسیاری از مهارت‌های ارتباطی، یک فرایند دو طرفه (تعاملی) است (یوسفی، ۱۳۸۱، ص ۱۴۸).

کنترل عواطف به عنوان مقوله دیگری از مهارت‌های ارتباطی، نقش مهمی در برقراری، تداوم و سلامت روابط اجتماعی ایفا می‌کند. مفهوم هوش هیجانی تا حد زیادی ناظر به اهمیت و تأثیر این جنبه از فرایند روابط اجتماعی است. این مقوله ناظر به توان ابراز احساسات و کنترل آن و نیز کنار آمدن با عواطف دیگران است

1. Emotional intelligence.
2. Self efficacy.

(حسین چاری، ۱۳۸۴، ص ۲۴).

توانایی دریافت و ارسال پیامهای واضح ارتباطی، به عنوان یکی دیگر از مقوله‌های مربوط به مهارتهای ارتباطی، مورد توجه و امعان نظر قرار گرفته است (نپ، ۱۹۹۲). نه تنها دریافت و ارسال پیام به معنای عام، بلکه توانایی کشف معنای حقیقی پیامهای کلامی و غیرکلامی در ارتباط اجتماعی نیز حایز اهمیت است. در همین راستا، می‌توان از توانایی درک چگونگی تأثیرگذاری در روابط اجتماعی و نیز توانایی فهم دیگران سخن به میان آورد که از آن با عنوان بینش نسبت به فرایند ارتباط یاد می‌شود. علاوه بر آن، قاطعیت یا فعال بودن در ارتباط نیز به مثابه یکی دیگر از مهارتهای ارتباطی مطرح است. این مهارت که ناظر به توان ابراز عقاید و احساسات خاصی است، که با وجود معقول بودن، گاهی اوقات با هنجارهای گروهی همخوانی ندارد. همچنین، برخورداری از جسارت است بدان حد که فرد بتواند صرف‌نظر از واکنش عاطفی دیگران، سؤالها و ابهامهای خود را بیان کند (حسین چاری، ۱۳۸۴، ص ۲۴).

علاوه بر آنچه مطرح شد، توانایی دفاع از عقاید و نظرهای خود و مقاومت بر دیدگاه‌های منطقی و معقول خویش را می‌توان از جمله مقوله‌هایی دانست که در زمره مهارتهای ارتباطی می‌گنجد. همچنین، برخی عاداتهای ارتباطی خاص افراد نیز وجود دارد که برقراری، تداوم و پایان‌بخشی به ارتباط متقابل را تسهیل می‌کند و هر فرد بنا به فراخور شخصیت و حتی فرهنگ خود، می‌تواند دارای چنین عاداتی باشد (حسین چاری، ۱۳۸۴، ص ۲۴). با توجه به اهمیت مهارتهای ارتباطی و نظر به اینکه در جامعه اطلاعاتی هزاره سوم، برخورداری از مهارتهای ارتباطی، برای تمام افراد به‌طور عام و جامعه علمی و آموزشی به طور خاص حایز اهمیت است و با توجه به نقش رسانه‌ها در تبیین و تکوین این مهارتها، پژوهش حاضر با این هدف انجام شده که نقش رسانه‌ها و ارتباط متقابل آنها را با مهارتهای ارتباطی، بررسی کند (حسین چاری، ۱۳۸۴، ص ۲۴).

فرضیه‌ها

۱. بین جنسیت و مهارتهای ارتباطی، رابطه وجود دارد.

۲. بین سن افراد و مهارت‌های ارتباطی، رابطه وجود دارد.
۳. بین وضعیت تأهل و مهارت‌های ارتباطی، رابطه وجود دارد.
۴. بین مقطع تحصیلی و مهارت‌های ارتباطی، رابطه وجود دارد.
۵. بین پایگاه اقتصادی- اجتماعی و مهارت‌های ارتباطی، رابطه وجود دارد.
۶. بین میزان استفاده از رسانه‌های داخلی و مهارت‌های ارتباطی، رابطه وجود دارد.

روش‌شناسی

مهارت‌های ارتباطی دانشجویان، اصلی‌ترین متغیر وابسته پژوهش حاضر است. جامعه آماری پژوهش تمامی دانشجویان دختر و پسر دانشگاه علوم پزشکی اصفهان در مقاطع کارشناسی، کارشناسی ارشد، دکترای حرفه‌ای و دکترای تخصصی را که در سال تحصیلی ۱۳۸۹-۱۳۹۰ مشغول به تحصیل بوده‌اند، تشکیل می‌دهد. حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران، ۳۹۰ نفر تعیین شد. شیوه نمونه‌گیری در مرحله اول، طبقه‌ای بود و در مرحله دوم از نمونه‌گیری سهمیه‌ای استفاده شد. روش تحقیق از نوع پیمایشی مقطعی است که در آن برای گردآوری داده‌ها از ابزار پرسشنامه استفاده شده است. پس از جمع‌آوری داده‌ها، توصیف و تحلیل آنها به کمک نرم‌افزار آماری spss صورت گرفت. در پژوهش حاضر از آزمون مهارت‌های ارتباطی^۱ نسخه تجدید نظر شده به عنوان ابزار جمع‌آوری اطلاعات استفاده شده است. این آزمون که توسط «کوئین‌دام»^۲ برای سنجش مهارت‌های ارتباطی در بزرگسالان ابداع شده دارای ۳۴ عبارت (گویه) است که مهارت‌های ارتباطی را توصیف می‌کنند. برای تکمیل آن، پاسخگو باید هر گویه را بخواند و سپس میزان انطباق وضعیت فعلی خود را با محتوای آن روی یک طیف لیکرت پنج درجه‌ای از ۱ (برای هرگز) تا ۵ (برای همیشه) مشخص کند. مهارت‌های ارتباطی فرعی که در این مقیاس بررسی می‌شوند، شامل پنج مهارت گوش دادن، توانایی دریافت و ارسال پیام، بینش نسبت به فرایند ارتباط، کنترل عاطفی و ارتباط توأم با قاطعیت هستند.

1. Communication Skills Test-Revised.
2. Queendom.

روایی ابزار اندازه‌گیری با نظرسنجی از متخصصان تأیید شد. پایایی پرسشنامه نیز با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ $0/69$ محاسبه گردید که از اعتبار و همسانی درونی قابل قبولی برخوردار است.

متغیرهای مستقل

- جنس: متغیر اسمی دو حالتی
- سن: تعداد سالهایی است که از لحظه تولد فرد تا زمان حال سپری شده است.
- وضعیت تأهل: متغیر اسمی دو حالتی
- مقطع تحصیلی: متغیر اسمی با چهار گزینه کارشناسی، کارشناسی ارشد، دکترای حرفه‌ای، دکترای تخصصی.
- پایگاه اقتصادی - اجتماعی: منظور همان پایگاه اقتصادی - اجتماعی خانواده دانشجویان است. یک متغیر ترتیبی که با معرفهای میزان تحصیلات والدین، شغل والدین و میزان درآمد، اندازه‌گیری شده است.
- میزان استفاده از رسانه‌های جمعی: متغیر فاصله‌ای با هفت پرسش (شاخص) و شش گزینه اصلاً، خیلی کم، کم، متوسط، زیاد و خیلی زیاد.

توصیف داده‌ها

۷۳٪ به پرسشنامه دختر و ۲۷٪ پسر بودند. ۶۶٪ پاسخگویان بین گروه سنی ۲۰ تا ۲۵ سال بودند. ۳۵٪ از پاسخگویان متأهل و بقیه مجرد بودند. ۶۰٪ از نمونه مورد بررسی در مقطع دکترای حرفه‌ای، ۲۵٪ در مقطع کارشناسی و ۱۵٪ در مقطع کارشناسی ارشد و دکترای تخصصی قرار داشتند. ۵۵/۳٪ متعلق به پایگاه اقتصادی - اجتماعی متوسط، ۳۱٪ متعلق به پایگاه اقتصادی - اجتماعی بالا و ۱۴/۷٪ متعلق به پایگاه اقتصادی - اجتماعی پایین بودند.

جدول ۱. اطلاعات توصیفی متغیرهای اصلی

متغیرها	میانگین	انحراف معیار	چاولگی	حداقل	حداکثر
اینترنت	۳/۵	۱/۲۵	-۰/۱۳	۱	۴
تلویزیون	۲/۶۲	۱/۰۳	۰/۳۵	۱	۴
لوح فشرده	۱/۷	۱/۴۴	۰/۷۱	۱	۴
رادیو	۱/۴	۱/۷۱	-۰/۹۳	۱	۴
مهارت‌های ارتباطی	۳/۹۰	۱/۰۵	-۰/۵۲	۱	۳

میزان استفاده از اینترنت در بین رسانه‌ها، بیشتر بوده است (۳/۵ ساعت در شبانه‌روز) و پس از آن تلویزیون (۲/۶۲ ساعت در شبانه‌روز) بیشترین استفاده را در میان پاسخگویان داشته است. متغیر وابسته پژوهش یعنی مهارت‌های ارتباطی با میانگین ۳/۹۰ و انحراف معیار ۰/۱۳ بوده است.

جدول ۲. رابطه مهارت‌های ارتباطی دانشجویان با متغیرهای جمعیتی تحقیق

متغیرهای مستقل	میانگین	کمیت t	درج آزادی	سطح معناداری
جنس	دختر	۲/۴	۳۸۸	۰/۰۱
	پسر			
سن	۳/۶۶	-۱/۳	۳۸۸	۰/۰۳
وضعیت تأهل	مجرد	۴	۳۸۸	۰/۰۰
	متأهل			
مقطع تحصیلی	۳/۹۰	-۶/۵	۳۸۸	۰/۰۰
پایگاه اقتصادی-اجتماعی	۳/۹۵	۱/۷	۳۸۸	۰/۰۴

میانگین مهارت‌های ارتباطی در بین دختران (۳/۹۸) بیشتر از پسران (۳/۵۹) است و این تفاوت در سطح ۰/۰۲ معنادار است. مهارت‌های ارتباطی در میان افراد مجرد (۳/۷) و

متأهل (۴) متفاوت است. به عبارتی، وضعیت تأهل، اثر مثبت و معناداری (۰/۰۴) بر مهارت‌های ارتباطی دارد. مهارت‌های ارتباطی با سن و مقطع تحصیلی رابطه مثبت داشته و این رابطه از نظر آماری معنادار است. پایگاه اقتصادی-اجتماعی افراد نیز، رابطه مثبت و معناداری با مهارت‌های ارتباطی دارد.

جدول ۳. رابطه بین میزان استفاده از رسانه‌های جمعی و ابعاد مختلف مهارت‌های ارتباطی

مهارت‌های ارتباطی	قاطعیت ارتباطی	بیش در ارتباط	گوش دادن	تنظیم عواطف	درک پیام	ابعاد	
						میزان استفاده	
۰/۲۴	۰/۱۲	۰/۱۱	۰/۱۵	۰/۱۰	۰/۱۷	ضریب همبستگی	۱
۰/۰۰	۰/۰۴	۰/۰۲	۰/۰۱	۰/۰۳	۰/۰۰	سطح معناداری	
۰/۲۳	۰/۱۰	۰/۱۰	۰/۱۴	۰/۱۸	۰/۱۲	ضریب همبستگی	۲
۰/۰۰	۰/۰۲	۰/۰۴	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۰۱	سطح معناداری	
۰/۱۰	۰/۱۰	۰/۰۹	۰/۰۲	۰/۰۹	۰/۱۰	ضریب همبستگی	۳
۰/۰۶	۰/۰۶	۰/۰۱	۰/۰۸	۰/۰۶	۰/۰۴	سطح معناداری	
۰/۱۵	۰/۱۰	۰/۴۶	۰/۱۱	۰/۱۸	۰/۱۳	ضریب همبستگی	۴
۰/۰۶	۰/۰۸	۰/۰۸	۰/۰۲	۰/۰۷	۰/۰۱	سطح معناداری	

جدول بالا نشان می‌دهد متغیر «لوح فشرده» و «رادیو» تأثیر معناداری بر مهارت‌های ارتباطی در مهارت‌های تنظیم عواطف، گوش دادن و قاطعیت ارتباطی ندارد. اما برعکس، اینترنت و تلویزیون به ترتیب بر تمام ابعاد مهارت‌های ارتباطی تأثیر مثبت و معناداری دارند. این نکته حکایت از قدرت و نفوذ این رسانه‌ها در شکل‌گیری و تکوین مهارت‌های ارتباطی دارد. هیچ‌یک از موارد ذکر شده، نقشی منفی بر مهارت‌های ارتباطی نداشته‌اند.

تحلیل رگرسیون چند متغیری

به منظور کنترل نتایج به‌دست آمده از تحلیلهای دو متغیری، از تحلیلهای چند

تحلیل نقش رسانه‌های جمعی بر مهارت‌های ارتباطی دانشجویان ... / ۱۳۹

متغیری در زمینه رگرسیون استفاده شد. در این مقاله از روش رگرسیون گام‌به‌گام استفاده شده است. رگرسیون، روشی است که در آن، قوی‌ترین متغیرها، یک‌به‌یک وارد معادله می‌شوند و این کار تا زمانی ادامه می‌یابد که خطای آزمون معناداری به ۰/۰۵ برسد (کلانتری، ۱۳۸۷، ص ۱۸۴).

با انجام این تحلیل در بین متغیرهای مستقل مورد نظر، متغیر میزان استفاده از رسانه‌های داخلی، برجستگی خاصی پیدا کرد، چنان‌که توانست در بین متغیرهای مستقل مورد توجه در این پژوهش، بالاترین سهم در تغییرات متغیر وابسته، یعنی مهارت‌های ارتباطی دانشجویان را به خود اختصاص دهد.

جدول ۴. نتیجه نهایی تحلیل چند متغیره

نام متغیر	B	R	R ²	R ²	SE	Beta	T	Sig
میزان استفاده از رسانه‌های داخلی	۰/۱۳	۰/۱۷	۰/۰۳	۰/۰۳	۰/۰۲	۰/۲۳	۴/۳۱	۰/۰۰
سن	-۰/۳۱	۰/۲۴	۰/۰۵	۰/۰۵	۰/۲۳	-۰/۲۵	-۴/۲۰	۰/۰۰
پایگاه اقتصادی- اجتماعی	-۰/۲۵	۰/۲۲	۰/۰۴	۰/۰۳	۰/۲۵	-۰/۲۲	-۴/۲۵	۰/۰۰
مقطع تحصیلی	-۰/۳۰	۰/۲۱	۰/۰۶	۰/۰۵	۰/۲۲	-۰/۲۱	-۴/۱۷	۰/۰۰
جنسیت	۰/۰۵	۰/۲۱	۰/۰۳	۰/۰۴	۰/۰۱	-۰/۲۰	-۳	۰/۰۰
وضعیت تأهل	۰/۲۶	۰/۴۰	۰/۲۵	۰/۲۰	۰/۰۵	۰/۱۵	۲/۷۵	۰/۰۰

همان‌طور که در جدول بالا مشاهده می‌شود، متغیر «جنسیت»، تأثیر معناداری بر مهارت‌های ارتباطی گذاشته است. علامت منفی ضریب رگرسیون در متغیر جنسیت به این معناست که مهارت‌های ارتباطی نزد زنان نسبت به مردان ۰/۲۵ بیشتر است. این تفسیر برای متغیر وضعیت تأهل نیز صادق است؛ یعنی در بین افراد متأهل، مهارت‌های ارتباطی ۰/۱۲ بیشتر است. همچنین، با افزایش پایگاه اقتصادی - اجتماعی و مقطع تحصیلی، مهارت‌های ارتباطی نیز افزایش می‌یابد.

نتیجه‌گیری

یافته‌های تحقیق حاضر نشان می‌دهد در بین رسانه‌های داخلی، تلویزیون و در میان رسانه‌های جهانی، اینترنت، بیشترین تعداد مخاطبان و بیشترین تأثیرگذاری بر مهارت‌های ارتباطی را داشته‌اند. در مجموع، اینترنت و تلویزیون بیشترین تأثیر را بر مهارت‌های ارتباطی داشته‌اند.

فرضیه نخستین پژوهش مبنی بر وجود رابطه بین جنس و مهارت‌های ارتباطی، به وسیله یافته‌های تجربی تأیید شد. «دوروتی اسمیت»^۱ یکی از نظریه‌پردازان زن‌محور، جنسیت را اصلی‌ترین مقوله تحلیل اجتماعی به‌شمار می‌آورد. به نظر وی، جنسیت به خویشتن، نهادها، فرهنگ و سیاست جامعه ساختار می‌بخشد (سیدمن، ترجمه جلیلی، ۱۳۸۶، ص ۲۷۴).

بر اساس نتایج به‌دست آمده، گرایش به مهارت‌های ارتباطی در نزد زنان بیشتر از مردان است. چنین امری بنا به نظر اسمیت، می‌تواند ریشه در جامعه‌پذیری نقش‌های جنسیتی در بین زنان و مردان داشته باشد. جامعه‌پذیری جنسیتی از خانواده شروع می‌شود و با عوامل دیگری چون نظام آموزشی، رسانه‌ها و گروه همسالان بسط می‌یابد. نحوه برخورد والدین با فرزندان باعث می‌شود ویژگی‌هایی همچون پرخاشگری، موفقیت، رقابت، اتکای به نفس و استقلال، بیشتر از پسرها مورد انتظار باشد. همچنین، بیشتر به پسرها توصیه می‌شود برای احقاق حق خود ایستادگی کنند. در عوض، از دختر انتظار می‌رود سازش کند، صلح‌جو باشد، اختلافها را نه با جنگ و جدال، بلکه با صحبت حل و فصل کند، مهربان و مراقبت‌کننده باشد. مردها با هدف توسعه مهارت‌ها و استعدادهای اقتصادی و رقابتی‌شان در محل کار تربیت می‌شوند. آنها می‌آموزند که در مقابل سلطه‌جویی دیگران مقاومت کنند (هومین فر، ۱۳۸۲، ص ۹۴).

دومین فرضیه تحقیق، وجود رابطه بین سن دانشجویان و مهارت‌های ارتباطی بوده است. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد با افزایش سن، مهارت‌های ارتباطی نیز در

1. Dorothy Smith.

تحلیل نقش رسانه‌های جمعی بر مهارت‌های ارتباطی دانشجویان ... / ۱۴۱

دانشجویان ارتقا می‌یابد. چنین امری می‌تواند معلول روندهای جهانی شدن و آشنایی و مواجهه با مکاتب فکری باشد.

فرضیه سوم، حکایت از رابطه بین وضعیت تأهل و مهارت‌های ارتباطی دارد که مورد تأیید قرار گرفت؛ به این صورت که مهارت‌های ارتباطی نزد متأهلان بیشتر از مجردهاست. چنین امری تأثیر ویژگی‌های روان‌شناختی در مهارت‌های ارتباطی را نشان می‌دهد.

چهارمین فرضیه، به مقطع تحصیلی دانشجویان مربوط می‌شود. نتایج نشان می‌دهد با بالا رفتن مقطع تحصیلی، مهارت‌های ارتباطی دانشجویان افزایش می‌یابد. احکام صادره برای فرضیه دوم به علاوه ضریب هوشی افراد، می‌تواند در این مقوله تأثیرگذار باشد. فرضیه پنجم نیز همچون سایر فرضیه‌ها، توسط داده‌های تجربی اثبات و تأیید شد. دانشجویانی با پایگاه اقتصادی - اجتماعی بالا، از سطوح بالایی از مهارت‌های ارتباطی بهره‌مند هستند. چنین امری می‌تواند معلول سبک زندگی، اشتغال‌های فرهنگی، سرمایه اقتصادی و فرهنگی، ترجیحات و معیارهای فرهنگی افراد با پایگاه اقتصادی - اجتماعی بالا باشد.

فرضیه آخر، وجود رابطه بین میزان استفاده از انواع رسانه‌های جمعی و مهارت‌های ارتباطی است. رسانه‌های جمعی در شکل‌دهی به عقاید، نگرشها، هویتها و رفتار، تأثیرهای اساسی دارند. «گربر» معتقد است درسهایی که ما از دوران کودکی از تلویزیون می‌آموزیم، احتمالاً پایه‌هایی برای جهان‌بینی وسیع‌تر می‌گردند. تلویزیون منبع معناداری از ارزشهای عمومی، عقاید قالبی، ایدئولوژیها و دیدگاه‌هاست. طبق یافته‌های تجربی، افرادی که بیشتر مخاطب اینترنت، ماهواره و تلویزیون هستند، از سطوح بالاتری از مهارت‌های ارتباطی بهره‌مندند. این یافته‌ها مبین وجوه شکل‌گیری واقعیت اجتماعی از طریق رسانه‌های جمعی را نشان می‌دهد.

در پایان، به منظور کنترل نتایج به دست آمده، از رگرسیون چند متغیره استفاده شد. نتیجه رگرسیون چند متغیره نشان داد متغیرهای «میزان استفاده از رسانه‌های خارجی» و «سن»، بیشترین ضریب همبستگی (۰/۲۵-) را با متغیر مهارت‌های ارتباطی دارند و متغیر

وضعیت تأهل دانشجویان، کمترین ضریب (۰/۱۵) با متغیر وابسته تحقیق یعنی مهارت‌های ارتباطی را دارد. پس از «سن» و «میزان استفاده از رسانه‌های خارجی»، «میزان استفاده از رسانه‌های داخلی»، «پایگاه اقتصادی - اجتماعی»، «مقطع تحصیلی»، «جنسیت» و «وضعیت تأهل» به ترتیب از سهم بیشتری در تأثیرگذاری بر مهارت‌های ارتباطی برخوردار بودند.

منابع

- اسلوین، جیمز (۱۳۸۰). *اینترنت و جامعه* (ترجمه عباس گیلوری و علی رادبارة). تهران: کتابدار.
- امین چهارسوقی، حامد (۱۳۸۱). بررسی کارکرد مهارت گوش دادن موثر در سازمان. تدبیر، *ماهنامه علمی - آموزشی در زمینه مدیریت* ۲ (۹): ۱۰-۲۳.
- حسین چاری، مسعود و محمدمهدی فداکار (۱۳۸۴). *بررسی تأثیر دانشگاه بر مهارت‌های ارتباطی بر اساس مقایسه دانش‌آموزان و دانشجویان*. دانشور رفتار، ۱۲.
- ساروخانی، باقر (۱۳۸۱). *جامعه‌شناسی ارتباطات*. تهران: اطلاعات.
- سعیدیان، ایما و مینو نیکو (۱۳۷۶). *رویکرد استفاده و رضامندی از رسانه‌ها*. پژوهش و سنجش ۱۱ (۱۴).
- سیدمن، استیون (۱۳۸۶). *کشاکش آراء در جامعه‌شناسی* (ترجمه هادی جلیلی). تهران: نی.
- قمری، داریوش (۱۳۸۴). *همبستگی ملی در ایران*. تهران: موسسه مطالعات ملی.
- کلانتری، خلیل (۱۳۸۷). *پردازش و تحلیل داده‌ها در تحقیقات اجتماعی - اقتصادی*. تهران: فرهنگ صبا.
- کوهستانی، حسین (۱۳۷۵). بررسی عوامل مؤثر در برقراری ارتباط بین آموزشگران و فراگیران در دوره‌های آموزشی ترویج در استان آذربایجان شرقی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. تهران: دانشگاه تربیت مدرس.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۷۴). *جامعه‌شناسی* (ترجمه منوچهر صبوری). تهران: نی.
- لطف‌آبادی، حسین (۱۳۶۸). *جریان اجتماعی شدن و آموزش مهارت‌های اجتماعی به کودکان*. مقدمه‌ای بر ترجمه کتاب آموزش مهارت‌های اجتماعی به کودکان. توسط جی کارتلیج و جی اف میلبرن، ترجمه شده توسط محمدحسین نظری‌نژاد، چاپ سوم، ۱۳۷۵، مشهد: موسسه چاپ و انتشارات آستان قدس رضوی.

تحلیل نقش رسانه‌های جمعی بر مهارت‌های ارتباطی دانشجویان ... / ۱۴۳

- مقصودی، مجتبی (۱۳۷۶). نظریاتی چند درباره ارتباطات. *فصلنامه پژوهش‌سنجش*، ۱۱ (۴): ۷۶-۹۰.

- هارجی، اون؛ کریستین ساندرز و دیوید دیکسون (۱۳۷۷). *مهارت‌های اجتماعی در ارتباطات میان‌فردی*، ترجمه خشایار بیگی و مهرداد فیروزبخت. چاپ اول، تهران: انتشارات رشد.

- هومین‌فر، الهام (۱۳۸۲). تحول جامعه‌پذیری جنسیتی. *پژوهش زنان* ۳ (۷): ۱۲-۱۹.

- یوسفی، فریده (۱۳۸۲). بررسی الگوی علی هوش عاطفی. رساله دکتری، شیراز: دانشگاه شیراز.

- یوسفی، فریده و محمد خیر (۱۳۸۱). بررسی پایایی و روایی مقیاس سنجش مهارت‌های اجتماعی

ماتسون و مقایسه عملکرد دختران و پسران دبیرستانی در این مقیاس. *مجله علوم اجتماعی و*

انسانی دانشگاه شیراز ۱۸ (۲): ۱۴۷۷-۱۵۸.

- Bandura, A. 1997. Self-efficacy: The exercise of control. New York: W.H.Freeman.
- Elliot, S. & Greshman, F.M. 1993. Social skills interventions for children. *Behavior Modification* 17 (3): 287-313.
- Knapp, M.L. 7 Hall, J. 1992. *Nonverbal Communication in Human Intraction*, 3rd edition. New York: Holt Rinehart and Winston.
- Segrin, C. 1992. Specifying the nature of social skill deficits associated with depression. *Human Communication Research* 19: 89-123.
- Sternberg, R.J. 1986. The nature an scope of practical intelligence. In Sternberg and R.A. Wagner (Eds.), *Practical Intelligence*. (pp. 1-12). Cambridge: Cambridge University Press.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی