

## عوامل موثر در پیشرفت سواد رسانه‌ای در میان دانشجویان

دکتر سید وحید عقیلی\*

صغری راسخ محمدی\*\*

### چکیده

این مقاله در راستای تبیین عوامل موثر در پیشرفت سواد رسانه‌ای در میان دانشجویان، نخست به بیان مسئله و طرح موضوع پرداخته و سپس اهداف، سوالات و فرضیات تحقیق مطرح می‌گردد. در ادامه ضمن معرفی جامعه و نمونه‌آماری، روش پژوهش و روش تجزیه و تحلیل داده‌ها معرفی شده و نهایتاً متغیرهای تحقیق تشریح می‌گردند. این مقاله تاکید دارد که سواد رسانه‌ای به عنوان یکی از ابزارهای مهم برای توسعه جوامع و نظارت بر عملکرد بخشهای مختلف اجتماع بوده و برای همین منظور باید برای افزایش سواد رسانه‌ای در بین دانش‌آموزان و دانشجویان، علاوه بر اینکه سیاست‌گذارهای اصولی انجام گیرد از مشارکتهای مردمی نیز استفاده شود.

### واژگان کلیدی

سواد رسانه‌ای

\* عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات.

\*\* فارغ التحصیل رشته علوم ارتباطات اجتماعی از واحد علوم و تحقیقات دانشگاه آزاد اسلامی.

## مقدمه

رفتاری شوند، برنامه‌ها و محتوای رسانه‌های جمعی را کنترل می‌کنند. (منتظر قائم، ۱۳۸۱: ۹).

از دیدگاه جیمز پاتر همهی افراد، مهارت‌هایی را در مواجهه با پیام‌های رسانه‌ای کسب کرده و اطلاعاتی را نیز به دست آورده‌اند بنابراین فردی نیست که اصلاً سواد رسانه‌ای نداشته باشد. در مقابل فردی هم نیست که کاملاً از نظر رسانه‌ای باسواد باشد. سواد رسانه‌ای یک پیوستار است که بر روی آن درجاتی وجود دارند و همهی ما جایگاهی را بر روی آن به خود اختصاص می‌دهیم. با سواد رسانه‌ای شدن یک فرایند مداوم است و موقعیت ما بر روی این پیوستار می‌تواند به سطوح بالاتر ارتقاء یابد. افزایش سواد رسانه‌ای به مثابه سفری است به مقصد چشم اندازهای بهتر که از آن بتوان به رسانه نگریست و انتخاب‌های بهتر و هدفمندتری انجام داد. (Potter, 1998, p6).

در شرایط کنونی که دیش‌های ماهواره‌ای رفته‌رفته با ماها را به تسخیر خود درآورده‌اند و اینترنت به واقعیتی از زندگی تبدیل شده است، با دیدن شمایل عجیب و غریب بعضی از جوانان و شنیدن گویشی که هیچ غرابتی با ادبیات غنی‌این مرز و بوم ندارد، می‌توان پی برد که صرفاً با ممنوع کردن بهره‌وری از فناوری‌های نوین نمی‌توان با آنها مقابله نمود و تمایل جوانان را به استفاده از آنها کاهش داد. افراد جامعه باید از آگاهی و دانشی برخوردار شوند که بتوانند به درستی از رسانه استفاده کرده و از آثار سوء آن در حد ممکن در امان باشند. در زمانی که پرمخاطب‌ترین کتاب‌های ما رمان‌های عامه پسند می‌باشند و نشریات زرد، بیشترین تیراژ را دارند، سریال‌های نازل تلویزیونی با اقبال عامه روبرو شده و برنامه‌های بی‌مایه‌ی ماهواره‌ای و سایت‌های اینترنتی سرگرم‌کننده و مبتذل نقش مهمی را در پرکردن اوقات فراغت جوانان ما بازی می‌کنند پرداختن به امر سواد رسانه‌ای و بررسی عواملی که دانش رسانه‌ای افراد جامعه را افزایش دهد، ضرورت می‌یابد. امید است که نوشتار

رشد تکنولوژی‌های نوین ارتباطی، معنای با سواد بودن را در دنیای امروز تغییر داده است. در قرن بیست و یکم دیگر به فردی که خواندن و نوشتن می‌داند، باسواد اطلاق نمی‌شود. امروزه توانایی تعبیر و تفسیر پیام‌های رسانه‌ای نوعی سواد محسوب می‌شود که به همان اندازه خواندن و نوشتن ضروری و مهم می‌باشد. شهروندان جوامع رسانه‌ای در دنیایی زندگی می‌کنند که ویژگی‌های خاص خود را دارد و آشنایی هرچه بیشتر با این ویژگی‌ها و الزام‌های این جامعه موجب می‌شود که رسانه در خدمت افراد جامعه قرار گیرد نه اینکه آنها در خدمت رسانه باشند.

سواد رسانه‌ای را برخورداری از مهارت‌های کافی برای دریافت منتقدانه‌ی اطلاعات و پیام‌های رسانه‌ای تعریف می‌کنند و مفهوم گسترده‌تر آن به معنای دریافت، تجزیه و تحلیل، ارزشیابی و پردازش اطلاعات رسانه‌ای است. سطح سواد رسانه‌ای یک جامعه، مهم‌ترین عاملی است که افراد را در مواجهه با رسانه‌ها در حالت انتخاب یا انفعال قرار می‌دهد. سواد رسانه‌ای موجب می‌شود که مخاطبان با توانایی درک پیام‌های رسانه‌ای به تعبیر و تفسیر آنها پرداخته و از وضعیت مصرف‌کننده منفعل به مصرف‌کننده انتقادی رسانه‌ها تبدیل شوند.

سواد رسانه‌ای نهضتی علیه رسانه‌ها نیست بلکه عادات رسانه‌ای افراد را تغییر داده و با هوشیار کردن مخاطب به او می‌آموزد که چگونه از رسانه‌ها استفاده کند. شهروندانی که از سواد رسانه‌ای برخوردارند از طریق رسانه میزان آگاهی و توان دریافت اطلاعات را تقویت کرده و با همین توان در جهت تقویت روحیه انتقادی بیشتر حرکت می‌کنند و رابطه یک‌سویه و انفعالی را به یک جریان دوسویه و فعال تبدیل می‌کنند. به عقیده دکتر منتظر قائم، سواد رسانه‌ای یعنی مجموعه دانش و آگاهی‌هایی که افراد جامعه را به سمت کنترل درونی در زمینه بهره‌وری از رسانه‌های جمعی هدایت کند. بدین طریق افراد بدون این که دچار تعارض شخصیتی یا

حاضر گامی کوچک در جهت انجام پژوهش‌های دیگری در این زمینه باشد.

### بیان مسئله

امروزه ما در یک دنیای رسانه‌ای زندگی می‌کنیم. رسانه‌ها دنیا را به درون خانه‌های ما می‌آورند و دانش ما را در زمینه‌های مختلف وسعت می‌بخشند. آنها می‌توانند با بردن ما به اعماق دریاها، فضای لایتناهی و گذشته‌های دور، اطلاعاتی را به ما بدهند که خود نمی‌توانیم تجربه کنیم. ما برای داشتن آنچه در محیط اطرافمان رخ می‌دهد وابسته به رسانه‌ها هستیم و بیشتر اطلاعاتمان را از آنها می‌گیریم. در واقع به نظر می‌رسد که انسان نمی‌تواند از رسانه اجتناب کند و رسانه، عنصر جدایی ناپذیر حیات انسان شده است. رسانه‌های عصر نوین با بهره‌گیری از آخرین دستاوردهای تکنولوژیکی و علمی در زمینه‌های روانشناسی، جامعه‌شناسی، علوم سیاسی و ارتباطات به حاکمان بلامنازع در جهان امروز تبدیل شده‌اند. آنها با احاطه بر تولید و توزیع اطلاعات، پوشش علایق و تفکرات متنوع و حضور فراگیر در میان جوامع، مخاطبان را در معرض حجم وسیع اطلاعات و امواج همیشگی پیام‌ها قرار می‌دهند.

دکتر ساروخانی با نامیدن عصر حاضر به عنوان زمانه رسانه‌ای معتقد است: «با گسترش ارتباطات و رسانه‌ها به نظر می‌رسد که انسان جدیدی ظهور کرده است که از ویژگی‌های او مصرف بسیار زیاد رسانه‌ای و به عبارتی اعتیاد رسانه‌ای می‌باشد و به نوعی دچار اثر بلع در حوزه رسانه‌ها شده است یعنی انسان رسانه‌ای جهان بینی و اندیشه خود را از رسانه‌ها می‌گیرد و دنیا را از روزه رسانه‌ها ادراک می‌کند و بدن هیچ تردید اندیشه رسانه‌ای را می‌بلعد و به ذهن می‌سپارد» (ساروخانی، ۱۳۸۴: ۱۸).

جهان آینده به طور روز افزونی تحت سلطه وسایل ارتباط جمعی و تکنولوژی‌های ارتباطی قرار خواهد گرفت و نسل‌های آینده بایستی با ساز و کارهای

تاثیرگذاری رسانه‌های جمعی آشنا شده و کنترل و نظارت بیشتری بر شکل‌گیری عقاید خود داشته باشند. جوانان باید دانش رسانه‌ای خود را افزایش داده و با رسانه‌ها منتقدانه برخورد کنند. دکتر کمالی پور با اشاره به ضرورت آشنایی جوانان با اهداف رسانه‌ها می‌گوید: «قدرت رسانه‌ها در این است که مخاطبین به طور ناخودآگاه با یک دیدگاه، رفتار و گفتار بخصوص هماهنگ می‌شوند. جوانان باید دریابند که اهداف رسانه‌ها چیست و چگونه بدون آن که خود بخواهند به طور زیرکانه به افکار، کردار و رفتارشان شکل می‌دهند» (کمالی پور، ۱۳۸۵، اینترنت ۳).

برای آن که بتوانیم در مواجهه با اطلاعات رسانه‌ای فعالانه عمل کرده و با درک آثار و پیامدهای مثبت و منفی پیام‌های رسانه‌ای به گزینش آنها بپردازیم نیازمند دانشی هستیم که به آن سواد رسانه‌ای گفته می‌شود. سواد رسانه‌ای فرد را قادر می‌سازد تا اطلاعات بی‌فایده را غربال کرده و اطلاعات سودمند را در قالب یک الگوی مفید به دانش تبدیل کند. وی می‌تواند با تشخیص تأثیرات منفی رسانه‌ها از خود در برابر اثرات ناخواسته محافظت نموده و خود را در جهت اثرات مثبت رسانه‌ها قرار دهد. از نظر دکتر شکرخواه "هدف سواد رسانه‌ای تنظیم یک رابطه منطقی و مبتنی بر سود است که زمانی که در برابر رسانه‌ها قرار می‌گیریم چه چیزهایی را از دست می‌دهیم و در مقابل زمان و هزینه‌ای که صرف می‌کنیم چه منفی را به دست می‌آوریم" (شکرخواه، ۱۳۸۲، ص ۱۰۲). سواد رسانه‌ای به مخاطب کمک می‌کند تا آگاهی خود را بالا برده و فقط برای تفریح و سرگرمی از رسانه‌ها استفاده نکند. این دانش مهارت‌های لازم را برای برقراری ارتباطی آگاهانه و متفکرانه با رسانه‌ها می‌آموزد و روحیه انتقادی را در وی تقویت می‌کند تا بتواند با محتوای رسانه‌ها برخورد منتقدانه نموده و با تجزیه و تحلیل پیام‌ها به تعبیر و تفسیر آنها بپردازد.

وبلاگ‌های اینترنتی، این پرسش‌ها مطرح می‌شوند که چرا افراد انتخاب‌های برگزیده‌تری از رسانه ندارند و علت رویکرد آنان به رسانه‌های نازل چیست؟ در پاسخ باید گفت که هرچه برخورداری مخاطبان از سواد رسانه‌ای بیشتر باشد آنها مشکل پسندتر شده و دیرتر اقتناع می‌شوند و کیفیت بالاتری را بر در برخورد با رسانه‌ها طلب می‌کنند و در نتیجه نوع مطالبات آنها نیز متفاوت خواهد بود. سواد رسانه‌ای و توسعه‌ی آن نحوه استفاده‌ی صحیح از رسانه را به مخاطب می‌آموزد و کمک می‌کند تا مناسب‌ترین رسانه را برای ارتباط انتخاب کند و تنها از سر عادت و به خاطر تفریح و سرگرمی به رسانه روی نیاورد. هرچه سطح سواد رسانه‌ای جوانان بالاتر رود کمتر تحت تأثیرات منفی رسانه‌ها قرار می‌گیرند و بهره‌مندی آنها از رسانه‌ها هدفمندتر و گزیده‌تر خواهد شد. با توجه به قدرت رسانه‌ها در تأثیرگذاری بر مخاطبان و ضرورت ارتقای سواد رسانه‌ای، این تحقیق بر آن است که به بررسی عوامل موثر در پیشرفت سواد رسانه‌ای در میان دانشجویان از دیدگاه متخصصان علوم ارتباطات بپردازد تا بتوان با شناخت راهکارهای مناسب، دانش و آگاهی مخاطبان به ویژه جوانان را در زمینه بهره‌وری از رسانه‌های جمعی افزایش داده و شرایطی ایجاد نمود که بیش از آن که رسانه‌ها از آن استفاده کنند، آنها از رسانه‌ها سود ببرند. از دیگر اهداف آن ارائه تعاریف و مفاهیم سواد رسانه‌ای، بیان اهمیت موضوع، بررسی دلایل و لزوم فراگیری آن می‌باشد. هم‌چنین این تحقیق به دنبال آن است که با اشاره به مفاهیم سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی و بیان ویژگی‌های آنان تفاوت این دو مقوله را با یکدیگر بررسی نماید.

#### سوالات تحقیق

- ۱) نقش مراکز آموزشی و فرهنگی در رابطه با توسعه سواد رسانه‌ای چیست؟
- ۲) وظایف دولت در خصوص ارتقاء سواد رسانه‌ای و افزایش سطح فرهنگ رسانه‌ای شهروندان چه می‌باشد؟

دستیابی افراد جامعه به سطوح بالای سواد رسانه‌ای موجب می‌شود که نگاه آنها به برنامه‌های رسانه‌ای تخصصی‌تر شده و خواهان کیفیت بیشتری در امر برنامه‌ریزی باشند. در این صورت مخاطب دیگر فردی ناتوان نیست که بدون پرسش در برابر رسانه‌ها قرار گیرد و مصرف‌کننده‌ای منفعل و بی‌هدف باشد. واکنش مخاطبان نسبت به تولیدات رسانه‌ای باعث می‌شود که رسانه‌ها ذائقه، سلیقه و اندیشه مخاطب را در نظر گرفته و به دنبال شناخت مخاطبان و پاسخگویی به نیازهای آنها باشند. با ارزیابی مداوم عملکرد رسانه‌ها، دیگر رسانه‌ها نمی‌توانند هزینه زیادی را صرف تولید برنامه‌های نازل کنند و به ارتقاء کیفی برنامه‌ها توجه لازم را نکنند. بدین ترتیب نگرش مخاطبان در تدوین سیاست‌ها و خط مشی‌های رسانه لحاظ شده و مشارکت آنان در این امر به اعتبار رسانه می‌افزاید. با افزایش سواد رسانه‌ای مخاطب می‌داند از رسانه چه می‌خواهد و رسانه‌ها نیز در رویارویی با مخاطب می‌دانند که مخاطب چه می‌خواهد. اهمیت سواد رسانه‌ای و ضرورت آن، سالهاست که در کشورهای پیشرفته مورد توجه قرار گرفته و نهادهای دولتی و غیردولتی در جهت آموزش و گسترش آن در میان اقشار مختلف، تلاش می‌کنند. در کشور ما چند سالی است که صاحب‌نظران حوزه ارتباطات و رسانه‌ها با پرداختن به موضوع سواد رسانه‌ای، تعاریف و مفاهیم گوناگونی را از آن ارائه نموده‌اند. این مقاله بر آن است که با توجه به اهمیت روز افزون سواد رسانه‌ای و لزوم آشنایی کامل افراد جامعه به ویژه دانشجویان به بررسی عوامل موثر بر پیشرفت سواد رسانه‌ای بپردازد و نظر متخصصان علوم ارتباطات را در این زمینه جویا شود.

#### اهداف تحقیق

با بررسی عادات رسانه افراد جامعه و نحوه بهره‌مندی آنان از رسانه‌های مختلف از مطالعه کتاب، روزنامه و نشریات گرفته تا تماشای تلویزیون و فیلم‌های سینمایی، شنیدن موسیقی، استفاده از سایت‌ها و

۶) بین شهروندان آشنا با سواد رسانه‌ای و تقویت ساختارهای دموکراتیک جامعه و آزادی‌های مدنی رابطه معنادار وجود دارد.

#### روش پژوهش

در تحقیق حاضر از روش پیمایشی (Survey) استفاده شده است. تحقیق پیمایشی یکی از روش‌های تحقیق اجتماعی رایج به شمار می‌رود که در آن به منظور آگاهی از افکار و نظرات دیگران و گردآوری اطلاعات در میان نمونه‌ای از پاسخگویان پرسشنامه توزیع می‌گردد.

#### جامعه آماری

جامعه آماری شامل گروهی از افراد است که دارای یک یا چند صفت مشترک می‌باشند. در این تحقیق جامعه مورد مطالعه، کلیه متخصصان علوم ارتباطات می‌باشند که در دانشگاه‌های دولتی و آزاد اسلامی تهران مشغول فعالیت علمی می‌باشند.

#### حجم نمونه و روش نمونه‌گیری

حجم نمونه گروه کوچکتری از جامعه است که برای مشاهده و تجزیه و تحلیل انتخاب شده و معرف کار جامعه می‌باشد. حجم نمونه در این بررسی، ۷۳ نفر از اساتید دانشگاه‌های علامه طباطبایی، دانشگاه تهران، دانشگاه آزاد واحد علوم و تحقیقات و واحد تهران مرکز می‌باشند که در رشته ارتباطات به صورت تمام وقت و مدعو، به تدریس مشغول می‌باشند. روش نمونه‌گیری، روش تمام شمارشی می‌باشد.

#### روش و ابزار گردآوری اطلاعات

برای گردآوری داده‌ها از روش پیمایشی و توزیع پرسشنامه استفاده شده است. جهت اعتبار پرسشنامه از اعتبار صوری استفاده شده است، بدین صورت که بعد از تهیه پرسشنامه و قبل از اجرای نهایی، پرسشنامه به

۳) تا چه حد می‌توان از وجود رسانه‌ها در جهت پیشرفت سواد رسانه‌ای بهره گرفت؟

۴) آیا تنوع و کثرت رسانه‌ها و استقلال آنها از منابع سیاسی و اقتصادی در پیشبرد اهداف سواد رسانه‌ای موثر می‌باشند؟

۵) آیا کارکرد رسانه‌ها و مراکز آموزشی در خصوص ارتقاء سطح سواد رسانه‌ای مخاطبان مطلوب می‌باشد؟

۶) آیا میان تقویت نهادهای مدنی در جهت تربیت شهروندان پرسشگر و کارآمد و افزایش سواد رسانه‌ای رابطه وجود دارد؟

۷) آیا سواد رسانه‌ای همان سواد اطلاعاتی است؟

۸) نقش منتقدین و صاحب نظران حوزه ارتباطات و رسانه‌ها در افزایش سواد رسانه‌ای چه می‌باشد؟

۹) مخاطبان رسانه‌ها تا چه حد در پیشرفت سواد رسانه‌ای خود نقش دارند؟

۱۰) آیا سواد رسانه‌ای یک جنبش ضد رسانه‌ای می‌باشد؟

۱۱) متخصصان علوم ارتباطات تا چه حد با مقوله سواد رسانه‌ای و اهمیت کسب آن آشنایی دارند؟

#### فرضیه‌های تحقیق

۱) بین میزان پیشرفت سواد رسانه‌ای و یادگیری مهارت‌های مطالعه و تماشای انتقادی رسانه‌ها رابطه‌ی معنادار وجود دارد.

۲) بین یادگیری یک زبان خارجی و پیشرفت در کسب سواد رسانه‌ای رابطه معنادار وجود دارد.

۳) بین انجام مطالعات تطبیقی توسط متخصصان علوم ارتباطات و پیشرفت سواد رسانه‌ای رابطه معنادار وجود دارد.

۴) بین آموزش مفاهیم سواد رسانه‌ای در مراکز آموزشی و افزایش سواد رسانه‌ای رابطه معنادار وجود دارد.

۵) بین پیشرفت سطح سواد رسانه‌ای و ایفای حرفه‌ای‌تر نقش‌های خبری، اطلاع رسانی و آموزشی رسانه‌ها رابطه معنادار وجود دارد.

تعدادی از اساتید ارائه گردید و سوالات مورد تایید در پرسشنامه گنجانده شد.

پرسشنامه حاوی سوالات باز و بسته (سوال آخر) می باشد که اکثر آنها با استفاده از طیف لیکرت و به صورت پنج گزینه ای بیان گردیده است. تعداد ۷۳ پرسشنامه در میان اساتید توزیع گردید که ۵۵ نفر از آنان به آن پاسخ دادند. در بخش ادبیات تحقیق نیز از روش کتابخانه ای با مطالعه کتب، مقالات و نشریات و مراجعه به سایت‌های اینترنتی استفاده شده است.

### روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

اطلاعات پس از جمع آوری با روش آمار توصیفی و استنباطی و از طریق نرم افزار SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. توصیف و تحلیل داده‌ها با استفاده از رسم جداول، نمودار و تفسیر آنها بر مبنای بررسی فراوانی‌ها و درصدگیری صورت گرفته است. همچنین از آزمون خی دو (کای اسکور) یک طرفه برای تعیین رابطه بین متغیرهای مستقل و وابسته و ضریب همبستگی کرامر برای تعیین شدت این رابطه استفاده شده است.

### تعاریف نظری و عملیاتی متغیرها

**متغیر وابسته:** در این تحقیق پیشرفت سواد رسانه‌ای متغیر وابسته می باشد.

### متغیرهای مستقل

**الف) تماشای انتقادی:** تماشای منتقدانه به معنی فعال بودن مخاطب به هنگام تماشا می باشد. یعنی مخاطب به جای پذیرش بی قید و شرط و سپردن احساسات خود به دست سازندگان برنامه‌ها باید رویکردی انتقادی و تحلیلی به تمام جوانب و مولفه‌های فنی و محتوایی برنامه داشته باشد. (رضایی بایندر، ۱۳۸۱:۱۳۸۲) سنجش دیدگاه‌های متخصصان در خصوص نقش یادگیری مهارت‌های مطالعه و تماشای انتقادی در

پرسشنامه از طریق سوال‌های یک و چهار با شاخص ترتیبی از طیف بسیار زیاد تا بسیار کم انجام شده است.

**ب) یادگیری زبان خارجی:** به معنای فراگیری یک زبان دوم می باشد به نحوی که فرد بتواند به غیر از زبان مادری به یک زبان دیگر تکلم نموده و توانایی استفاده از منابع نوشتاری و شنیداری موجود در آن زبان را داشته باشد. سنجش دیدگاه‌های متخصصان در خصوص نقش یادگیری یک زبان خارجی در پرسشنامه، از طریق سوال پنج با شاخص ترتیبی از طیف بسیار زیاد تا بسیار کم آمده است.

**ج) مطالعات تطبیقی:** به معنای مطالعه و تحقیق درباره موضوع یا طرحی که در کشورهای دیگر مورد بررسی و پژوهش قرار گرفته و با برنامه‌ریزی‌های انجام شده به مرحله اجرا درآمده است و محقق با استفاده از مطالعات و تجارب آنان و در مطابقت با شرایط جغرافیایی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی جامعه خویش چارچوبی برای طرح و اجرای آن در کشور تهیه می کند. سنجش دیدگاه‌های متخصصان در خصوص نقش مطالعات تطبیقی در پرسشنامه از طریق سوال شش با شاخص اسمی در دو گزینه بله و خیر انجام شده است.

**د) آموزش و مفاهیم سواد رسانه‌ای:** تبیین مفهوم رسانه‌ای و اهمیت آن در زندگی شهروندان، آموزش مخاطبان درمورد چگونگی کارکرد رسانه‌ها، آموزش تفکر انتقادی و نحوه کسب مهارت‌های کافی برای دریافت منتقدانه اطلاعات و فعال عمل نمودن در مواجهه با پیام‌های رسانه‌ای. سنجش دیدگاه‌های متخصصان درخصوص نقش آموزش مفاهیم سواد رسانه‌ای در پرسشنامه، از طریق سوال‌های هفت و هشت با شاخص ترتیبی از طیف بسیار زیاد تا بسیار کم آمده است.

**ه) نقش خبری، آموزشی و اطلاع رسانی رسانه:** وظیفه و نقش اساسی وسایل ارتباط جمعی، انتشار جریان رویدادهای اجتماعی می باشد و ایفای نقش‌های خبری و اطلاع رسانی به معنای آن است که

گیری انجام گرفته و سپس نمودارهای مربوطه ترسیم شده اند. سه جدول اول مربوط به ویژگی‌های پاسخگویان می باشند که جنس، سن و مرتبه‌ی علمی جامعه آماری را مورد بررسی قرار می دهد. در این بخش برای نمونه، جداول توزیع فراوانی و درصدی نظرات پاسخگویان درباره نقش تسلط به یک زبان دوم در افزایش سواد رسانه‌ای ارایه می گردد.

در بخش تحلیل یافته‌ها، پس از کد بندی مجدد داده‌ها (recode) جداول دو بعدی و نمودارها ترسیم شده اند که مربوط به فرضیه‌های تحقیق می باشند. با توجه به این که فرضیه‌های اول، چهارم و ششم در پرسشنامه هر کدام دارای دو سوال می باشند، پیش از کد بندی مجدد، عمل compute صورت گرفته و سپس با استفاده از آزمون‌های آماری و تجزیه و تحلیل آن‌ها، روابط بین متغیرها مورد بررسی قرار گرفته است. در این بخش نیز برای نمونه جدول و نمودار مربوط به فرضیه دوم پژوهش «بررسی رابطه بین یادگیری یک زبان خارجی و پیشرفت سواد آموزی رسانه‌ای ارایه می گردد.

جدول شماره (۱): فراوانی و درصدی نظرات پاسخگویان درباره نقش تسلط به یک زبان دوم در افزایش سواد رسانه‌ای

نقش تسلط به زبان فراوانی در افزایش سواد	فراوانی	درصد فراوانی	درصد معتبر	درصد تجمعی
بسیار زیاد	۱۹	۳۴/۵	۳۴/۵	۳۴/۵
زیاد	۲۷	۴۹/۱	۴۹/۱	۸۳/۶
متوسط	۸	۱۴/۵	۱۴/۵	۹۸/۲
کم	۱	۱/۸	۱/۸	۱۰۰
جمع	۵۵	۱۰۰	۱۰۰	

یافته‌های این جدول نشانگر آن است که ۴۹/۱ درصد از پاسخگویان (۲۷ نفر) نقش تسلط به یک زبان دوم را در افزایش سواد رسانه‌ای زیاد ارزیابی کرده اند،

رسانه‌ها اخبار و وقایع و رویدادهایی را که در گوشه و کنار جهان اتفاق می افتند، در حداقل زمان به گوش افراد برسانند و آنان را مطلع سازند. وسایل ارتباط جمعی در کنار متولیان آموزشی جامعه با پخش اطلاعات و معلومات جدید، وظیفه آموزشی را نیز انجام می دهند و ارزش‌ها و هنجارها را از یک نسل به نسل دیگر منتقل می کنند. سنجش دیدگاه‌های متخصصان در خصوص ایفای نقش‌های رسانه در پرسشنامه از طریق سوال سیزده با شاخص ترتیبی از طیف بسیار زیاد تا بسیار کم انجام شده است.

### و) تقویت ساختار دموکراتیک جامعه و

**آزادی‌های مدنی:** تقویت نهادهای مدنی و جلب مشارکت آگاهانه و داوطلبانه مردم در تصمیم‌گیری‌های جامعه، برخورد آزادانه آرا و اندیشه‌ها و احترام به آزادی‌ها و حقوق فردی و اجتماعی شهروندان. سنجش دیدگاه‌های متخصصان در خصوص نقش ساختارهای دموکراتیک جامعه در پرسشنامه از طریق سوال‌های نوزده و بیست با شاخص ترتیبی از طیف بسیار زیاد تا بسیار کم انجام شده است.

### ز) عملکرد دولت در رابطه با دسترسی

**شهروندان به اطلاعات:** به معنای آن است که دولت‌ها شرایطی را فراهم کنند که همگان بتوانند در جریان اطلاعات قرار گرفته و از آن استفاده کنند. سنجش دیدگاه‌های متخصصان در خصوص نقش عملکرد دولت در پرسشنامه از طریق سوال بیست و یک با شاخص ترتیبی از طیف بسیار زیاد تا بسیار کم انجام شده است.

### تجزیه و تحلیل داده‌ها

در این بخش، اطلاعات به دست آمده با استفاده از روش آمار توصیفی و استنباطی، مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است که شامل رسم جداول، نمودار و توصیف و تفسیر آنها می باشد.

در بخش توصیف یافته‌ها، پس از رسم جداول یک بعدی، تفسیر آنها بر مبنای بررسی فراوانی‌ها و درصد

## یافته‌های پژوهش

با تجزیه و تحلیل اطلاعات بدست آمده یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که از نظر مرتبه علمی، بیش از نیمی از پاسخگویان (۶۷/۳ درصد) استادیار می‌باشند و دانشیاران و استادان هرکدام با ۳/۶ درصد، کمترین میزان را دارا هستند.

یافته‌های بدست آمده از نظرات پاسخگویان حاکی از آن است که بیش از نیمی از آنها (۶۷/۳ درصد) معتقدند آشنایی با تکنیک‌ها و فنون شکل‌گیری و تهیه پیام‌های رسانه‌ای به میزان زیادی موجب تقویت اندیشه‌های انتقادی می‌گردد.

به اعتقاد اکثریت پاسخگویان (۸۵/۵ درصد) کسب دانش درباره زمینه‌های تاریخی، اقتصادی و سیاسی رسانه‌ها و منافع آنها، مخاطبان را در دریافت منتقدانه اطلاعات یاری می‌کند. درمورد ارتقای آگاهی مخاطبان نسبت به چگونگی برنامه‌سازی در رسانه‌ها، بیش از نیمی از آنان (۷۰/۹ درصد) ضرورت آن را زیاد ارزیابی کرده‌اند.

اکثریت پاسخگویان (۸۵/۵ درصد) معتقدند بررسی جلسات نقد و بررسی تولیدات فرهنگی و رسانه‌ای، نقش زیادی در بالا بردن توان تجزیه و تحلیل دانشجویان دارد. به باور اکثر پاسخگویان (۸۵/۶ درصد) تسلط به یک زبان دوم نقش زیادی در افزایش سواد رسانه‌ای دانشجویان ایفا می‌کند.

اکثریت قریب به اتفاق پاسخگویان (۹۲/۷ درصد) ضرورت انجام مطالعات تطبیقی توسط متخصصان علوم ارتباطات را در جهت بومی ساختن سواد رسانه‌ای و تعمیم آن تایید نمودند.

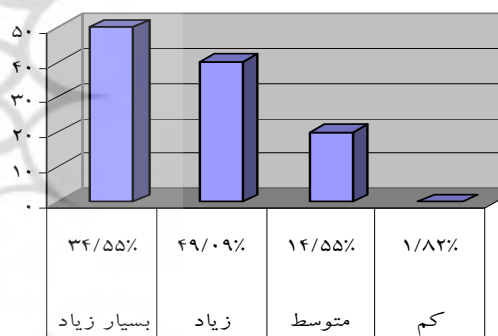
در حالی که تنها ۱/۸ درصد (۱ نفر) معتقدند که زبان دوم نقش کمی را در پیشرفت سواد رسانه‌ای ایفا می‌کند.

آزمون فرضیه شماره (۲)

ضریب	سطح معناداری	درجه آزادی Df	خی دو $\chi^2$
کرامر V	۰/۰۰	۲	۶۳/۹۶۴

با توجه به آزمون خی دو محاسبه شده و درجه آزادی ۲، از آنجایی که سطح معنادار به دست آمده برابر با  $sig=0/000$  می‌باشد، لذا رابطه بین دو متغیر، معنی‌دار می‌باشد. بنابراین فرضیه ما مبنی بر ارتباط بین یادگیری یک زبان خارجی و پیشرفت سواد رسانه‌ای با ۹۹ درصد اطمینان و یک درصد خطا تایید می‌گردد.

نمودار شماره (۱): توزیع فراوانی و درصدی نظرات پاسخگویان درباره نقش تسلط به یک زبان دوم در افزایش سواد رسانه‌ای



داده‌های جدول فوق بیانگر آن است که ۸۳/۶ داده‌های جدول فوق بیانگر آن است که ۸۳/۶ درصد از پاسخگویان معتقدند تسلط به یک زبان دوم تاثیر زیادی در پیشرفت سواد رسانه‌ای دارد و ۱۴/۵ درصد نیز تا حدودی آن را موثر می‌دانند. ۱/۸ درصد، این تاثیر را کم دانسته‌اند.



جدول شماره (۲): بررسی رابطه بین یادگیری یک زبان خارجی و پیشرفت سواد رسانه‌ای

پیشرفت سواد رسانه‌ای		متوسط	زیاد	کم	جمع
یادگیری زبان خارجی					
زیاد	فراوانی	۱۵	۲	۲۹	۴۶
	درصد سطری	٪۳۲/۶	٪۴/۳	٪۶۳	٪۱۰۰
	درصد ستونی	٪۸۳/۳	٪۵۰	٪۸۷/۹	٪۸۳/۶
	درصد کل	٪۲۷/۳	٪۳/۶	٪۵۲/۷	٪۸۳/۶
متوسط	فراوانی	۳	۲	۳	۸
	درصد سطری	٪۳۷/۵	٪۲۵	٪۳۷/۵	٪۱۰۰
	درصد ستونی	٪۱۶/۷	٪۵۰	٪۹/۱	٪۱۴/۵
	درصد کل	٪۵/۵	٪۳/۶	٪۵/۵	٪۱۴/۵
کم	فراوانی	۰	۰	۱	۱
	درصد سطری	٪۰	٪۰	٪۱۰۰	٪۱۰۰
	درصد ستونی	٪۰	٪۰	٪۳	٪۱/۸
	درصد کل	٪۰	٪۰	٪۱۸	٪۱/۸
جمع	فراوانی	۱۸	۴	۳۳	۵۵
	درصد سطری	٪۳۲/۷	٪۷/۳	٪۶۰	٪۱۰۰
	درصد ستونی	٪۱۰۰	٪۱۰۰	٪۱۰۰	٪۱۰۰
	درصد کل	٪۳۲/۷	٪۷/۳	٪۶۰	٪۱۰۰

ارائه تحلیل‌های فکری در رسانه‌ها نقش زیادی در افزایش دانش رسانه‌ای شهروندان دارد و ۳۸/۲ درصد تاثیر آن را تا حدودی دانسته‌اند.

به اعتقاد ۶۵/۵ درصد از پاسخگویان، انعکاس اخبار و اطلاعات و پوشش خبری رسانه‌ای به همراه تحلیل و تفسیر وقایع، تاثیر زیادی در توسعه سواد رسانه‌ای دارد. ۲۵/۵ درصد نیز معتقدند تا حدودی موثر می‌باشند.

باور ۷۶/۴ درصد از پاسخگویان بر آن است که آگاهی و هوشیاری مخاطب تاثیر زیادی در طرح و تولید برنامه از جهت محتوا و کیفیت در رسانه دارد.

اکثر پاسخگویان (۸۱/۸ درصد) معتقدند رسانه‌های مستقل و متنوع و تکرر آنها، نقش زیادی در

بیش از نیمی از پاسخگویان (۶۹/۱ درصد) معتقدند گنجاندن واحد درسی سواد رسانه‌ای در مراکز آموزشی به میزان زیادی انتخاب‌های رسانه‌ای افراد را هدفمند می‌سازد.

به اعتقاد ۷۴/۵ درصد از پاسخگویان، برگزاری دوره‌هایی از طریق سمینار، کنفرانس و کلاس‌های توجیهی تاثیر زیادی در ارتقای سواد رسانه‌ای دارد.

اکثریت پاسخگویان (۸۷/۳ درصد) معتقدند رسانه‌ها می‌توانند یکی از متولیان آموزش سواد رسانه‌ای باشند. بیش از نیمی از پاسخگویان (۶۵/۵ درصد) عملکرد فعلی رسانه‌ها و مراکز آموزشی را در خصوص ارتقای سواد رسانه‌ای ضعیف ارزیابی نمودند.

حدود نیمی از پاسخگویان (۵۲/۷ درصد) معتقدند برنامه‌های نقد و بررسی تولیدات رسانه‌ای و

به اعتقاد ۶۹/۱ درصد از پاسخگویان، افزایش کمی و کیفی تولیدات تلویزیون‌های داخلی و سالن‌های سینمایی می‌تواند به میزان زیادی موجب پیشرفت سواد رسانه‌ای شود. ۲۹/۱ درصد نیز معتقدند این افزایش تا حدودی در پیشرفت سواد رسانه‌ای نقش دارد. بیش از نیمی از پاسخگویان (۶۰ درصد) پیشرفت سواد رسانه‌ای افراد را در جامعه کم ارزیابی نموده‌اند در حالی که ۳۲/۷ درصد معتقدند سواد رسانه‌ای افراد جامعه تا حدودی پیشرفت داشته است.

### یافته‌های تحلیلی

با توجه به آزمون آماری انجام شده و سطح معناداری به دست آمده برای فرضیه اول، نتایج، بیانگر آن است که رابطه بین یادگیری مهارت‌های مطالعه و تماشای انتقادی و پیشرفت سواد رسانه‌ای، معنی‌دار می‌باشد لذا فرضیه شماره یک با یک درصد خطا و ۹۹ درصد اطمینان تایید می‌گردد.

نتایج انجام آزمون آماری و سطح معناداری به دست آمده برای فرضیه دوم حاکی از آن است که رابطه بین یادگیری یک زبان خارجی و پیشرفت سواد رسانه‌ای معنادار می‌باشد، لذا فرضیه شماره دو با یک درصد خطا و ۹۹ درصد اطمینان تایید می‌گردد.

نتایج حاصل از آزمون آماری و سطح معناداری به دست آمده این نکته را تایید می‌کند که رابطه بین انجام مطالعات تطبیقی و پیشرفت سواد رسانه‌ای معنی‌دار می‌باشد، لذا فرضیه شماره سه با یک درصد خطا و ۹۹ درصد اطمینان تایید می‌گردد.

نتایج به دست آمده از اجرای آزمون آماری انجام شده برای فرضیه چهارم حاکی از آن است که رابطه بین آموزش مفاهیم سواد رسانه‌ای و پیشرفت سواد رسانه‌ای معنی‌دار می‌باشد، لذا فرضیه شماره چهار با یک درصد خطا و ۹۹ درصد اطمینان تایید می‌گردد.

با توجه به آزمون آماری و سطح معناداری به دست آمده برای فرضیه پنجم، نتایج به دست آمده نشان

فعال نمودن مخاطبان در مواجهه با پیام‌های رسانه‌ای دارند.

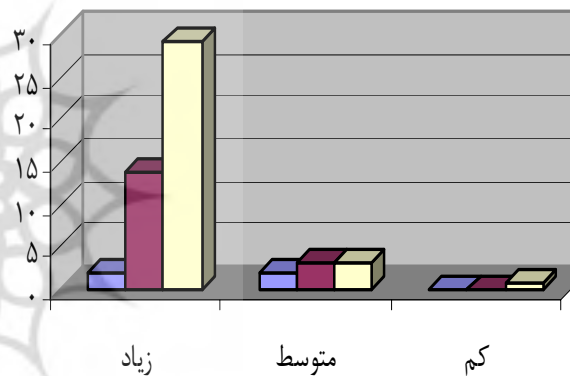
بیش از نیمی از پاسخگویان (۶۳/۶ درصد) معتقدند که سواد رسانه‌ای نسبت به رسانه‌ها نگرش منفی ایجاد نمی‌کند.

اکثر پاسخگویان (۸۳/۶ درصد) معتقدند سواد رسانه‌ای مترادف با سواد اطلاعاتی نمی‌باشد.

به اعتقاد اکثر پاسخگویان (۸۹/۱ درصد) وجود آزادی بیان و پرسش نسبت به حقوق اجتماعی و شهروندی نقش زیادی در تحقق حقوق مخاطبان رسانه‌ها دارد.

نمودار شماره (۲): بررسی رابطه بین یادگیری یک زبان خارجی و

پیشرفت سواد رسانه‌ای



اکثر پاسخگویان (۸۷/۳ درصد) معتقدند دسترسی آزاد شهروندان به اطلاعات و اخبار به میزان زیادی مخاطبان رسانه‌ها را در انتخاب صحیح گزینه‌های رسانه‌ای کمک می‌کند.

به اعتقاد اکثر آنان (۸۵/۵ درصد) فعالیت نهادهای مدنی و مشارکت اجتماعی تاثیر زیادی در افزایش آگاهی شهروندان دارد.

بیش از نیمی از پاسخگویان (۶۷/۳ درصد) معتقدند عملکرد دولت در رابطه با دسترسی شهروندان به اطلاعات، تاثیر زیادی در پیشرفت سواد رسانه‌ای دارد در حالی که ۲۷/۳ درصد معتقدند این امر تا حدودی موثر می‌باشد.

دانشجویان موثر می باشند که از جمله آنها کسب مهارت‌های تفکر انتقادی جهت پردازش اطلاعات و پیام‌های رسانه‌ای می باشد. دانشجویان می توانند با اتخاذ استراتژی‌های مناسب مانند مدیریت مصرف رسانه‌ای و شناخت نیازهای اطلاعاتی خود، یک نوع استفاده مبتنی بر آگاهی از رسانه‌ها داشته باشند.

توانمندی دانشجویان و دانش آموزان در گرو آموزش سواد رسانه‌ای در مدارس و دانشگاه‌ها و توجه بیشتر به رشته ارتباطات می باشد. دولت نیز می بایست با حمایت از رسانه‌های مستقل و تقویت نهادهای مدنی در جهت جلب مشارکت مردمی و تربیت شهروندان موثر و کارآمد، جریان انتقال اطلاعات را در جامعه تسهیل نماید و شرایطی را فراهم کند که اطلاعات از طریق رسانه‌های مختلف در دسترس همگان قرار گیرد.

سیاستگذاران باید تمهیداتی بیندیشند تا همکاری متخصصان و منتقدان حوزه‌های ارتباطات و رسانه‌ها، سواد رسانه‌ای را در میان اقشار مختلف جامعه به ویژه جوانان و دانشجویان گسترش دهند. رسانه‌ها نیز می توانند در راستای ایفای نقش‌های خبری و آموزشی خود و شناخت صحیح نیازهای مخاطبان، با استفاده از تحلیل گران و کارشناسان، مخاطبان را آموزش داده و در این زمینه فرهنگ‌سازی کنند.

با وجودی که سواد رسانه‌ای پرسش‌های انتقادی را در خصوص تأثیرات رسانه‌ها مطرح می کند اما باید گفت که این فرآیند یک جنبش ضد رسانه‌ای نیست بلکه هدف اصلی آن این است که مخاطبان رسانه‌ها را در برابر آثار سوء رسانه‌ای محافظت نموده و آنان را در کنترل آنچه می بینند، می شنوند و می خوانند توانمند سازد.

### منابع و مأخذ

۱- رضایی بایندر، محمدرضا، بررسی نقش رسانه‌ها در آموزش مهارت‌های شهروندی و رفتارهای مدنی، تهران، فصلنامه پژوهش و سنجش، شماره ۲۲ سال دهم، ۱۳۸۳.

دهنده معنادار بودن رابطه بین ایفا حرفه ای تر نقش‌های خبری، آموزشی و اطلاع رسانی رسانه‌ها و پیشرفت سواد رسانه‌ای، می باشد، لذا فرضیه شماره پنج با یک درصد خطا و ۹۹ درصد اطمینان تایید می گردد.

نتایج آزمون آماری انجام شده و سطح معناداری به دست آمده در فرضیه ششم بیانگر آن است که رابطه بین آزادی‌های مدنی و تقویت ساختارهای دموکراتیک جامعه و پیشرفت سواد رسانه‌ای معنی دار می باشد، لذا فرضیه شماره شش با یک درصد خطا و ۹۹ درصد اطمینان تایید می گردد.

### جمع بندی و نتیجه گیری

انقلاب ارتباطی و اطلاعاتی اگرچه فرصت‌هایی را برای توسعه جوامع ایجاد کرده است اما به موازات آن فرهنگ، هویت، ارزش‌ها و هنجارهای ملی و اعتقادی آنها را نیز به چالش کشانده است. طبیعی است که در حرکت جوامع به سوی توسعه، ابزارهای نظارت سنتی کارایی چندانی نداشته و می بایست جای خود را به شیوه‌ها و ابزارهای جدیدی بسپارند که با توانمند سازی مخاطبان در مقابل آثار سوء رسانه‌ها به آنها مصونیت بیشتری می بخشد. اکنون سواد رسانه‌ای به عنوان یکی از کارآمدترین شیوه‌های نظارتی مطرح می باشد که موجب می گردد مخاطب منفعل به مخاطب فعال و گزینشگر تبدیل شود و کمتر تحت تأثیر پیام‌های رسانه‌ای قرار گیرد.

افزایش کمی و کیفی سواد رسانه‌ای هم زمان با رشد عوامل دیگر و فراهم شدن زمینه‌های آن موجب توسعه جوامع می شود. از این رو هر اندازه در جامعه ای افراد دارای سواد رسانه‌ای بیشتری باشند، آن جامعه از توسعه انسانی و اجتماعی بیشتری برخوردار است. در کشور ما به دلیل برخورداری از منابع انسانی جوان و نیروی انسانی مستعد، افراد جامعه می توانند به سطح بالایی از رشد سواد رسانه‌ای دست یابند. عوامل فردی و اجتماعی گوناگونی در پیشرفت سواد رسانه‌ای

- ۲- ساروخانی، باقر، زمانه رسانه‌ای، کتاب هفته، ۱۰ اردیبهشت، شماره ۲۳۶، ۱۳۸۴
- ۳- شکرخواه، یونس، سواد رسانه‌ای، پایان نامه بهاره نصیری، ۸۳-۱۳۸۲
- ۴- منتظر قائم، مهدی، دلایل ترسو بودن در برابر ماهواره، ایران، ۱ مهر، شماره ۲۲۵۰، ۱۳۸۱
- 5- W, James , potter, Medialitercy , sage publications, 1998.
- 6- <http://www.parantezblogsky.com>

