

رابطه سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی با مهارت فراشناختی و خلاقیت دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد اسلامشهر

دکتر بتول فقیه‌آرام[✉]، زهرا ابراهیمی*

چکیده

دنیاى امروز، دنیاى غلبه فناوری‌هاى اطلاعاتى و ارتباطى و دنیاى رشد و گسترش علم و دانش است و همین موضوع بهره‌مندی از سواد اطلاعاتی را بر همگان بویژه دانشجویان در کنار مهارت‌های فراشناختی و پرورش خلاقیت ضروری ساخته است. هدف اصلی از پژوهش حاضر، بررسی رابطه سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی با مهارت‌های فراشناختی و خلاقیت دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد اسلامشهر بوده است. این پژوهش، از نظر هدف، در زمره پژوهش‌های کاربردی، از نظر روش گردآوری داده‌ها، کمی و از نظر ماهیت و نوع مطالعه، توصیفی از نوع پیمایشی است. جامعه آماری، تمامی دانشجویان مقطع کارشناسی دانشگاه آزاد اسلامشهر را شامل می‌شود که تعداد آنها برابر با ۱۱۲۸۹ نفر بوده که از این میان تعداد ۳۸۵ نفر به‌عنوان افراد نمونه انتخاب شده‌اند. ابزار جمع‌آوری داده‌ها در زمینه سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی پرسشنامه محقق ساخته بوده است. همچنین برای سنجش مهارت فراشناختی از پرسشنامه آگاهی فراشناخت اسکرا و دنیسون و برای سنجش خلاقیت از پرسشنامه خلاقیت عابدی بهره گرفته شده است. بر اساس یافته‌ها، رابطه بین سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی با مهارت فراشناختی مثبت و معنادار است، همچنین بین سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی با مؤلفه‌های خلاقیت یعنی: سیالی، ابتکار، انعطاف‌پذیری و بسط رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

کلید واژه‌ها: سواد رسانه‌ای، سواد اطلاعاتی، مهارت فراشناختی، خلاقیت، دانشجویان، ابتکار، انعطاف‌پذیری، سیالی ذهنی

✉ نویسنده مسئول: دکترای جامعه‌شناسی آموزش و پرورش، استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد اسلامشهر
Email: faghiharam1388@gmail.com

* کارشناس ارشد روان‌شناسی تربیتی، دانشگاه الزهرا

پذیرش نهایی: ۹۵/۱۱/۳۰

تجدید نظر: ۹۵/۷/۲۱

تاریخ دریافت: ۹۵/۶/۳

DOI: 10.22082/CR.2017.28792

مقدمه

در طول تاریخ ظهور فناوری‌های مختلف، هیچ‌یک از انواع آن نتوانسته همانند فناوری اطلاعات^۱، در میان رشته‌های مختلف علوم، ارتباط ایجاد کند. فناوری اطلاعات به‌عنوان یک پیونددهنده، تمامی علوم روز را به‌کار می‌گیرد تا بتواند اطلاعات مورد نیاز کارشناسان، صنایع، سازمان‌ها و سرانجام همه مردم را در قسمت‌های مختلف جامعه، در کمترین زمان و به بهترین وجه ممکن تأمین کند. به این ترتیب، امروزه فناوری اطلاعات مرزهای کشورهای جهان را درمی‌نوردد و ملت‌ها را در یک جامعه جهانی گرد هم می‌آورد (پورکیانی و فرح‌بخش، ۱۳۹۱، ص ۲۳۴). پاول ستلر^۲، می‌گوید: فناوری هر هنر و مهارت عملی است که از دانش علمی استفاده می‌کند. جیمز فین^۳، فناوری را علاوه بر ماشین‌آلات، شامل فرایندها، نظام‌ها، مدیریت، سازوکارهای کنترل انسانی و غیرانسانی و روشی برای برخورد با مشکلات، عملی بودن راه‌حل‌های فنی و ارزش‌های اقتصادی می‌داند (ابراهیمی، ۱۳۹۲، ص ۳).

دنیای قرن بیست‌ویک، دنیای استیلای فناوری‌های نوین اطلاعات و دنیای شتابندگی تاریخ به لحاظ تغییر و تکثر شتاب‌آمیز علمی، اقتصادی، فرهنگی و سیاسی شده است. به‌عبارت دیگر، امروزه فناوری اطلاعات فراگیر شده و جهان را دگرگون ساخته است (مزرعی جوشری، ۱۳۸۸، ص ۱۰۱). در عصر حاضر، فناوری اطلاعات سازمانی و فناوری‌های مبتنی بر اطلاعات، از الزامات اساسی تلقی می‌شوند (الممری^۴ و همکاران، ۲۰۱۵، ص ۶۰). با ظهور فناوری‌های جدید در زمینه اطلاعات، بسیاری از مشکلات اطلاعاتی، هموار و راه‌های رسیدن به جدیدترین اخبار و اطلاعات در کوتاه‌ترین زمان آسان شده است (تسیکناکیس^۵ و کورابالی^۶، ۲۰۰۹، ص ۴۰).

یونسکو^۷ در سی‌وچهارمین جلسه کنفرانس عمومی خود در سال ۲۰۰۷، مدیران کل را به حمایت بیشتر از سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی^۸ به‌منظور ارائه فرصت به کاربران هنگام قضاوت آگاهانه درباره رسانه و منابع اطلاعاتی و گسترش مشارکت مدنی در

1. information technology

2. Paul Saettler

3. James Finn

4. AI-Mamary

5. Tsiknakis

6. Kouroubali

7. Unesco

8. media & information literacy

رابطه سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی با مهارت فراشناختی ... ❖ ۱۲۷

رسانه‌ها، دعوت کرد (ویلسون^۱، ۲۰۱۲، ص ۱۶). سواد رسانه‌ای مجموعه‌ای از چشم‌اندازهاست (جنبه‌های فکری) که ما به‌طور فعالانه، هنگام قرار گرفتن در معرض رسانه‌ها، از آنها استفاده می‌کنیم تا معنای پیام‌هایی را که با آنها مواجه می‌شویم، تفسیر کنیم (بصیریان و بصیریان، ۱۳۸۵، ص ۳۴). سواد اطلاعاتی نیز، توانایی افراد برای تشخیص نوع اطلاعات لازم دارند. توانایی ذخیره اطلاعات، ارزشیابی و استفاده مؤثر از اطلاعات در زمان مورد نیاز است (زمانی، ۱۳۸۲، ص ۳۴).

یونسکو سواد اطلاعاتی را به‌عنوان یکی از حقوق اساسی بشر که برای توسعه ملی، رفاه شهروندی، اقتصادی و استانداردهای آموزشی ضروری است، تأیید کرده است. سواد اطلاعاتی بر اهمیت دسترسی، ارزیابی و استفاده از اطلاعات تأکید دارد و دامنه آن به همه نوع اطلاعات و محتوایی گسترش یافته است؛ اما سواد رسانه‌ای بر توانایی فهمیدن، ارزیابی و به‌کار بردن رسانه‌ها تأکید دارد؛ بنابراین، در فرایند گسترش شاخص‌های این دو نوع سواد، یونسکو سواد اطلاعاتی و سواد رسانه‌ای را با هم به‌عنوان سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی در نظر گرفته است (مونلر^۲ و همکاران، ۲۰۱۱، ص ۷). جیمز پاتر^۳ (۱۹۹۸، به نقل از سلیمان و همکاران، ۱۳۹۲) می‌گوید: «در صورتی که مردم جامعه از سطح سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی نسبتاً پایینی برخوردار باشند، محافظت از خود در برابر رسانه‌ها برای آنان مشکل‌آفرین خواهد شد. در حالی که سطح سواد رسانه‌ای بیشتر افراد بالا باشد به‌محض تماس با رسانه‌ها، رفتارها، نگرش‌ها و احساسات آنها تغییر نمی‌کند و قادر خواهند بود به‌تدریج تعاریفی را که رسانه برای آنها از دنیای اطراف ایجاد کرده از بین ببرند و عقاید خود را جایگزین برنامه رسانه سازند». سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی، ترکیبی از دانش‌ها، نگرش‌ها، مهارت‌ها و تجربیات مورد نیاز برای دستیابی، تحلیل، ارزیابی، استفاده، تولید و برقراری ارتباط با اطلاعات و دانش به‌صورت خلاقانه، قانونی و اخلاقی با تأکید بر حقوق انسان‌هاست. سواد اطلاعاتی به‌زعم بسیاری، از عناصر اساسی و ملزومات ضروری زندگی در عصر حاضر است (ایوانوویچ^۴، ۲۰۱۴، ص ۴۳۹).

-
1. Wilson
 2. Moeller
 3. James Potter
 4. Ivanovic

افراد دارای سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی می‌توانند انواع مختلف رسانه‌ها، منابع و مجراهای اطلاعاتی را در زندگی خصوصی، شغلی و عمومی خود به‌کار ببرند. آنها می‌دانند چه موقع به چه اطلاعاتی نیاز دارند و برای چه، کجا و چگونه می‌توانند به آن دست پیدا کنند. همچنین درک می‌کنند که چه کسی و چرا اطلاعات را تولید کرده و یا نقش، مسئولیت و عملکرد رسانه و فراهم‌کنندگان اطلاعات چیست. آنها می‌توانند اطلاعات، پیام‌ها، اعتقادات و ارزش‌هایی را که در رسانه یا هر تولیدکننده دیگر محتوا نقل شده، تحلیل و ارزشگذاری کنند (اشرفی‌ریزی و همکاران، ۱۳۹۲، ص ۱۸).

طبق ارزشگذاری یونسکو، سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی به‌عنوان یک قابلیت به شهروندان اجازه می‌دهد تا با رسانه و دیگر ارائه‌دهندگان اطلاعات به‌طور مؤثر به تعامل بپردازند و تفکر انتقادی و مهارت‌های آموزش مادام‌العمر برای زندگی اجتماعی و تبدیل شدن به یک شهروند فعال را گسترش دهند (ویلسون، ۲۰۱۲، ص ۱۷). یونسکو بر این باور است که سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی نقشی مهم در ایجاد یا توسعه فرهنگ دموکراتیک و جوامع مدنی فعال دارند (یونسکو، ۲۰۰۷). یافته‌های برخی از پژوهش‌ها، رابطه میان سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی با تفکر انتقادی و مهارت‌های فراشناختی^۱ را تأیید می‌کند (سینگ^۲، ۲۰۱۲، ص ۲۹). به‌طور کلی، از ویژگی‌های بارز انسان و محور اساسی حیات او، قدرت اندیشه و شناخت است. انسان در طول زندگی خویش هرگز از تفکر و اندیشه فارغ نبوده است و با نیروی تفکر صحیح تصمیم گرفته و توانسته است به حل مسائل و مشکلات بپردازد و به رشد و تعالی نائل شود. بنابراین، تمام موقعیت‌ها و پیشرفت‌های انسان در گرو اندیشه بارور، پویا و مؤثر اوست (فان^۳، ۲۰۱۰، ص ۲۸۶).

این متغیرها به‌نوعی نیازمند جریانات شناختی و آموزش‌هایی برای توسعه هرچه بیشتر هستند. از طرف دیگر، یکی از نکات اساسی در آموزش این است که دانشجویان بیاموزند چطور یاد بگیرند، چطور به خاطر بسپارند و چگونه مسئله حل کنند (یانگ^۴، ۲۰۰۵، نقل از دشتی، ۱۳۹۴).

1. meta cognitive skills 2. Singh 3. Phan
4. Yang

مهارت‌های فراشناختی به فرایندهای درونی ذهنی یا راه‌هایی گفته می‌شود که در آنها اطلاعات پردازش می‌شوند، یعنی راه‌هایی که ما به وسیله آنها اطلاعات را مورد توجه و تشخیص قرار می‌دهیم، به رمز درمی‌آوریم و در حافظه ذخیره می‌سازیم تا هر زمان که نیاز بود از حافظه فرا بخوانیم و مورد استفاده قرار دهیم (بایلر^۱ و اسنومن^۲، ۱۹۹۳، ص ۳۹۰).

کوهن^۳ (۱۹۸۹، نقل از صفری و محمدجانی، ۱۳۹۰) معتقد است که بسیاری از دانشجویان مشکلات عدیده‌ای در استدلال علمی دارند، زیرا نمی‌دانند چگونه باید از مهارت‌های فراشناختی خود استفاده کنند. وی پیشنهاد می‌دهد که در کسب مهارت‌های فراشناختی و خودتنظیمی لازم است به دانشجویان کمک شود. پژوهش‌های مربوط به فراشناخت حاکی از آن است که برنامه مطالعه راهبردهای یادگیری و نظارت بر مؤثر بودن راهبردهای مورد استفاده تأثیری مهم بر فرایند یادگیری فراگیران دارد و اکثر مشکلات فراگیران در یادگیری، ناشی از ضعف مهارت‌های فراشناختی آنان است. همچنین مهارت‌های فراشناختی را به اندازه مهارت‌های شناختی با اهمیت می‌داند چون باعث بهبود عملکرد فراگیران در تکالیفشان می‌شود. سراو^۴ (۱۹۹۸، نقل از صفری و محمدجانی، ۱۳۹۰) راه‌های تقویت تفکر را در ارائه الگوهای تفکر فراشناختی یا کنترل و تنظیم افکار از طریق مربی می‌داند. به این صورت که مربیان و استادان به منظور تقویت فعالیت‌های فراشناختی فراگیران، الگوهایی از تجارب فراشناختی را فراهم کنند تا «چگونه اندیشیدن» به کارگیری راهبردهای مفید برای مطالعه را به آنها بیاموزند. از سوی دیگر علاوه بر مهارت‌های فراشناختی، در برخی پژوهش‌ها به رابطه سواد اطلاعاتی با خلاقیت^۵ اذعان کرده‌اند (گراوند و حسن‌پور، ۱۳۹۳، ص ۲).

تاکنون برای خلاقیت تعاریف مختلفی ارائه شده است. استرنبرگ^۶ (۲۰۱۰، نقل از کافمن^۷ و استرنبرگ، ۲۰۱۰) خلاقیت را توانایی برقرار کردن ارتباطات جدید، دیدن

1. Bieler 2. Snewman 3. Kohn
4. Schraw 5. creativity 6. Sternberg
7. Kaufman

چیزها، به شیوه‌های نوین و تعریف مجدد مسائل می‌داند؛ به عبارت دیگر، استرنبرگ خلاقیت را ناشی از وضعیتی تلقی می‌کند که در آن، افراد خلاق در زمینه مورد نظر خویش، تخصص و دانش کافی دارند و با بهره‌گیری از توانایی‌های عقلانی^۱ ترکیبی، تحلیلی، عملی و با ارزیابی ایده‌ها و نیز همراهی و به‌کارگیری سبک فکری ابداعی، در درون محیط حمایتی که انگیزه انجام کار را فراهم می‌کند، واقع می‌شوند.

تورنس^۲ و گاف^۳ (۱۹۸۶) اذعان دارند که: «خلاقیت عبارت است از حساسیت به مسائل و کمبودها، مشکلات و خطاهای موجود در دانش، حدس زدن، تشکیل فرضیه‌هایی درباره این کمبودها، ارزشیابی و آزمایش این حدس‌ها و فرضیه‌ها اصلاح و آزمودن مجدد آنها و در نهایت، نتیجه‌گیری». آنان تحت تأثیر چهارچوب نظری گیلفورد، خلاقیت را مرکب از چهار عامل اصلی می‌داند که عبارت‌اند از: سیالی^۴؛ توانایی تولید تعداد بی‌شماری ایده در قالب تصویر با فرض پاسخ و عقیده در مورد آن؛ ابتکار^۵ توانایی تولید ایده‌هایی که از ایده‌های عادی و رایج متفاوت است؛ انعطاف‌پذیری^۶: توانایی تولید انواع گوناگون و متنوع ایده‌ها در قالب تصویر و ارائه راه‌حل‌های نو و بسط^۷: توانایی اضافه کردن جزئیات یا تکمیل ایده‌های تصویری.

کافمن و استرنبرگ (۲۰۱۰، ص ۷) معتقدند که تجلی خلاقیت، به زمینه یا شرایطی که افراد در آن قرار دارند، بستگی دارد. پژوهش‌های صورت گرفته در زمینه عوامل موقعیتی، نشان‌دهنده آن است که هرچند تفاوت‌های فردی در برخورد با موقعیت‌ها وجود دارد، اما یک گرایش کلی نیز وجود دارد و آن اینکه خلاقیت هنگامی شکوفا می‌شود که فرصت‌هایی برای اکتشاف و کار مستقل وجود داشته باشد و ابتکار مورد حمایت قرار گیرد و ارزشمند باشد.

به‌طور کلی در ایران از طرح مفهوم سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی زمان زیادی نمی‌گذرد و همچنان از آن به‌عنوان یک مفهوم جدید یاد می‌شود که گاه به نظر می‌رسد

1. intellectual abilities

2. Torrance

3. Goff

4. fluency

5. originadity

6. lexibility

7. elaboration

رابطه سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی با مهارت فراشناختی ... ❖ ۱۳۱

توجه شایانی به آن نشده است همچنان که بررسی ارتباط میان متغیرهای مختلف از جمله فراشناخت و خلاقیت با این مهم نیز از نظر دور مانده است. از این رو پرسش اصلی مطرح در پژوهش حاضر این خواهد بود که آیا بین سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی با مهارت فراشناختی و خلاقیت دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد اسلامشهر رابطه وجود دارد؟

اهداف پژوهش

۱. تعیین رابطه بین سواد رسانه‌ای با مهارت‌های فراشناختی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد اسلامشهر
۲. تعیین رابطه بین سواد اطلاعاتی با مهارت‌های فراشناختی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد اسلامشهر
۳. تعیین رابطه بین سواد رسانه‌ای با خلاقیت دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد اسلامشهر
۴. تعیین رابطه بین سواد اطلاعاتی با خلاقیت دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد اسلامشهر

فرضیه‌های پژوهش

۱. بین سواد رسانه‌ای با مهارت‌های فراشناختی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد اسلامشهر رابطه وجود دارد.
۲. بین سواد اطلاعاتی با مهارت‌های فراشناختی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد اسلامشهر رابطه وجود دارد.
۳. بین سواد رسانه‌ای با خلاقیت دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد اسلامشهر رابطه وجود دارد.
۴. بین سواد اطلاعاتی با خلاقیت دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد اسلامشهر رابطه وجود دارد.

پیشینه پژوهش

اسمعیل‌پونکی و همکاران (۱۳۹۴) پژوهشی را با عنوان «بررسی رابطه سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی دانشجویان علوم ارتباطات و علم اطلاعات و دانش‌شناسی» انجام داده‌اند. هدف از این پژوهش، بررسی رابطه سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی دانشجویان علوم ارتباطات و علم اطلاعات و دانش‌شناسی بوده است. یافته‌ها نشان داده‌اند که سطح سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی دانشجویان در حد مطلوب قرار دارد. بین پایگاه اقتصادی دانشجویان با متغیر سواد رسانه‌ای و ابعاد آن رابطه معنادار مستقیمی وجود دارد. ولی پایگاه اجتماعی دانشجویان فقط با بعد توانایی برقراری ارتباط در متغیر سواد رسانه‌ای رابطه مستقیمی دارد. همچنین آزمون همبستگی پیرسون نشان داده است که بین متغیر سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی رابطه معنادار مستقیمی وجود دارد.

اشرفی‌ریزی و همکاران (۱۳۹۳) پژوهشی را با عنوان «بررسی میزان سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی در میان دانشجویان بر اساس شاخص‌های سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی یونسکو» انجام داده‌اند. یافته‌ها نشان می‌دهد میزان سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی دانشجویان بالاتر از حد متوسط و نسبتاً مطلوب بوده است. بیشترین میانگین مربوط به ارج نهادن به تولیدات علمی دیگران و کمترین میانگین، مربوط به انتقال اطلاعات از طریق سخنرانی رسمی بوده است. همچنین نتایج نشان داد، بین جنسیت و وضعیت تأهل با میزان سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی رابطه معناداری وجود ندارد.

کک^۱ و باروت^۲ (۲۰۱۶) پژوهشی را با عنوان «اعتبارسنجی مقیاس سواد رسانه‌ای (NMLS) برای دانشجویان» انجام داده‌اند. نمونه پژوهش ۱۲۲۶ دانشجوی یک دانشگاه دولتی در ترکیه بوده‌اند که برای اعتبارسنجی مقیاس مورد نظر انتخاب شده‌اند. از تحلیل عامل اکتشافی و تأییدی در تجزیه و تحلیل و ضرایب همسانی درونی، همبستگی آیم‌ها استفاده شد و در نهایت روایی و پایایی مقیاس، مورد تأیید قرار گرفت.

لی^۳ و همکاران (۲۰۱۵) در پژوهشی با عنوان درک و توسعه سواد رسانه‌ای اظهار

رابطه سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی با مهارت فراشناختی ... ❖ ۱۳۳

کرده‌اند با توجه به توسعه و گسترش سریع فناوری جدید به بسیاری از جنبه‌های زندگی روزمره ما، استفاده از فناوری‌های جدید نیازمند بهره‌گیری از سواد رسانه‌ای مناسب و همسو با آن است. داده‌های جمع‌آوری شده از ۵۷۴ دانش‌آموز سنگاپوری ۱۷-۱۰ ساله نشان داد که حد سواد رسانه‌ای آنان در وضعیت مطلوبی قرار داشته است. سینگ (۲۰۱۲) پژوهشی را با عنوان «استقرار سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی در هسته اصلی آموزش» انجام داد. در این مطالعه فرض شده است که بیشتر دانشجویان در حال دور شدن از کتابخانه‌ها و در نظر گرفتن گوگل به عنوان مرجعی برای حل مشکلات خود در زمینه آموزش و یادگیری هستند. نتایج نشان داد که بهترین راهکار رهایی دانشجویان از گرایش به گوگل، ارائه دوره‌های آموزشی سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی در هسته اصلی همه سطوح آموزش و پرورش است. همچنین با اشاره به نقش کتابداران در این فرایند، پیشنهاد شد که کتابداران هرچه بیشتر مهارت‌های رسانه‌ای و اطلاعاتی کاربران را ارتقا بخشند و کتابخانه‌ها را به عنوان مراکز خدماتی پیشگام تعریف کنند.

چارچوب نظری

سواد رسانه‌ای: برای اولین بار مارشال مک‌لوهان در سال ۱۹۶۵، در کتاب «درک رسانه: گسترش ابعاد وجود انسان»، اصطلاح سواد رسانه‌ای را به کار برد. مک‌لوهان تعریف دقیقی برای آن ارائه نکرد ولی معتقد بود، زمانی که دهکده جهانی تحقق یابد لازم است انسان‌ها به سواد جدیدی به نام سواد رسانه‌ای دست یابند (بصیریان و بصیریان، ۱۳۸۵). توانایی و قدرت دسترسی، تحلیل، ارزیابی و انتقال اطلاعات و پیام‌های رسانه‌ای را که می‌توان در چارچوب‌های مختلف چاپی و غیرچاپی عرضه کرد، سواد رسانه‌ای می‌گویند (کانسیداین، نقل از اشرفی‌ریزی و همکاران، ۱۳۹۲).

یونسکو (کمیسیون اروپایی و پارلمان اروپایی) درباره مهارت‌های مورد نیاز سواد رسانه‌ای توافق دارند؛ که در چهار زمینه توانایی دسترسی، تحلیل، ارزیابی و تولید خلاق خلاصه می‌شود. همه این مهارت‌ها، پیشرفت جنبه‌های شخصی، توانایی‌های

خودآگاهی، تفکر انتقادی، توانایی حل مسئله خلاقیت و فراشناخت را تقویت می‌کنند (آکسترند^۱، ۲۰۰۹، ص ۱۷).

با توجه به اینکه نمونه‌های مورد بررسی پژوهش حاضر نیز، دانشجویان هستند از این نظریه بهره گرفته شده است چراکه دانشجویان به دلیل طبقه اجتماعی خود، بیشتر در معرض رسانه‌ها قرار دارند و بهره‌گیری از این رسانه‌ها می‌تواند در این گروه نمود بیشتری یابد.

سواد اطلاعاتی

کنفرانس کتابخانه‌های ملی و دانشگاهی بریتانیا در سال ۱۹۹۹ مدلی را برای تبیین مفهوم سواد اطلاعاتی ارائه داده است. این مدل مبتنی بر هفت محور است که در دو مجموعه مهارتی زیر قرار می‌گیرد:

الف) چگونگی کشف و دسترسی به اطلاعات: ۱. شناسایی اطلاعات مورد نیاز (با توجه به تشخیص آنچه شناخته شده و آنچه نامعلوم است و شناسایی شکاف موجود میان آنها)؛ ۲. شناسایی روش نیل به منابع اطلاعاتی مفید؛ ۳. چگونگی توسعه و اصلاح روش جستجو و ۴. چگونگی دسترسی به منابع اطلاعاتی و ابزارهای جستجو برای نیل به اطلاعات مورد نیاز.

ب) چگونگی فهم و بهره‌برداری از اطلاعات: ۱. چگونگی ارزیابی کیفیت و ارتباط اطلاعات بازیابی شده؛ ۲. سازماندهی و ایجاد ارتباط بین دانش جدید با دانش موجود و ۳. ترکیب و تولید دانش جدید (گوپتا^۲، ۲۰۰۳، ص ۱۲).

انجمن دانشگاهی و پژوهشی کتابخانه‌ها^۳ (۲۰۰۳، نقل از اشرفی‌ریزی و همکاران، ۱۳۹۳) اذعان دارد: افراد برخوردار از این مهارت‌ها می‌توانند نیاز اطلاعاتی خود را به‌درستی تشخیص دهند، منابع لازم برای رفع این نیاز را شناسایی کنند و با تدوین راهبردهای مناسب در این منابع، به جستجو، شناسایی و گزینش اطلاعات بپردازند؛ یعنی قادرند نتایج این جستجو را نقدانه، ارزیابی و مناسب‌ترین گزینه‌ها را انتخاب کنند تا ارزش اطلاعاتی منابع را برای رفع

1. Oxstrand

2. Gupta

3. Association Of College & Research Libraries

نیاز اطلاعاتی خود تشخیص دهند. در ضمن می‌توانند اطلاعات به دست آمده را با دانش قبلی خود به نحوی پیوند دهند که به تولید دانش جدید منجر شود و این خود می‌تواند زمینه‌ساز خلاقیت باشد. البته آنان در تمام مراحل این فرایند، ملاحظات قانونی، اجتماعی و اخلاقی مربوط به استفاده و تولید اطلاعات را رعایت می‌کنند و در نهایت می‌توانند دانش خود را به شایستگی و در سطح گسترده‌ای در اختیار دیگران قرار دهند.

مهارت‌های فراشناختی

برک^۱ (۲۰۰۰) نقش فراشناخت را به گونه زیر توضیح داده است: برای اینکه نظام خبرپردازی، با اثربخشی کامل عمل کند، باید از خودش آگاه باشد. این نظام باید به این درک برسد که بهتر است شماره تلفن را یادداشت کند و گرنه فراموشش خواهد کرد؛ همین مطلب به ما می‌گوید که راه‌های مختلفی برای سازمان دادن به مطالب و سهولت بخشیدن به یادگیری و یادآوری آنها وجود دارد (نقل از سیف، ۱۳۹۰).

براون^۲ فراشناخت را به دو صورت زیر تعریف کرده است:

۱. آگاهی فرد از فعالیت‌ها یا فرایندهای شناختی خود او

۲. روش‌های مورد استفاده فرد برای تنظیم فرایندهای شناختی خودش

به سخن دیگر، فراشناخت از یک سو، شامل دانش روش‌ها و فرایندهای شناختی یادگیری و از سوی دیگر، شامل روش‌های کنترل و نظارت بر یادگیری است (براون، ۱۹۷۸، نقل از سیف، ۱۳۹۰).

دمبو^۳ (۱۹۹۴) می‌گوید که دانش فراشناخت به سه نکته اشاره می‌کند:

۱. دانش مربوط به خود یادگیرنده (مانند آگاهی از رجحان‌ها، علاقه‌ها، نقاط ضعف و عادت‌های مطالعه)

۲. دانش مربوط به تکلیف یادگیری (از جمله اطلاعات مربوط به دشواری تکالیف مختلف و میزان کوشش مورد نیاز برای انجام تکالیف تحصیلی)

۳. دانش مربوط به راهبردها یا استراتژی‌های یادگیری و چگونگی استفاده از آنها

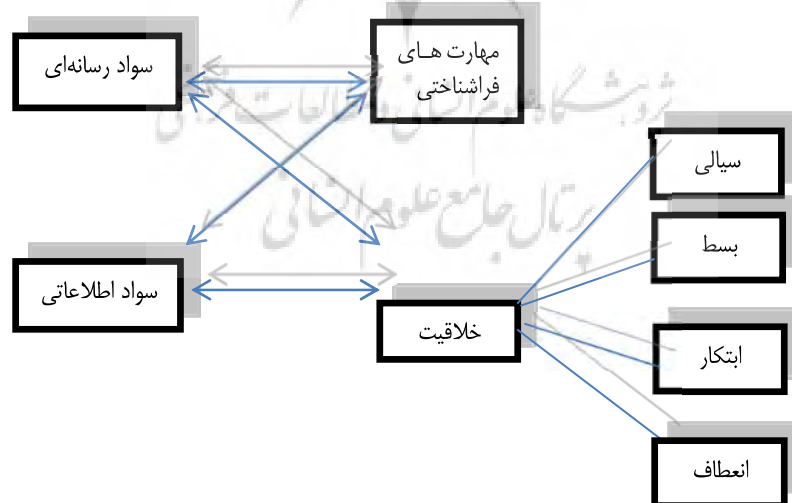
خلاقیت

خلاقیت از دیدگاه گیلفورد^۱ (۱۹۵۰) عبارت است از: تفکر واگرا؛ یعنی تفکر از جهات مختلف و ابعاد گوناگون. در حالی که پژوهشگران دیگری مانند هارینگتون^۲ خلاقیت را موضوعی کاملاً اجتماعی می‌دانند. استرنبرگ (۱۹۸۵) علاقه به ریسک یا مخاطره، نپذیرفتن محدودیت‌ها و موانع بهره‌برداری از محیط خویش برای ساختن چیزی نو و منحصر به فرد، سؤالات یا فرضیات زیاد و کنجکاوی را لازمه خلاقیت می‌داند.

تورنس و گاف (۱۹۸۶) خلاقیت را مرکب از چهار عامل اصلی می‌دانند که عبارت‌اند از:

- سیالی: توانایی تولید ایده‌های بی‌شماری در قالب تصویر با فرض پاسخ و عقیده در مورد آن؛
- ابتکار: توانایی تولید ایده‌هایی که با ایده‌های عادی و رایج متفاوت است؛
- انعطاف‌پذیری: توانایی تولید انواع گوناگون و متنوع ایده‌ها در قالب تصویر و ارائه راه‌حل‌های نو
- بسط: توانایی اضافه کردن جزئیات یا تکمیل ایده‌های تصویری.

شکل ۱. الگوی مفهومی پژوهش



1. Guilford

2. Harrington

تعریف عملیاتی متغیرها

سواد رسانه‌ای. سواد رسانه‌ای در پژوهش حاضر عبارت است از پاسخ نمونه پژوهشی به پرسشنامه محقق ساخته ۱۵ عبارتی سواد رسانه‌ای.

سواد اطلاعاتی. سواد اطلاعاتی در پژوهش حاضر عبارت است از پاسخ نمونه پژوهشی به پرسشنامه محقق ساخته ۱۶ عبارتی سواد رسانه‌ای.

مهارت فراشناختی. مهارت فراشناختی در پژوهش حاضر عبارت است از پاسخ نمونه پژوهشی به پرسشنامه آگاهی فراشناختی^۱ (MAI) ۵۲ عبارتی.

خلاقیت. خلاقیت در پژوهش حاضر عبارت است از پاسخ نمونه پژوهشی به پرسشنامه ۶۰ سؤالی خلاقیت عابدی.

سیالی. سیالی در پژوهش حاضر عبارت است از پاسخ نمونه پژوهشی به شماره سؤال‌های ۱ تا ۲۲ پرسشنامه خلاقیت عابدی.

بسط. بسط در پژوهش حاضر عبارت است از پاسخ نمونه‌های پژوهشی به شماره سؤال‌های ۲۳ تا ۳۳ پرسشنامه خلاقیت عابدی.

ابتکار. ابتکار در پژوهش حاضر عبارت است از پاسخ نمونه پژوهشی به شماره سؤال‌های ۳۴ تا ۴۹ پرسشنامه خلاقیت عابدی.

انعطاف. انعطاف در پژوهش حاضر عبارت است از پاسخ نمونه پژوهشی به شماره سؤال‌های ۵۰ تا ۶۰ پرسشنامه خلاقیت عابدی.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، در زمره پژوهش‌های کاربردی، از نظر روش گردآوری داده‌ها، کمی و از نظر ماهیت و نوع مطالعه، توصیفی از نوع پیمایش است. جامعه آماری، تمامی دانشجویان مقطع کارشناسی دانشگاه آزاد اسلامشهر را شامل می‌شوند که تعداد آنها برابر با ۱۱۲۸۹ نفر است. با بهره‌گیری از جدول مورگان تعداد افراد یا حجم نمونه، ۳۸۵ نفر تعیین شده است. در این پژوهش به علت وجود زیرگروه‌های متعدد

1. Metacognitive Awareness Inventory(MAI)

از جمله دانشکده‌ها و رشته‌های مختلف و همچنین توزیع نامتناسب جنسیت در جامعه آماری، از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای استفاده شده است؛ به این صورت که در مرحله اول، از میان دانشکده‌ها و از رشته‌های مختلف هر دانشکده، دو رشته به تصادف انتخاب شده و در نهایت، بر اساس جنسیت، از میان دانشجویان به صورت تصادفی طبقه‌ای نمونه‌ها انتخاب شده‌اند. ابزارهای جمع‌آوری داده‌ها عبارت‌اند از:

الف) پرسشنامه سواد رسانه‌ای: در این پژوهش به منظور جمع‌آوری داده‌های مربوط به سواد رسانه‌ای، یک پرسشنامه محقق‌ساخته ۱۵ عبارتی بر اساس شاخص‌های سواد رسانه‌ای یونسکو در زمینه سواد رسانه‌ای طراحی شده است. مقیاس پاسخگویی این پرسشنامه به صورت لیکرت پنج‌درجه‌ای از تطابق کامل تا عدم تطابق بوده است. به منظور بررسی روایی پرسشنامه از روایی صوری استفاده شده و با بهره‌گیری از نظرهای ۱۰ متخصص حوزه مربوط و همخوان ساختن عبارات با اهداف پژوهش، برخی عبارات حذف و برخی دیگر جایگزین شده است. مقدار توافق به دست آمده از روایی صوری متخصصان ۴/۳ بوده که رقم قابل قبولی به نظر می‌رسد. به منظور پایایی ابزار نیز از ضریب آلفای کرونباخ بهره برده شده و پایایی به دست آمده معادل ۰/۸۷ بوده است که حاکی از پایایی بالای پرسشنامه است.

ب) پرسشنامه سواد اطلاعاتی: در این پژوهش به منظور جمع‌آوری داده‌های مربوط به سواد اطلاعاتی از یک پرسشنامه محقق‌ساخته ۱۶ عبارتی بر اساس شاخص‌های سواد اطلاعاتی یونسکو در زمینه سواد رسانه‌ای بهره گرفته شده است. مقیاس پاسخگویی به این پرسشنامه به صورت لیکرت پنج‌درجه‌ای از کاملاً موافق تا کاملاً مخالف بوده است. به منظور سنجش روایی پرسشنامه، از روایی صوری بهره گرفته شده و از نظرهای ۱۰ متخصص و کارشناس حوزه مربوط، برخی عبارات نامرتبط حذف و برخی عبارات دیگر به آن اضافه شده است. مقدار توافق به دست آمده از روایی صوری متخصصان ۴/۱ بوده که رقمی قابل قبول است. به منظور پایایی ابزار نیز از ضریب آلفای کرونباخ بهره برده شده و پایایی به دست آمده معادل ۰/۸۴ بوده که نشان از پایایی بالای پرسشنامه دارد.

ج) پرسشنامه فراشناختی: پرسشنامه آگاهی فراشناختی (MAI) شامل ۵۲ عبارت خود

رابطه سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی با مهارت فراشناختی ... ❖ ۱۳۹

اظهاری است که از سوی اسکرا^۱ و دنیسون^۲ (۱۹۹۴ نقل از یوسف‌آبادی، ۱۳۸۷) تهیه شده است. پرسشنامه توانایی فراشناختی پرسشنامه استاندارد است که روایی آن در پژوهش‌های کومار^۳ (۱۹۹۸) و شاون بلاند^۴ (۲۰۰۵) (نقل از یوسف‌آبادی، ۱۳۸۷) مورد تأیید واقع شده و دارای روایی سازه است. با این حال، از آنجا که این ابزار از زبان انگلیسی به فارسی برگردان شده است، معادل‌سازی واژه‌های پژوهشی با نظارت متخصصان علوم تربیتی و روان‌شناسی صورت گرفته و روایی صوری آن مورد تأیید قرار گرفت.

پایایی پرسشنامه توانایی فراشناخت پس از اجرا بر روی یک گروه ۳۰ نفری از مدیران، با استفاده از نرم‌افزار SPSS و روش آلفای کرونباخ ۰/۸۵ به دست آمده است. همچنین کومار (۱۹۹۸) همسانی درونی این پرسشنامه را ۰/۹۱ گزارش کرده است (یوسف‌آبادی، ۱۳۸۷، ص ۷۱). پایایی کلی این پرسشنامه در پژوهش حاضر معادل ۰/۸۹ به دست آمده است.

د) پرسشنامه اخلاقیت عابدی: این پرسشنامه شامل ۶۰ سؤال است که چهار مؤلفه اخلاقیت را اندازه‌گیری می‌کند. سؤالات مربوط به مؤلفه سیالی (۱۶ سؤال)، ابتکار (۲۲ سؤال)، انعطاف‌پذیری (۱۱ سؤال) و بسط (۱۱ سؤال) بوده است. ضرایب به دست آمده برای ۴ مؤلفه سیالی، ابتکار، انعطاف‌پذیری و بسط به ترتیب برابر با ۰/۷۵، ۰/۶۷، ۰/۶۱ و ۰/۶۱ بوده است. وی با استفاده از روش تحلیل عاملی تأییدی نشان داد که آزمون از روایی قابل قبولی برخوردار است. حقیقت اعتبار این آزمون با استفاده از روش بازآزمایی برای سیالی، انعطاف‌پذیری، ابتکار و بسط به ترتیب ۰/۶۹، ۰/۴۸، ۰/۵۳ و ۰/۵۸ گزارش شده است. هر سؤال دارای سه گزینه است که به ترتیب نمرات ۱ تا ۳ به آنها تعلق می‌گیرد. گزینه اول معرف اخلاقیت پایین و گزینه سوم، معرف بالاترین میزان اخلاقیت است. نمره کل اخلاقیت هر آزمودنی بین ۱۸۰ - ۶۰ به دست آمده است (نقل از پیوسته‌گر و همکاران، ۱۳۸۹، ص ۲۱۰). پایایی کلی این پرسشنامه در پژوهش حاضر معادل ۰/۸۱ بوده است.

-
1. Schraw
 2. Dennison
 3. Kumar
 4. Shawn Bland

به منظور تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش حاضر از نرم‌افزار آماری spss بهره گرفته شده است؛ به این ترتیب که به منظور بررسی توزیع ویژگی‌های جامعه مورد نظر از دو بخش آمار توصیفی و استنباطی استفاده شد؛ در سطح توصیفی با بهره‌گیری از شاخص‌های آمار توصیفی از قبیل میانگین، درصد، انحراف معیار و رسم جداول، به ترسیم ویژگی‌های نمونه پژوهشی حاضر پرداخته شده و در سطح استنباطی نیز از روش آماری همبستگی پیرسون و رگرسیون چندگانه استفاده شده است. شایان ذکر است، به منظور بررسی نرمال بودن توزیع متغیرها، از آزمون کالموگروف اسمیرنف k-s بهره برده شده است.

یافته‌های پژوهش

از مجموع ۳۸۵ نفر نمونه آماری مورد بررسی، ۴۴ درصد مرد و ۵۶ درصد زن، ۲۷/۳ درصد مجرد و ۷۲/۷ درصد متأهل بوده‌اند.

فرضیه اول: بین سواد رسانه‌ای با مهارت فراشناختی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد اسلامشهر رابطه وجود دارد.

نتایج جدول ۱، رابطه بین سواد رسانه‌ای و مهارت فراشناختی در سطح $P \leq 0/01$ مثبت و معنادار است؛ بنابراین با ۹۹ درصد اطمینان می‌توان گفت که بین سواد رسانه‌ای و فراشناخت رابطه مثبت و معناداری وجود دارد، به طوری که با افزایش سواد رسانه‌ای دانشجویان، میزان مهارت فراشناختی نیز افزایش می‌یابد.

جدول ۱. رابطه بین سواد رسانه‌ای و مهارت فراشناختی

| متغیرها | ضریب همبستگی | سطح معناداری | ضریب تعیین |
|--------------------------------|--------------|--------------|------------|
| سواد رسانه‌ای و مهارت فراشناخت | ۰/۵۲۴ | ۰/۰۰۰ | ۰/۲۷ |

فرضیه دوم: بین سواد اطلاعاتی با مهارت فراشناختی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد اسلامشهر رابطه وجود دارد.

رابطه سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی با مهارت فراشناختی ... ❖ ۱۴۱

طبق نتایج جدول ۲، رابطه بین سواد اطلاعاتی و مهارت فراشناختی در سطح $P \leq 0/01$ مثبت و معنادار است؛ بنابراین با ۹۹ درصد اطمینان می‌توان گفت که بین سواد اطلاعاتی و مهارت فراشناختی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد، به طوری که با افزایش سواد اطلاعاتی دانشجویان، مهارت فراشناختی آنان نیز افزایش می‌یابد.

جدول ۲. رابطه بین سواد اطلاعاتی و مهارت فراشناختی

| متغیرها | ضریب همبستگی | سطح معناداری | ضریب تعیین |
|--------------------------|--------------|--------------|------------|
| سواد اطلاعاتی و فراشناخت | ۰/۴۰۸ | ۰/۰۰۰ | ۰/۱۶ |

فرضیه سوم: بین سواد رسانه‌ای با خلاقیت دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد اسلامشهر رابطه وجود دارد.

طبق یافته‌های جدول ۳، رابطه بین سواد رسانه‌ای و مؤلفه‌های خلاقیت بررسی شدند. نتایج نشان می‌دهد رابطه بین سواد رسانه‌ای و عنصر و سیالی در سطح $P \leq 0/01$ مثبت و معنادار است؛ بنابراین با ۹۹ درصد اطمینان می‌توان گفت که بین سواد رسانه‌ای و سیالی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد، به طوری که با افزایش سواد رسانه‌ای دانشجویان، سیالی ذهنی آنان نیز افزایش می‌یابد. همچنین نتایج به دست آمده نشان می‌دهد: رابطه بین سواد رسانه‌ای و ابتکار در سطح $P \leq 0/01$ مثبت و معنادار است؛ بنابراین با ۹۹ درصد اطمینان می‌توان گفت که بین سواد رسانه‌ای و ابتکار رابطه مثبت و معناداری وجود دارد، به طوری که با افزایش سواد رسانه‌ای دانشجویان، ابتکار آنان نیز افزایش می‌یابد.

رابطه بین سواد رسانه‌ای و انعطاف‌پذیری در سطح $P \leq 0/01$ مثبت و معنادار است؛ بنابراین با ۹۹ درصد اطمینان می‌توان گفت که بین سواد رسانه‌ای و انعطاف‌پذیری رابطه مثبت و معناداری وجود دارد، به طوری که با افزایش سواد رسانه‌ای دانشجویان، انعطاف‌پذیری ذهنی آنان نیز افزایش می‌یابد.

رابطه بین سواد رسانه‌ای و بسط در سطح $P \leq 0/01$ مثبت و معنادار است؛ بنابراین با ۹۹ درصد اطمینان می‌توان گفت که بین سواد رسانه‌ای و بسط رابطه مثبت و معناداری وجود دارد، به طوری که با افزایش سواد رسانه‌ای، توانایی بسط نیز افزایش می‌یابد.

جدول ۳. رابطه بین سواد رسانه‌ای و خلاقیت

| مؤلفه‌های خلاقیت | ضریب همبستگی | سطح معناداری | ضریب تعیین |
|------------------|--------------|--------------|------------|
| سیالی | ۰/۵۵۵ | ۰/۰۰۰ | ۰/۳۰ |
| ابتکار | ۰/۳۲۳ | ۰/۰۰۰ | ۰/۱۰ |
| انعطاف‌پذیری | ۰/۷۸۷ | ۰/۰۰۰ | ۰/۷۸ |
| بسط | ۰/۴۴۸ | ۰/۰۰۰ | ۰/۲۰ |

فرضیه چهارم: بین سواد اطلاعاتی با خلاقیت دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد اسلامشهر رابطه وجود دارد.

طبق یافته‌های جدول ۴، رابطه بین سواد اطلاعاتی و مؤلفه‌های خلاقیت بررسی شدند. نتایج نشان می‌دهد رابطه بین سواد رسانه‌ای و سیالی در سطح $P \leq 0/01$ مثبت و معنادار است؛ بنابراین با ۹۹ درصد اطمینان می‌توان گفت که بین سواد اطلاعاتی و سیالی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد، به طوری که با افزایش سواد اطلاعاتی دانشجویان، سیالی ذهنی آنان نیز افزایش می‌یابد.

رابطه بین سواد اطلاعاتی و ابتکار در سطح $P \leq 0/01$ مثبت و معنادار است؛ بنابراین با ۹۹ درصد اطمینان می‌توان گفت که بین سواد اطلاعاتی و ابتکار رابطه مثبت و معناداری وجود دارد، به طوری که با افزایش سواد اطلاعاتی دانشجویان، ابتکار آنان نیز افزایش می‌یابد.

رابطه بین سواد اطلاعاتی و انعطاف‌پذیری در سطح $P \leq 0/01$ مثبت و معنادار است؛ بنابراین با ۹۹ درصد اطمینان می‌توان گفت که بین سواد اطلاعاتی و انعطاف‌پذیری رابطه مثبت و معناداری وجود دارد، به طوری که با افزایش سواد اطلاعاتی دانشجویان، انعطاف‌پذیری ذهنی آنان نیز افزایش می‌یابد.

رابطه بین سواد اطلاعاتی و بسط در سطح $P \leq 0/01$ مثبت و معنادار است؛ بنابراین با ۹۹ درصد اطمینان می‌توان گفت که بین سواد اطلاعاتی دانشجویان و بسط رابطه مثبت و معناداری وجود دارد، به طوری که با افزایش سواد اطلاعاتی دانشجویان، توانایی بسط آنان نیز افزایش می‌یابد.

رابطه سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی با مهارت فراشناختی ... ❖ ۱۴۳

جدول ۴. رابطه بین سواد اطلاعاتی و خلاقیت

| مؤلفه‌های خلاقیت | ضریب همبستگی | سطح معناداری | ضریب تعیین |
|------------------|--------------|--------------|------------|
| سیالی | ۰/۳۳۶ | ۰/۰۰۰ | ۰/۱۱ |
| ابتکار | ۰/۳۴۳ | ۰/۰۰۰ | ۰/۱۱ |
| انعطاف‌پذیری | ۰/۴۳۲ | ۰/۰۰۰ | ۰/۱۸ |
| بسط | ۰/۲۴۹ | ۰/۰۰۱ | ۰/۰۶ |

طبق یافته‌های جدول ۵، مقدار ضریب بتای به دست آمده در متغیر سواد رسانه‌ای ۰/۵۱۵ نشان‌دهنده آن است که با افزایش یک نمره استاندارد در متغیر پیش‌بین (سواد رسانه‌ای) ۰/۵۱۵ به نمره متغیر ملاک (مهارت فراشناختی) اضافه می‌شود. مقدار ضریب بتای به دست آمده در متغیر سواد اطلاعاتی ۰/۲۲۳ نشان‌دهنده آن است که با افزایش یک نمره استاندارد در متغیر پیش‌بین (سواد اطلاعاتی) ۰/۲۲۳ به نمره متغیر ملاک (مهارت فراشناختی) اضافه می‌شود.

جدول ۵. ضرایب رگرسیونی پیش‌بینی‌کننده مهارت فراشناختی

| متغیر مستقل | سطح معناداری | T | Beta | B |
|---------------|--------------|-------|-------|-------|
| سواد رسانه‌ای | ۰/۰۰۰ | ۱۱/۹۰ | ۰/۵۱۵ | ۱/۰۸۰ |
| سواد اطلاعاتی | ۰/۰۰۱ | ۵/۱۶ | ۰/۲۲۳ | ۰/۶۵۳ |

طبق یافته‌های جدول ۶، مقدار ضریب بتای به دست آمده در متغیر سواد رسانه‌ای نشان‌دهنده آن است که با افزایش یک نمره استاندارد در متغیر پیش‌بین (سواد رسانه‌ای) ۰/۴۱۸ به نمره متغیر ملاک (سیالی) اضافه می‌شود. مقدار ضریب بتای به دست آمده در متغیر سواد اطلاعاتی ۰/۲۱۱ نشان‌دهنده آن است که با افزایش یک نمره استاندارد در متغیر پیش‌بین (سواد اطلاعاتی) ۰/۲۱۱ به نمره متغیر ملاک (سیالی) اضافه می‌شود.

جدول ۶. ضرایب رگرسیونی پیش‌بینی‌کننده سیالی

| متغیر مستقل | سطح معناداری | T | Beta | B |
|---------------|--------------|------|-------|-------|
| سواد رسانه‌ای | ۰/۰۰۰ | ۸/۱۱ | ۰/۴۱۸ | ۰/۸۷۹ |
| سواد اطلاعاتی | ۰/۰۰۱ | ۴/۱۲ | ۰/۲۱۱ | ۰/۴۸۷ |

طبق یافته‌های جدول ۷، مقدار ضریب بتای به دست آمده در متغیر سواد رسانه‌ای ۰/۵۰۹، نشان‌دهنده آن است که با افزایش یک نمره استاندارد در متغیر پیش‌بین (سواد رسانه‌ای) ۰/۵۰۹، به نمره متغیر ملاک اضافه می‌شود همچنین مقدار ضریب بتای به دست آمده در سواد اطلاعاتی ۰/۲۴۳، نشان‌دهنده آن است که با افزایش یک نمره استاندارد در متغیر پیش‌بین (سواد اطلاعاتی)، ۰/۲۴۳ به نمره متغیر ملاک (ابتکار) اضافه می‌شود.

جدول ۷. ضرایب رگرسیونی پیش‌بینی کننده ابتکار

| B | Beta | T | سطح معناداری | متغیر مستقل |
|-------|-------|-------|--------------|---------------|
| ۱/۰۰۱ | ۰/۵۰۹ | ۱۱/۳۱ | ۰/۰۰۰ | سواد رسانه‌ای |
| ۰/۷۸۲ | ۰/۲۴۳ | ۵/۳۹ | ۰/۰۰۱ | سواد اطلاعاتی |

طبق جدول ۸، مقدار ضریب بتای به دست آمده در متغیر سواد رسانه‌ای ۰/۴۸۹، نشان‌دهنده آن است که با افزایش یک نمره استاندارد در متغیر پیش‌بین (سواد رسانه‌ای) ۰/۴۸۹ به نمره متغیر ملاک (انعطاف‌پذیری) اضافه می‌شود. همچنین مقدار ضریب بتای به دست آمده در متغیر سواد اطلاعاتی ۰/۲۱۰، نشان‌دهنده آن است که با افزایش یک نمره استاندارد در متغیر پیش‌بین (سواد اطلاعاتی) ۰/۲۱۰ به نمره متغیر ملاک (انعطاف‌پذیری) اضافه می‌شود.

جدول ۸. ضرایب رگرسیونی پیش‌بینی کننده انعطاف‌پذیری

| B | Beta | T | سطح معناداری | متغیر مستقل |
|-------|-------|-------|--------------|---------------|
| ۰/۹۹۷ | ۰/۴۸۹ | ۱۰/۱۷ | ۰/۰۰۰ | سواد رسانه‌ای |
| ۰/۵۸۶ | ۰/۲۱۰ | ۴/۳۳ | ۰/۰۰۰ | سواد اطلاعاتی |

طبق یافته‌های جدول ۹، مقدار ضریب بتای به دست آمده در متغیر سواد رسانه‌ای ۰/۴۱۲، نشان‌دهنده آن است که با افزایش یک نمره استاندارد در متغیر پیش‌بین (سواد رسانه‌ای) ۰/۴۱۲، به نمره متغیر ملاک اضافه می‌شود همچنین مقدار ضریب بتای به

رابطه سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی با مهارت فراشناختی ... ❖ ۱۴۵

دست آمده در سواد اطلاعاتی ۰/۲۴۱، نشان‌دهنده آن است که با افزایش یک نمره استاندارد در متغیر پیش‌بین (سواد اطلاعاتی)، ۰/۲۴۱ به نمره متغیر ملاک (بسط) اضافه می‌شود.

جدول ۹. ضرایب رگرسیونی پیش‌بینی‌کننده بسط

| متغیر مستقل | سطح معناداری | T | Beta | B |
|---------------|--------------|------|-------|-------|
| سواد رسانه‌ای | ۰/۰۰۰ | ۹/۱۳ | ۰/۴۱۲ | ۰/۸۷۴ |
| سواد اطلاعاتی | ۰/۰۰۰ | ۴/۶۱ | ۰/۲۴۱ | ۰/۶۱۱ |

بحث و نتیجه‌گیری

هدف اصلی از پژوهش حاضر، بررسی رابطه سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی دانشجویان با مهارت‌های فراشناختی و خلاقیت آنان دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد اسلامشهر بوده است. بر اساس یافته‌های به دست آمده از این پژوهش، بین سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی دانشجویان با مهارت‌های فراشناختی و خلاقیت رابطه مثبت و معناداری وجود دارد و با افزایش سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی مهارت‌های فراشناختی و خلاقیت نیز افزایش می‌یابد. یافته‌های این پژوهش تاحدودی با یافته‌های پژوهش کک و باروت (۲۰۱۶)، گراوند و حسن‌پور (۱۳۹۳) و سینگ (۲۰۱۲)، همسو است. لی و همکاران (۲۰۱۵) نیز در پژوهش خود نشان دادند که بین سواد رسانه‌ای و مهارت فراشناختی رابطه معناداری وجود دارد. بر اساس یافته‌های این پژوهش نیز در شرایطی که دانشجویان از سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی بالایی برخوردار باشند، به‌مراتب مهارت‌های فراشناختی آنان فزونی خواهد یافت. بسیاری از صاحب‌نظران از جمله جکوبسن^۱ و ویکو^۲ (۲۰۱۰) در این زمینه معتقدند که مهارت‌های فراشناختی در انواع فعالیت‌های شناختی، از جمله ردوبدل کردن اطلاعات به‌صورت کلامی، ترغیب کلامی، درک و مفهوم مطالب، ضرورت خواندن، نوشتن، توجه، ادراک، حافظه، فراگیری زبان،

1. Jacobson

2. Vico

حل مسئله، شناخت اجتماعی و اشکال مختلف خودآموزشی و کنترل خود، نقش مهمی ایفا می‌کنند و این فرایند خود تحت تأثیر عوامل دیگری از جمله به‌کارگیری مؤثر ابزارهای رسانه‌ای و اطلاعاتی است. دمبو (۱۹۹۴) نیز می‌گوید که دانش فراشناخت، تحت تأثیر دانش و اطلاعات است.

کمیسون اروپایی و پارلمان اروپایی یونسکو، نیز معتقدند سواد رسانه‌ای، توانایی حل مسئله، خلاقیت و فراشناخت را تقویت می‌کند (آکسترند، ۲۰۰۹، ص ۱۷). از این رو یافته فوق را می‌توان با بهره‌گیری از دیدگاه صاحب‌نظران یاد شده این‌گونه تبیین کرد که مهارت‌های فراشناختی تحت تأثیر عواملی عدیده‌ای هستند که به‌طور مؤثر به‌کار گرفته می‌شوند. ارتقای سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی می‌تواند دانشجویان را در فرایند به‌کارگیری مهارت‌های فراشناختی یاری دهد.

باید توجه داشت که سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی به‌صورت خودبه‌خودی در افراد به وجود نمی‌آید و با نظام آموزشی منسجم امکان‌پذیر است. در دنیای معاصر که فناوری‌ها از جمله رسانه‌های ارتباطی و اطلاعاتی زندگی بشر را محاصره کرده‌اند و پیام‌های یکسان و غیریکسان از رسانه‌های متعدد منتشر می‌شود، هیچ منبع و مرجعی همچون نهادهای آموزشی و از سوی دیگر، رسانه‌های جمعی همچون صداوسیما نمی‌توانند در پرورش و آموزش این فرایندها و توسعه و افزایش سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی و پیرو آن، مهارت‌های فراشناختی پیشگام باشند؛ برخورداری از آموزش‌های مورد نیاز دانشجویان باید در ردیف اولویت‌های آموزشی خواندن و نوشتن قرار گیرد. در این میان دانشجویان برای آنکه به انتخابی دست یابند که با نیاز آنان منطبق باشد راهی ندارند جز آنکه به ابزار سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی مجهز شوند. از سوی دیگر، بر اساس یافته‌های به دست آمده از این پژوهش همان‌گونه که پیش‌تر نیز مطرح شد، بین سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی با خلاقیت دانشجویان رابطه وجود دارد و با افزایش سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی دانشجویان، نمره خلاقیت آنان در ابعاد سیالی،

بسط، ابتکار و انعطاف‌پذیری فزونی می‌یابد. مادیر^۱ (۲۰۱۲)، پیسینکا^۲ و همکاران (۲۰۱۱) نیز در پژوهش خود به این مهم دست یافتند که با افزایش سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی خلاقیت می‌تواند توسعه و بهبود یابد. تورنس و گاف (۱۹۸۶) نیز اذعان داشته‌اند که خلاقیت تحت تأثیر عوامل متعددی است و اطلاعات موجود در یک زمینه خاص و این اطلاعات و ابزارها را می‌توان در زمره عوامل مهم در زمینه رشد و شکوفایی خلاقیت قلمداد کرد. به نظر می‌رسد در نظریه تورنس عامل سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی عاملی مهم و مرتبط با خلاقیت تلقی می‌شود و از این رو، هرچه سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی دانشجویان ارتقا می‌یابد، خلاقیت آنان نیز فزونی می‌گیرد. اندوخته سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی، دانشجویان را مجهز به ابزارهایی می‌کند که در زمینه‌ها و موقعیت‌هایی که امکان بروز مؤلفه‌های خلاقیت از جمله بسط، ابتکار، انعطاف و سیالی وجود دارد از آنها بهره می‌گیرند و توانایی‌های خود را در این چهار بعد به نمایش می‌گذارند.

انجمن دانشگاهی و پژوهشی کتابخانه‌ها (۲۰۰۳، نقل از اشرفی ریزی و همکاران، ۱۳۹۳، ص ۲۴) نیز اذعان دارد: افراد برخوردار از سواد اطلاعاتی می‌توانند نیاز اطلاعاتی خود را به درستی تشخیص دهند، منابع لازم برای رفع این نیاز را شناسایی کنند و با تدوین راهبردهای مناسب در این منابع، به جستجو، شناسایی و گزینش اطلاعات پردازند. همچنین می‌توانند اطلاعات به دست آمده را با دانش قبلی خود به نحوی پیوند دهند که به تولید دانش جدید منجر شود و این خود می‌تواند زمینه‌ساز خلاقیت باشد.

از طرفی، کافمن و استرنبرگ (۲۰۱۰) معتقدند که تجلی اندیشه و خلاقیت، به زمینه یا شرایطی که افراد در آن قرار دارند، وابسته است. در پژوهش حاضر نیز به زعم پژوهشگر، یکی از راه‌های تقویت و توسعه اندیشه و خلاقیت، زمینه‌سازی برای رشد سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی است. از طرفی، با توجه به اینکه سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی فرصت‌هایی برای اکتشاف و کار مستقل فراهم می‌کنند، می‌توان ارتباط میان سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی را در این مهم جستجو کرد. کوتاه سخن اینکه سواد

رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی، ابزارهایی هستند که افراد و از جمله دانشجویان، برای مواجهه با پیام‌های رسانه‌ای و جستجوی اطلاعاتی و نیز ایجاد ساختارهای دانش خود از آنها استفاده می‌کنند. شایان ذکر است، دانشجویانی که از مهارت‌های ضعیفی برخوردارند، نمی‌توانند در مواجهه با رسانه‌ها و اطلاعات، فعالیت مؤثری داشته باشند و در این شرایط، وضعیت سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی خود می‌تواند به‌عنوان یکی از موانع و محدودیت‌های توسعه مهارت‌های فراشناختی و خلاقیت در نظر گرفته شود. در این میان، علاوه بر نهادهای آموزشی همچون دانشگاه‌ها، نهادهای ذی‌ربط دیگر همچون صداوسیما جمهوری اسلامی ایران نیز با بهره‌گیری از ظرفیت‌های موجود می‌توانند به برنامه‌سازی و اقدامات مفید و سازنده در خصوص ارتقای سطح سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی افراد جامعه بویژه دانشجویان کمک کنند.

پیشنهادها

لازم است مسئولان مربوط دانشگاه با برگزاری گردهمایی‌ها و همایش‌ها، دانشجویان را با مفاهیم سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی آشنا کنند. ضروری است تا مسئولان دانشگاهی، زمینه‌هایی را همچون مقدمات پژوهش با بهره‌گیری از منابع چاپی و الکترونیکی فراهم کنند تا با عنایت به این زمینه‌ها، بهبود و ارتقای مهارت‌های فراشناختی و خلاقیت برای ایشان محقق گردد. مسئولان نهادهای رسانه‌ای همچون تلویزیون و به‌طور کلی، صداوسیما جمهوری اسلامی ایران با در نظر گرفتن برنامه‌هایی که جنبه‌های آموزشی و کاربردی دارند، به چگونگی بهره‌گیری از ابزارهای رسانه‌ای و همچنین منابع اطلاعاتی اهتمام ورزند. بین دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی و سازمان‌های رسانه‌ای از جمله صداوسیما، ارتباط مؤثر، مفید و سازنده در خصوص برگزاری جلسات هم‌اندیشی برقرار شود تا در زمینه‌های پرورش مهارت‌های فراشناختی و خلاقیت، با بهره‌گیری از ارتقای سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی اقدامات لازم صورت گیرد.

منابع

- ابراهیمی، زهرا. (۱۳۹۲). *فناوری‌های نوین آموزشی*. چاپ اول، تهران: راه.
- اسمعیل پونکی، الهام؛ اسمعیلی گیوی، محمدرضا و فهیم‌نیا، فاطمه. (۱۳۹۴). بررسی رابطه سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی دانشجویان علوم ارتباطات و علم اطلاعات و دانش‌شناسی. *دانش و مدیریت اطلاعات*، ۲(۴)، صص ۷۶-۶۴.
- اشرفی‌ریزی، حسن؛ رضانی، امیر؛ آقاجانی، حامد و کاظم‌پور، زهرا. (۱۳۹۲). بررسی میزان سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی اصفهان. *فصلنامه نظام‌ها و خدمات اطلاعاتی*، ۲(۶)، صص ۳۴-۱۷.
- اشرفی‌ریزی، حسن؛ حسن‌زاده، دلارام و کاظم‌پور، زهرا. (۱۳۹۳). میزان سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی در بین دانشجویان براساس شاخص‌های سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی یونسکو. *مدیریت اطلاعات سلامت*، ۱۱(۴)، صص ۳۳۴-۳۲۴.
- پورکیانی، مسعود و فرح‌بخش، شیما. (۱۳۹۱). نقش فناوری اطلاعات (IT) در مدیریت منابع انسانی. *راهبرد توسعه*، ۲۹، صص ۲۴۷-۲۳۴.
- بصیریان، حسین و بصیریان، رضا. (۱۳۸۵). درآمدی به سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی. *فصلنامه رسانه*، ۱۷(۶۸)، صص ۵۰-۳۳.
- پیوسته‌گر، مهرانگیز؛ دستجردی، الهام و دهشیری، غلامرضا. (۱۳۸۹). رابطه خلاقیت و بهزیستی ذهنی در دانشجویان. *علوم رفتاری*، ۴(۳)، صص ۲۱۳-۲۰۷.
- دشتی، سمیه. (۱۳۹۴). *بررسی تأثیر کنش شناختی بر مهارت‌های خواندن و نوشتن دانش‌آموزان پایه ششم ابتدایی شهر تهران*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد اسلامشهر.
- زمانی، عشرت. (۱۳۸۲). *استانداردهای سواد اطلاعاتی*. پردازش و مدیریت اطلاعات، ۱۹(۱ و ۲)، صص ۴۱-۳۴.
- سلیمان، سفر؛ خسروی، فریبرز و حداد، زهرا. (۱۳۹۲). ارزیابی سواد رسانه‌ای دانشجویان و دانش‌آموزان شهر تهران. *فصلنامه رسانه*، ۱۶، صص ۷۴-۵۲.

سیف، علی اکبر. (۱۳۹۰). روان‌شناسی پرورشی نوین. تهران: آگاه.

صفری، یحیی و محمدجانی، صدیقه. (۱۳۹۰). کاربرد راهبردهای فراشناخت در تجربه‌های دانشجویان و ارتباط آن با سطح پیشرفت تحصیلی آنها. رهیافتی نو در مدیریت آموزشی، ۲(۳)، صص ۵۶-۴۱.

گراوند، ایوب و حسن پور، اکبر. (۱۳۹۳). بررسی رابطه سواد اطلاعاتی با خلاقیت در دانشجویان دانشگاه پیام‌نور استان لرستان. کنفرانس بین‌المللی توسعه و تعالی کسب و کار.

مزرعی جوشری، سحر. (۱۳۸۸). بررسی جامعه‌شناختی تقابل بین فرهنگ و فناوری نوین ارتباط (تلفن همراه و اینترنت). نامه علوم اجتماعی، ۲۴(۶)، صص ۱۰۵-۱۰۰.

یوسف‌آبادی، محمد. (۱۳۸۷). بررسی توانایی فراشناخت مدیران و تأثیر آن بر سلامت سازمانی مدارس راهنمایی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی دانشگاه فردوسی مشهد.

Al-Mamary, YH.; Shamsuddin, AL. & Aziati, N. (2015). Investigating the Key Factors Influencing on Management Information Systems Adoption Among Telecommunication Companies in Yemen: The Conceptual Framework Development. *International Journal of Energy, Information and Communications*, Vol. 6, No. 1, Pp. 59-68.

Bieler, R.F. & Snowman, S.S. (1993). *Lerning Theories for Teachers*. 6th ed. New York: Longman.

Dembo, M.H. (1994). *Applying Educational psychology*. 5th ed. New York: Longman.

Ivanovic, M. (2014). Development of Media Literacy – an Important Aspect of Modern Education. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 149, Pp. 438 – 442.

Gupta, D. (2003). **Position Statement on Information Literacy**. [on line]

Available at:

http://www.ala.org/aasl/position/PS_infolit.html.

Jacobson, B. N. & Viko, B. (2010). Effect of Instruction in Metacognitive self – Assessment Strategy on Student. **Academia Arena**, Vol. 2, No. 11, Pp. 1 – 10.

Lee, L.; Chen, Der Thanq.; Li, Jen Yi. & Lin, Tzu Bin. (2015). Understanding New Media Literacy: The Development of a Measuring Instrument. **Computers & Education**, 85, Pp. 84-93.

Kaufman, J.C. & Sternberg, R.J. (2010). **The Cambridge Handbook of Creativity** (Eds), New York: Cambridge University Press.

Koc, M. & Barut, E. (2016). Development and Validation of New Media Literacy Scale (NMLS) For University Students. **Computers in Human Behavior**. 63, Pp. 834-843.

Mader, S. (2012). Transforming Students into Scholars: Creating MIL Competencies Through Communicating Research. **Paper Presented at the International Conference on Media and Information Literacy for Knowledge Societies**, Moscow, Russian Federation.

Moeller, S.; Joseph, A.; Lau, J. & Carbo, T. (2011). **Towards Media and Information Literacy Indicators**. Paris: UNESCO.

Oxstrand, B. (2009). Media Literacy Education- A Discussion About Media, Education in the Western Countries, Europe and Sweden, **Paper presented at the Nordmedia09 Conference in Karlstad University**. Sweden, August 13-15.

- Phan, H. P. (2010). Critical Thinking as a Self-Regulatory Process Component in Teaching and Learning. **Psicothema**, 22, Pp. 284-292.
- Piscina, T.; Basterretxa, J. I. & Jimenz, E. (2011). Report about the Media Literacy Situation in the Basque. **School Community**, 36, Pp. 157-164.
- Singh, J. (2012). **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.
- UNESCO. (2007). Global Framework on MIL Indicators Retrieved 01/08/2013, 2013, From, <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/mediadevelopment/media-literacy/global-framework-on-mil-indicators>
- Torrance, E. P. & Goff, K. (1986). A Quiet Revolution. **Creative Behavior**, 23, Pp. 136-145.
- Tsiknakis, M. & Kouroubali, A. (2009). Organizational Factors Affecting Successful Adoption of Innovative health Services: A Case Study Employing the FITT Framework. **Medical Informatics**, 78, No. 1, Pp. 39-52.
- Wilson, C. (2012). Media and Information Literacy: Pedagogy and Possibilities. **Communicar**, Vol. 20, No. 39, Pp. 15- 22.