

ارائه الگوی مطلوب مهارت‌های زندگی بر سواد رسانه‌ای شهروندان

نسرین آقاملا^۱، دکترلیلا نیرومند^۲، دکتر نازنین ملکیان^۳، دکتر سمیه تاجیک اسماعیلی^۴

چکیده:

مهارت‌های زندگی به ایجاد روابط بین فردی مناسب و موثر، انجام مسئولیت‌های اجتماعی و تصمیم‌گیری‌های صحیح افراد کمک می‌کند، می‌توان گفت که سواد رسانه‌ای که از مباحث جدید در حوزه ارتباطات و رسانه است هم می‌تواند یکی از مهارت‌های زندگی محسوب گردد. لذا هدف این پژوهش عبارت است از ارائه الگوی مطلوب مهارت‌های زندگی بر سواد رسانه‌ای شهروندان که از روش پیمایشی نیز بهره گرفته شده است. جامعه آماری این پژوهش شامل شهروندان شهر تهران است که با استفاده از فرمول کوکران، حجم نمونه ۳۸۵ نفر تعیین شد. ابزار سنجش داده‌ها در این پژوهش پرسشنامه استاندارد مهارت‌های زندگی ساعتچی و همکاران (۱۳۸۹) و همچنین پرسشنامه سواد رسانه‌ای محقق ساخته می‌باشد. در این تحقیق از نظریه سواد رسانه‌ای پاتر و مهارت‌های زندگی سازمان بهداشت جهانی بهره گرفته شده است. در بخش تجزیه و تحلیل داده‌های آماری از آزمون تی مستقل و تحلیل واریانس یکطرفه استفاده شده است. یافته‌های پژوهش نشان داد که مهارت‌های زندگی بر ابعاد سواد رسانه‌ای و همچنین مهارت‌های زندگی و مولفه‌های آن بر سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی تاثیر دارد و الگوی مطلوب نیز در این زمینه ارائه گردید.

واژگان کلیدی: ارائه الگوی مطلوب، مهارت‌های زندگی، سواد رسانه‌ای، شهروندان تهرانی

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۶/۰۴

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۴/۱۴

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

^۱ دانشجوی دکتری علوم ارتباطات اجتماعی، واحد تهران شرق، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
^۲ استادیار و عضو هیئت علمی گروه ارتباطات اجتماعی، واحد تهران شرق، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده

مسئول) ln_niroomand@yahoo.com

^۳ استادیار و عضو هیئت علمی گروه ارتباطات اجتماعی، واحد تهران شرق، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

^۴ استادیار و عضو هیئت علمی گروه ارتباطات اجتماعی، واحد تهران شرق، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

مقدمه

انسان‌ها امروزه در معرض نهادهای رسانه‌ای متولد می‌شوند، می‌اندیشند، دنیا را از این رهگذر می‌شناسند و رفتارهای خود را بر اساس الگوهای برگرفته از کتاب، مجله، ماهواره، اینترنت و سامان می‌دهند. این گستردگی حضور رسانه‌ها در دنیای امروز، بیش از هر زمان دیگر موضوع چگونگی استفاده از آنها را مورد توجه قرار می‌دهد. استفاده از رسانه‌ها مستلزم داشتن اطلاعات، آگاهی و دانش کافی در زمینه بهره‌وری از پیام‌های رسانه‌ای است که استفاده انسان معاصر از آنها را مؤثرتر و پویاتر ساخته و به او کمک می‌کند که تحت تأثیر ارزش‌ها، ایدئولوژی‌ها و القائات خاص رسانه‌ای قرار نگیرد. سواد رسانه‌ای امروزه از جمله مهارت‌هایی است که به دلیل فراوانی رسانه‌ها، تولید محتوای زیاد و متنوع و در برگیری زیاد آنها، هر شهروند، نیازمند به یادگیری و آموزش آن است. این مهارت می‌تواند تأثیر زیادی بر زندگی هر فرد داشته باشد با به کارگیری سواد رسانه‌ای، تسلط فرد در فهم خروجی رسانه افزایش یافته به این ترتیب فرد به خوبی می‌داند از رسانه چه می‌خواهد و فعالانه به ارزیابی نقادانه محتوای آن می‌پردازد تا معنای پیام‌هایی با قابلیت‌های اثرگذاری بر سبک زندگی خود را دریابد و از جهتی دیگر انسان در نتیجه فرآیند اجتماعی شدن برخی از مهارت‌های زندگی را کسب می‌کند و اما در عرصه عمل، می‌تواند این مهارت‌ها را بهبود بخشد.

در کنار مهارت‌های زندگی، می‌توان گفت که سواد رسانه‌ای نیز همان‌طور که به آن اشاره شد؛ از مباحث جدید در حوزه ارتباطات و رسانه است که می‌تواند یکی از مهارت‌های زندگی محسوب گردد؛ کسب مهارت‌های زندگی که توسط سازمان بهداشت جهانی برای داشتن زندگی بهتر و با کیفیت‌تر مطرح شده است، برای زندگی در قرن بیست و یکم ضروری است. با توجه به توضیحات فوق محقق به دنبال پاسخ به این سوال است که مهارت‌های زندگی شهروندان تهرانی با توجه به سواد رسانه‌ای آنان چگونه است و الگوی مطلوب در این زمینه چیست؟

در اینجا لازم است به تحقیقات مشابه انجام شده با موضوع تحقیق پرداخته شود که به شرح زیر ارائه می‌گردد: نصیری (۱۳۹۵) تحقیقی تحت عنوان سواد اخلاقی به عنوان یکی از رهیافت‌های سواد رسانه‌ای و مسئولیت اجتماعی انجام داده است. خالق بدون در نظر گرفتن انسان و کنش‌هایش بی‌معناست و قضاوت اخلاقی نوعی کنش انسانی نسبت به پیام‌هایی است که فرد از محیط پیرامونش کسب می‌کند.

ارائه الگوی مطلوب مهارتهای زندگی بر..... ۲۹

زمانی که صحبت از رسانه به یکسری رسانه های خاص می شود به زعم نویسنده؛ رسانه و پیام صرفا مانند مطبوعات، کتاب، رادیو، تلویزیون، ماهواره، فضای مجازی و پیام هایشان اطلاق نمی گردد، بلکه هر آنچه که در اطراف ما وجود دارد میتواند همانند یک رسانه عمل کرد، کما اینکه هر فردی خود می تواند یک رسانه باشد.

هدف اصلی نوشتار حاضر بررسی سه مولفه سواد رسانه ای، سواد اخلاقی و مسئولیت اجتماعی و ارتباط میان آنها در کنار الزامات عاملیت انسانی به عنوان رسانه در بستر جامعه است؛ تا بتوان با تحلیل منطقی برخی از زوایا، افق ها و چالش های پیشروی این مفاهیم را نشان داد. قاعده اساسی این بحث توجه به امنیت، سلامت و آسایش همگان که همان مسئولیت اجتماعی و توانایی مدیریت مناسب آن است، میباشد. با در نظر داشتن این موضوع که مفهوم اخلاق با فهم و دانش مسئولیت اجتماعی، تحت عنوان سواد اخلاقی و به عنوان یکی از اضلاع سواد رسانه ای (حوزه شناختی، عاطفی، زیبایی شناختی و اخلاقی) می توان هم طراز با سایر نیازهای انسان قرن بیست و یکم برای زندگی فرض کرد. همانطور که اخلاق به بعد شخصی و فردی تصمیمات و رفتارهای ارتباطی توجه دارد. در مقابل، مسئولیت اجتماعی به جنبه اجتماعی و مسائل فراشخصی مرتبط می باشد؛ و سواد رسانه ای در این میان به هر دو رویکرد نیازمند است.

اشرفی ریزی و همکاران (۱۳۹۳) تحقیقی را با عنوان میزان سواد رسانه ای و اطلاعاتی در بین دانشجویان براساس شاخص های سواد رسانه ای و اطلاعاتی یونسکو "انجام دادند. یافته ها نشان داد میزان سواد رسانه ای و اطلاعاتی دانشجویان بالاتر از حد متوسط و نسبتا مطلوب میباشد. بیشترین میانگین مربوط به ارج نهادن به تولیدات علمی دیگران و کمترین میانگین مربوط به انتقال اطلاعات از طریق سخنرانی رسمی می باشد. مقایسه بین جنسیت و وضعیت تاهل و میزان سواد رسانه ای و اطلاعاتی نشان داد که بین سواد اطلاعاتی و متغیرهای مذکور تفاوت معنی داری وجود ندارد. پروبست^۵ (۲۰۱۷) تحقیقی را با عنوان تاثیر آموزش سواد رسانه های اجتماعی در یادگیری اجتماعی و احساسی انجام داد. این مقاله امکان استفاده از آموزش سواد رسانه های اجتماعی را به عنوان بخشی از برنامه آموزشی فردی (IEP) برای بهبود نتایج یادگیری اجتماعی و احساسی دانش آموزان معلول بررسی می کند. این مقاله چارچوبی برای استفاده از مباحث کلیدی

^۵ Probst

۳۰..... پژوهش‌های جامعه‌شناختی، سال چهاردهم/شماره اول و دوم/ بهار و تابستان ۱۳۹۹

برای تدریس صلاحیت‌های اجتماعی و عاطفی خاص و اهداف دانش‌آموزان با معلولیت‌های اجتماعی و عاطفی فراهم می‌کند. با استفاده از مباحث کلیدی سواد رسانه‌ای برای آموزش توانمندی‌ها، مربیان می‌توانند دانش‌آموزان را با راهبردهای تجزیه و تحلیل، ارزیابی، ایجاد و اقدامات مسئولانه در دنیای دیجیتال، در کنار مهارت‌های اجتماعی و عاطفی که معمولاً با بسیاری از عواطف اجتماعی، احساسی و اختلالات رفتاری همراه است آشنا کنند. ویتورث (۲۰۱۲) در پژوهش خود به تشریح یک مدل که می‌تواند برای درک و تولید شیوه‌های مختلف تجسم و پیاده‌سازی سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی مورد استفاده قرار گیرد، پرداخته است. نتایج نشان داد این مدل جهت تجزیه و تحلیل طیف وسیعی از اقدامات در راستای ارتقای سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی، شامل خودآموزها، دوره‌های آموزشی و یک پروژه در امر آموزش جامعه قابل استفاده است و این که چگونه رسانه‌های اجتماعی می‌توانند مجموعه‌ای از منابع اطلاعاتی تعریف شده، با کیفیت خوب برای جامعه خود ایجاد نمایند.

در عصر حاضر، تنها استفاده از رسانه‌ها و فناوری‌های نوین ارتباطی نمی‌تواند ما را در دستیابی به توسعه انسانی یاری کند. چرا که ما نیاز داریم بدانیم در چنین فضایی چگونه از رسانه‌ها و منابع اطلاعاتی آن‌ها بهره بگیریم، چه چیزهایی را انتخاب و چه اطلاعاتی را پس‌بزنیم و در کل به شناختی از زندگی در این عصر برسیم. این فرایند مستلزم دستیابی به سطح معقولی از مهارت‌ها و دانش است تا بر پایه آن بتوان ارتباط با رسانه‌ها را در پیش گرفت و از حالت انفعالی و یک‌سویه با رسانه‌های جدید خارج شد. سواد رسانه‌ای مهارت‌های لازم برای برقراری ارتباطی متفکرانه و آگاهانه با رسانه‌ها را به ما می‌آموزد و در عین حال نگاهی دقیق، دیدگاهی نقادانه و تحلیلی نسبت به پیام‌های رسانه‌های مختلف و فناوری‌های نوین را فراهم می‌آورد (بابایی راد، ۱۳۸۷: ۱۳۳). لازم به ذکر است که در این پژوهش از نظریه مهارت‌های زندگی سازمان بهداشت جهانی و سواد رسانه‌ای پاتر استفاده شده است. طبق تعریف سازمان جهانی بهداشت، مهارت‌های زندگی توانایی رفتار مثبت و سازگاری هستند که افراد را برای مقابله موثر با خواسته‌ها و چالش‌های روزمره آماده می‌کند. در حالت خاص، مهارت‌های زندگی گروهی از مهارت‌های روانی و مهارت‌های بین‌فردی هستند که افراد را در تصمیم‌گیری آگاهانه، حل مسائل، تفکر انتقادی و تفکر خلاق، ارتباط موثر، ایجاد روابط سالم، همدردی با دیگران، مدیریت و کنار آمدن با زندگی خود با یک شیوه سالم و مولد کمک می‌کند. مهارت‌های ده‌گانه زندگی عبارتند از خود آگاهی، همدلی، ارتباط

ارائه الگوی مطلوب مهارتهای زندگی بر..... ۳۱

مؤثر، روابط بین فردی، تصمیم گیری، توانایی حل مسئله، تفکر خلاق، تفکر انتقادی، مقابله با هیجان های ناخوشایند و توانایی مقابله با استرس (سازمان بهداشت جهانی، ۲۰۰۳).

همچنین از نظر پاتر، سواد رسانه‌ای الگویی چند عاملی است و «ساختارهای دانش^۶»، «منبع شخصی^۷»، «وظایف پردازش اطلاعات^۸»، «مهارت‌ها و توانایی‌ها^۹» عامل‌های مدل سواد رسانه‌ای هستند. براساس دیدگاه پاتر ارتباط این عوامل، فضایی و حلزونی (نه سطحی) است. در هر برش عرضی، یکی از عوامل سواد رسانه‌ای قرار دارد و از این رو هر یک از عوامل، عامل دیگر را پشتیبانی می‌کند (پاتر، ۲۰۰۸: ۲۰۲). از نظر پاتر، ابعاد سواد رسانه‌ای نقش مهمی در درک اهداف رسانه توسط مخاطبان بازی می‌کند. چهار بعد مد نظر پاتر عبارتند از:

الف- بعد ادراکی: این بعد از سواد رسانه‌ای مربوط به دانش و اطلاعات قبلی مخاطبان نسبت به محتوای پیامی است که از یک رسانه خاص انتقال داده می‌شود. ب- بعد احساسی: به میزان پیامدهای احساسی مثبت یا منفی گفته می‌شود که مخاطبان نسبت به محتوای پیام رسانه‌ای خاصی ابراز می‌کنند. احساساتی همچون عشق، نفرت، خشم، شادی و ناامیدی، سردرگمی، تردید و دودلی. ج- بعد زیبایی شناختی: این بعد از سواد رسانه‌ای حاوی اطلاعاتی درباره روش و چگونگی تولید پیام است. د- بعد اخلاقی: این بعد از سواد رسانه‌ای با ارزش‌های مخاطبان سروکار دارد و به تقویت آن می‌پردازد. (کاووسی، ۱۳۸۵: ۱۷).

همچنین براساس نظر الیزابت تامن و همکارانش، سواد رسانه‌ای همانند داوری‌کننده عمل می‌کند؛ چنان که جهان متراکم از پیام، از لایه‌های فیلتر سواد رسانه‌ای عبور می‌کند تا شکل مواجهه با پیام معنادار شود. **لایه اول:** اهمیت برنامه‌ریزی شخصی در نحوه استفاده از رسانه‌ها است. **لایه دوم:** در این سطح مخاطب به جنبه‌های نامحسوس‌تر رسانه توجه دارد. **لایه سوم:** این لایه مهارت‌های لازم برای تماشای انتقادی رسانه‌هاست. (سلطانی فر، ۱۳۸۷: ۴۶ به نقل از Thoman, ۱۹۹۵). در لایه سوم، شناخت حقایق و جنبه‌های از پیام که حذف شده است حائز اهمیت است. به عبارت دیگر فهم متن از سوی مخاطب، در گرو شناسایی ابعاد جا افتاده پیام است.

این بعد از سواد رسانه‌ای به اندازه‌ای اهمیت دارد که هابز آن را فهم سطح بالاتر می‌نامد. از نظر هابز این جنبه از سواد رسانه‌ای می‌تواند به شکل قوی نیازها و انتظارات مخاطبان را پیش‌کنند. (سپاسگر،

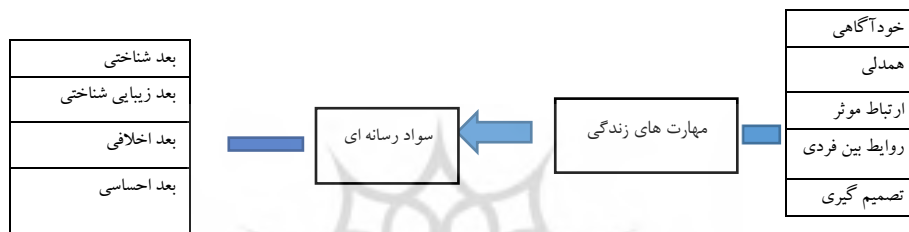
^۶ Knowledge structures

^۷ Personal locus

^۸ Information Processing

^۹ Competencies and skills

۳۲..... پژوهش‌های جامعه‌شناختی، سال چهاردهم/شماره اول و دوم/ بهار و تابستان ۱۳۹۹
 ۱۳۸۷:۱۲۸). بنا به تعریف تامن با عمیق‌تر شدن لایه‌ها میزان سواد رسانه‌ای مخاطبان بیشتر می‌شود؛
 به این ترتیب که در لایه اول، مخاطب خود را ملزم می‌کند در استفاده از رسانه، جیره مصرف داشته
 باشد و در لایه دوم با توجه به ویژگی‌های پیام‌دهنده برخی از پیام‌ها که مطلوب مخاطب است،
 برگزیده و بقیه پیام‌ها نادیده گرفته می‌شود. در لایه سوم نیز به نقد پیام‌های رسانه‌ای پرداخته می‌شود
 (سلطانی فر، ۱۳۸۷: ۴۷).



منبع: محقق ساخته، ۱۳۹۸

فرضیه‌های تحقیق عبارتند از: ۱- به نظر می‌رسد مهارت خود آگاهی بر سواد رسانه‌ای شهروندان
 تهرانی تاثیر دارد. ۲- به نظر می‌رسد مهارت همدلی بر سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی تاثیر دارد.
 ۳- به نظر می‌رسد مهارت ارتباط موثر بر سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی تاثیر دارد. ۴- به نظر می
 رسد مهارت روابط بین فردی بر سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی تاثیر دارد. ۵- به نظر می‌رسد
 مهارت تصمیم‌گیری بر سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی تاثیر دارد.

روش‌شناسی

در این پژوهش از روش پیمایشی و ابزار پرسشنامه استفاده شده است که جامعه آماری براساس
 آخرین سرشماری جمعیت شهروندان تهران در حدود ۸ میلیون و ۳۰۰ هزار نفر است که حجم نمونه
 با استفاده از فرمول کوکران ۳۸۵ نفر تعیین شد و از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای
 استفاده شده است.

برای سنجش روایی پرسشنامه تحقیق ابتدا پرسشنامه‌های (مهارت‌های زندگی و سواد رسانه‌ای)
 همراه با اهداف و فرضیه‌های پژوهش به تعدادی از اساتید که در زمینه موضوع پژوهش از تجربه
 و تخصص کافی برخوردار بودند؛ داده شد تا در مورد سوال‌های پرسشنامه و ارتباط آن با اهداف
 و فرضیه‌های پژوهش قضاوت و داوری کنند.

جدول ۳-۲- آزمون KMO و کرویت بارتلت

۰.۷۱۱	Kmo جهت بررسی کفایت نمونه گیری	
۷۰۹.۳۵۲	کای اسکوتر	آزمون کرویت بارتلت
۰.۰۰۱	سطح معناداری	

بر اساس نتایج جدول فوق مشخص است که میزان آماره $KMO^{۱۰}$ جهت بررسی کفایت نمونه گیری برابر با ۰.۷۱۱ محاسبه شده است که اگر این میزان بالاتر از ۰/۶ باشد حاکی از آن است که نمونه انتخاب شده از کفایت لازم برخوردار می باشد. همچنین آزمون کرویت بارتلت^{۱۱} حاکی از آن بود که میزان کای اسکوتر برابر با ۷۰۹.۳۵۲ به دست آمده که در سطح $P < ۰.۰۱$ معنادار می باشد که مضمون آن حاکی از آن است که داده ها توانایی عاملی شدن را دارند و در نهایت ما را به این نتیجه می رساند که ابزار اندازه گیری از روایی لازم برخوردار است.

برای سنجش پایایی ابزار ابتدا پرسشنامه ها را بین ۳۰ نفر از آزمودنی ها توزیع گردید و با استفاده از روش آلفای کرونباخ ضریب پایایی محاسبه شد و میزان آن ۰.۷۰۵ بدست آمد. در این آزمون مقدار آلفا بزرگتر از ۰.۷ است، بنابراین می توان نتیجه گرفت که سئوالات پرسشنامه از اعتبار لازم برخوردارند. جهت تحلیل داده ها از آمار توصیفی؛ فراوانی، درصد، میانگین، نمودار استفاده شده است و همچنین جهت آزمون فرضیه های پژوهش از آمار استنباطی (آزمون های رگرسیون، تی مستقل و تحلیل واریانس یکطرفه و آزمون تعقیبی شفه) استفاده شد.

یافته ها

الف) یافته های توصیفی

نتایج تحقیق نشان می دهد که ۶۶.۱ درصد شهروندان مورد بررسی (معادل ۲۲۶ نفر) مرد و ۳۳.۹ درصد شهروندان مورد بررسی (معادل ۱۱۶ نفر) زن بوده اند. حداقل توزیع سنی پاسخگویان ۱۸ سال و مسن ترین پاسخگو در بررسی حاضر، ۷۰ ساله بوده است. میانگین سنی پاسخگویان مورد بررسی ۳۶.۴۲ سال است. نمای توزیع فوق ۳۰ سال و میانه یعنی عددی که نیمی از پاسخگویان بالاتر از این سطح و نیمی دیگر پایین تر از آن قرار دارند؛ ۳۴ است. بیشترین توزیع فراوانی از منظر سن یعنی ۳۳.۶ درصد (۱۱۵ نفر) در گروه سنی ۲۵ تا ۳۴ سال می باشند. پس از آن گروه های سنی

^{۱۰}. Kayser- Meyer- Oklin

^{۱۱}. Bartlett's Test of Sphericity

۳۴..... پژوهش‌های جامعه‌شناختی، سال چهاردهم/شماره اول و دوم/ بهار و تابستان ۱۳۹۹

۳۵ تا ۴۴ سال با ۳.۶ درصد (۸۰ نفر)، ۴۵ تا ۵۴ سال و ۱۵ تا ۲۴ سال با ۱۷.۵ درصد (۶۰ نفر)، ۵۵ تا ۶۴ سال با ۵.۸ درصد (۲۰ نفر)، ۶۵ تا ۷۴ سال با ۲ درصد (۷ نفر) فراوانی‌ها را به خود اختصاص داده‌اند. اکثریت پاسخگویان مورد بررسی ۲۷.۵ درصد معادل (۹۴ نفر) از نظر سطح تحصیلات در سطح زیر دیپلم قرار دارند. ۱۹.۳ درصد پاسخگویان معادل (۶۶ نفر) دارای تحصیلات در سطح دیپلم، ۱۷.۸ درصد معادل (۶۱ نفر) دارای تحصیلات در سطح فوق دیپلم، ۱۱.۷ درصد معادل (۴۰ نفر) دارای تحصیلات در سطح لیسانس می‌باشند. همچنین کمترین تعداد فراوانی‌ها به افرادی تعلق دارد که سطح تحصیلات خود را در سطح فوق لیسانس با ۱۱.۴ درصد معادل (۳۹ نفر)، سپس به پاسخگویان با مدرک دکتری با ۲.۳ درصد (۸ نفر) تعلق دارد. اکثریت پاسخگویان مورد بررسی یعنی ۵۶.۷ درصد (۱۹۴ نفر) شاغل، پس از آن ۱۶.۱ درصد پاسخگویان (۵۵ نفر) بیکار، ۱۱.۷ درصد (۴۰ نفر) خانه دار، . کمترین تعداد فراوانی به پاسخگویانی تعلق دارد که سرباز بوده‌اند یعنی ۹.۹ درصد (۳۴ نفر) و (۵.۶ درصد = ۱۹ نفر) دانشجو و دانش آموز بوده‌اند.

ب) یافته‌های استنباطی

آزمون فرضیه اول

این فرضیه عبارت است از: مهارت خودآگاهی بر سواد رسانه ای شهروندان تهرانی تاثیر دارد.

جدول ۴-۲۶- تاثیر مهارت خودآگاهی بر سواد رسانه ای شهروندان تهرانی

دوربین واتسون	سطح معناداری	t	Beta	انحراف استاندارد	B	درجه آزادی	F	R ^۲	R
۱۵۳	۰.۰۰۱	۱۱.۱۰۶	۰.۵۱۶	۰.۰۵۲	۱.۳۶۵	۳۴۱	۱۲۳.۳۴۱	۰.۲۶۶	۰.۵۱۶

جدول فوق نشان می‌دهد که همبستگی بین مهارت خودآگاهی و سواد رسانه ای شهروندان تهرانی در حد متوسط (۰.۵۱۶) است. ضریب تعیین (R^۲) نشان می‌دهد که مهارت خودآگاهی ۰.۲۶ درصد واریانس سواد رسانه ای را تعیین می‌کند. همچنین سطح معناداری بدست آمده (۰.۰۰۱) نشان می‌دهد که فرضیه تحقیق تایید می‌شود و مهارت خودآگاهی بر سواد رسانه ای شهروندان تهرانی تاثیر دارد. ضریب تاثیر (Beta) برای این متغیر برابر است با ۰.۵۱۶ که نشان می‌دهد به ازای یک انحراف استاندارد در نمره خودآگاهی، نمره سواد رسانه ای به ۰.۵۱۶ انحراف استاندارد بالاتر خواهد رفت. با توجه به اینکه آزمون دوربین واتسون در محدوده بین ۱.۵ تا ۲.۵ قرار دارد، میتوان گفت پیش شرط استقلال خطاها (تفاوت بین مقادیر واقعی و مقادیر پیش بینی شده توسط معادله رگرسیون) رعایت شده است. آزمون F در جدول فوق نشان می‌دهد که مدل موجود قادر به بیان تغییرات متغیرهای مستقل و وابسته می‌باشد.

ارائه الگوی مطلوب مهارت‌های زندگی بر.....۳۵

معادله خط رگرسیون برای این فرضیه عبارت است از:

$$Y = ۱.۳۶۵ + ۰.۵۷۶X$$

Y = مقدار ثابت X = خودآگاهی

آزمون فرضیه دوم

این فرضیه عبارت است از: ارتباط موثر بر سواد رسانه ای شهروندان تهرانی تاثیر دارد.

جدول ۴-۲۷- تاثیر مهارت ارتباط موثر بر سواد رسانه ای شهروندان تهرانی

دوربین واتسون	سطح معناداری	t	Beta	انحراف استاندارد	B	درجه آزادی	F	R ^۲	R
۱.۳۹۸	۰.۰۰۱	۱۷.۹۱۱	۰.۶۹۷	۰.۰۴۱	۰.۷۳۱	۳۴۱	۳۲۰.۸۰۸	۰.۴۵۸	۰.۶۹۷

جدول فوق نشان می دهد که همبستگی بین ارتباط موثر و سواد رسانه ای شهروندان تهرانی در حد زیاد (۰.۶۹۷) است. ضریب تعیین (R^۲) نشان می دهد که مهارت ارتباط موثر ۰.۴۵ درصد واریانس سواد رسانه ای را تعیین می کند. همچنین سطح معناداری بدست آمده (۰.۰۰۱) نشان می دهد که فرضیه تحقیق تایید می شود و ارتباط موثر بر سواد رسانه ای شهروندان تهرانی تاثیر دارد. ضریب تاثیر (Beta) برای این متغیر برابر است با ۰.۶۹۷ که نشان می دهد به ازای یک انحراف استاندارد در نمره مهارت ارتباط موثر، نمره سواد رسانه ای ۰.۶۹۷ انحراف استاندارد بالاتر خواهد رفت. با توجه به اینکه آزمون دوربین واتسون در محدوده بین ۱.۵ تا ۲.۵ قرار دارد، میتوان گفت پیش شرط استقلال خطاها (تفاوت بین مقادیر واقعی و مقادیر پیش بینی شده توسط معادله رگرسیون) رعایت شده است. آزمون f در جدول فوق نشان می دهد که مدل موجود قادر به بیان تغییرات متغیرهای مستقل و وابسته می باشد.

معادله خط رگرسیون برای این فرضیه عبارت است از:

$$Y = ۰.۸۴۹ + ۰.۷۳۱X$$

Y = مقدار ثابت X = ارتباط موثر

آزمون فرضیه سوم

این فرضیه عبارت است از: مهارت همدلی بر سواد رسانه ای شهروندان تهرانی تاثیر دارد.

جدول ۴-۲۸- تاثیر مهارت همدلی بر سواد رسانه ای شهروندان تهرانی

دوربین واتسون	سطح معناداری	t	Beta	انحراف استاندارد	B	درجه آزادی	F	R ^۲	R
۱.۶۰۳	۰.۰۰۱	۱۳.۸۷۱	۰.۶۰۱	۰.۰۴۳	۰.۵۹۷	۳۴۱	۱۹۲.۳۹۸	۰.۳۶۱	۰.۶۰۱

جدول فوق نشان می‌دهد که همبستگی بین مهارت همدلی و سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی در حد زیاد (۰.۶۰۱) است. ضریب تعیین (R^2) نشان می‌دهد که مهارت همدلی ۰.۳۶ درصد واریانس سواد رسانه‌ای را تعیین می‌کند. همچنین سطح معناداری بدست آمده (۰.۰۰۱) نشان می‌دهد که فرضیه تحقیق تایید می‌شود و مهارت همدلی بر سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی تاثیر دارد. ضریب تاثیر (Beta) برای این متغیر برابر است با ۰.۶۰ که نشان می‌دهد به ازای یک انحراف استاندارد در نمره همدلی، نمره سواد رسانه‌ای ۰.۶۰ انحراف استاندارد بالاتر خواهد رفت. با توجه به اینکه آزمون دوربین واتسون در محدوده بین ۱.۵ تا ۲.۵ قرار دارد، میتوان گفت پیش شرط استقلال خطاها (تفاوت بین مقادیر واقعی و مقادیر پیش بینی شده توسط معادله رگرسیون) رعایت شده است. آزمون F در جدول فوق نشان می‌دهد که مدل موجود قادر به بیان تغییرات متغیرهای مستقل و وابسته می‌باشد.

معادله خط رگرسیون برای این فرضیه عبارت است از:

$$Y = ۱.۲۸۸ + ۰.۵۹۷X$$

Y = مقدار ثابت X = همدلی

آزمون فرضیه چهارم

این فرضیه عبارت است از: مهارت روابط بین فردی بر سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی تاثیر دارد.

جدول ۴-۲۹- تاثیر مهارت روابط بین فردی بر سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی

دوربین واتسون	سطح معناداری	t	Beta	انحراف استاندارد	B	درجه آزادی	F	R^2	R
۱.۵۶۰	۰.۰۰۱	۹.۷۶۷	۰.۳۸۴	۰.۰۵۳	۰.۴۰۴	۳۴۱	۵۸۸۸۳	۰.۱۴۸	۰.۳۴۸

جدول فوق نشان می‌دهد که همبستگی بین مهارت روابط بین فردی و سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی در حد متوسط (۰.۳۴۸) است. ضریب تعیین (R^2) نشان می‌دهد که مهارت روابط بین فردی ۰.۱۴ درصد واریانس سواد رسانه‌ای را تعیین می‌کند. همچنین سطح معناداری بدست آمده (۰.۰۰۱) نشان می‌دهد که فرضیه تحقیق تایید می‌شود و مهارت روابط بین فردی بر سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی تاثیر دارد. ضریب تاثیر (Beta) برای این متغیر برابر است با ۰.۳۸۴ که نشان می‌دهد به ازای یک انحراف استاندارد در نمره روابط بین فردی، نمره سواد رسانه‌ای ۰.۳۸ انحراف استاندارد بالاتر خواهد رفت. با توجه به اینکه آزمون دوربین واتسون در محدوده بین ۱.۵ تا ۲.۵ قرار دارد، میتوان

ارائه الگوی مطلوب مهارتهای زندگی بر.....۳۷

گفت پیش شرط استقلال خطاها (تفاوت بین مقادیر واقعی و مقادیر پیش بینی شده توسط معادله رگرسیون) رعایت شده است. آزمون f در جدول فوق نشان می دهد که مدل موجود قادر به بیان تغییرات متغیرهای مستقل و وابسته می باشد.

معادله خط رگرسیون برای این فرضیه عبارت است از:

$$Y = ۱.۹۶۹ + ۰.۴۰۴X$$

Y = مقدار ثابت X = روابط بین فردی

آزمون فرضیه پنجم

این فرضیه عبارت است از: مهارت تصمیم گیری بر سواد رسانه ای شهروندان تهرانی تاثیر دارد.

جدول ۴-۳- تاثیر مهارت تصمیم گیری بر سواد رسانه ای شهروندان تهرانی

دوربین واتسون	سطح معناداری	t	Beta	انحراف استاندارد	B	درجه آزادی	F	R ^۲	R
۱.۹۱۴	۰.۰۰۱	۱۵.۱۴۲	۰.۶۳۵	۰.۰۴۷	۰.۷۱۵	۳۴۱	۲۲۹.۲۶۸	۰.۴۰۳	۰.۶۳۵

جدول فوق نشان می دهد که همبستگی بین مهارت تصمیم گیری و سواد رسانه ای شهروندان تهرانی در حد زیاد (۰.۶۳۵) است. ضریب تعیین (R^۲) نشان می دهد که مهارت تصمیم گیری ۰.۴۰ درصد واریانس سواد رسانه ای را تعیین می کند. همچنین سطح معناداری بدست آمده (۰.۰۰۱) نشان می دهد که فرضیه تحقیق تایید می شود و مهارت تصمیم گیری بر سواد رسانه ای شهروندان تهرانی تاثیر دارد. ضریب تاثیر (Beta) برای این متغیر برابر است با ۰.۶۳۵ که نشان می دهد به ازای یک انحراف استاندارد در نمره تصمیم گیری، نمره سواد رسانه ای ۰.۶۳ انحراف استاندارد بالاتر خواهد رفت. با توجه به اینکه آزمون دوربین واتسون در محدوده بین ۱.۵ تا ۲.۵ قرار دارد، میتوان گفت پیش شرط استقلال خطاها (تفاوت بین مقادیر واقعی و مقادیر پیش بینی شده توسط معادله رگرسیون) رعایت شده است. آزمون f در جدول فوق نشان می دهد که مدل موجود قادر به بیان تغییرات متغیرهای مستقل و وابسته می باشد.

معادله خط رگرسیون برای این فرضیه عبارت است از:

$$Y = ۰.۸۴۰ + ۰.۷۱۵X$$

Y = مقدار ثابت X = تصمیم گیری

بحث و نتیجه‌گیری

عوامل متعددی در سواد رسانه‌ای نقش دارند. یکی از آنها مهارت‌های زندگی است. دارا بودن مهارت‌های زندگی که توسط سازمان بهداشت جهانی برای داشتن زندگی بهتر و با کیفیت‌تر مطرح شده است، می‌تواند سواد رسانه‌ای را تحت الشعاع قرار دهد. با توجه به اینکه انسان موجودی اجتماعی است و مهارت‌های او برای زندگی بهتر و با کیفیت‌تر در اجتماع، کاربرد و اهمیت دارد هدف پژوهش حاضر بررسی مهارت‌های زندگی بر سواد رسانه‌ای شهروندان با تأکید بر ویژگی‌های جمعیت‌شناختی بوده است که در ادامه با توجه به یافته‌های بدست آمده به بحث و تفسیر و ارائه راهکار می‌پردازیم. با عنایت به یافته‌های پژوهش، مؤلفه‌های مهارت‌های زندگی (خودآگاهی، همدلی، ارتباط مؤثر، ارتباط بین فردی، حل تصمیم‌گیری) به عنوان متغیرهای مستقل تحقیق بر سواد رسانه‌ای که متغیر وابسته است تأثیر دارد.

بدیهی است که برخورداری مخاطبان از رسانه‌ها، پیوستاری از کنش فعالانه تا منفعل را در بر می‌گیرد؛ به این ترتیب، استفاده هدفمند مخاطبان از رسانه‌های گوناگون و تجزیه و تحلیل پیام رسانه‌ای، به قوی شدن جایگاه شهروندان منجر می‌شود و مهارت خود آگاهی در این زمینه نقش مهمی دارد. با توجه به مبانی و چارچوب نظری پژوهش حاضر و بر اساس نظریه سواد رسانه‌ای پاتر، منبع شخصی یکی از عوامل مهم در میزان سواد رسانه‌ای است. بر این اساس می‌توان گفت، فردی که دارای مهارت ارتباط مؤثر است، می‌تواند منبع شخصی بهتری از معانی و اطلاعات به روز داشته باشد و به همین جهت سواد رسانه‌ای بالاتری خواهد داشت. مهارت همدلی نیز که یکی از مجموعه مهارت‌های زندگی است و باعث می‌شود که فرد خودش را در موقعیت‌های مختلف قرار دهد؛ می‌تواند منجر به افزایش سواد رسانه‌ای افراد شود. یکی از ابزارهای ساختار دانش، کسب اطلاعات از سایر افراد است؛ که برای برقراری رابطه با دیگران، باید از این مهارت نیز برخوردار بود؛ لذا می‌توان گفت که هر چقدر ارتباط با دیگران بهتر باشد، سواد رسانه‌ای هم بالاتر خواهد بود. از سوی دیگر، مهارت‌های تصمیم‌گیری، منجر به تقویت بخشی در ذهن خواهد شد که کار تصمیم‌گیری را انجام می‌دهد و به همین جهت، فرد دارای مهارت تصمیم‌گیری می‌داند که چه زمانی خود را در معرض چه پیام رسانه‌ای، قرار دهد؛ لذا سواد رسانه‌ای بالاتری خواهد داشت. لازم به توضیح است که سواد رسانه‌ای و مهارت‌های زندگی هر دو از جمله مفاهیمی هستند که در سالهای اخیر در دانشگاهها و مراکز آموزشی به آن توجه شده است و در کتب درسی شاهد آموزش آن می‌باشیم ولی به طور جدی در تحقیقات گذشته به این امر پرداخته نشده است و تماماً در مرحله تئوری باقی

ارائه الگوی مطلوب مهارت‌های زندگی بر.....۳۹

مانده است. نتایج حاصل از این پژوهش بر اهمیت پرداختن به این موضوع جهت پرورش نسل آینده توصیه می‌شود و ضروری است برای حفظ جامعه و پرورش نیروی انسانی مناسب به این مهم توجه ویژه ای شود.

نتایج حاصل از این تحقیق می‌تواند مورد استفاده مدیران و برنامه ریزان حوزه سواد رسانه‌ای و مهارت‌های زندگی، پژوهشگران و جامعه شناسان قرار گیرد. با وجود اینکه بحث سواد رسانه ای و مهارت‌های زندگی بسیار حائز اهمیت می باشد ولی در کشور ما، ایران توجه کمتری توسط مسئولین امر به این موضوع شده است شاید، تا مادامی که همه شهروندان در این امر مشارکت نداشته باشند به خوبی این امر محقق نشود و لازمه آن توجه بیشتر رسانه ها به آموزش می باشد و برای اینکه شهروندان بتوانند در سرنوشت خود سهیم باشند؛ باید به متولیان این مراکز چه خصوصی و چه عمومی، اعتماد کامل داشته باشند و همچنین نیاز به کارشناسان خبره در این امر برای انجام و ارزیابی پیشنهادات ضروری می باشد. توصیه می‌شود مسئولان و برنامه ریزان فرهنگی و رسانه‌ای اقدام به آموزش‌های متنوع جهت بالا بردن سواد رسانه‌ای در جامعه نمایند. به این منظور می‌توان توجه به تشکل‌های دانشجویی و سمن‌ها به سوی بهره مندی از سواد رسانه‌ای؛ تهیه برنامه‌هایی از سوی صدا و سیما به منظور آموزش سواد رسانه‌ای به شهروندان و مشارکت نهاد خانواده در زمینه آگاهی بخشی سواد رسانه‌ای جهت جلوگیری از آسیب‌های رسانه‌های بیگانه اشاره کرد. این پیشنهاد می‌تواند مورد استفاده وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، آموزش و پرورش و سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران قرار گیرد همچنین پیشنهاد می‌شود سازمان‌های متولی سواد رسانه ای در جامعه مانند آموزش و پرورش، دانشگاه ها و نهادهای فرهنگی با استفاده از ابزارهای در اختیار، به آموزش سواد رسانه ای در سطح جامعه بپردازند و با آموزش مهارت‌های زندگی به شهروندان نیز موجب می‌شوند که افراد زندگی بهتر و توام با آرامش را تجربه کنند.

منابع

بابایی راد، بیتا (۱۳۸۷)، سواد رسانه ای و گسترش توسعه انسانی در سواد رسانه ای، تهران مجمع تشخیص مصلحت نظام، پژوهشکده تحقیقات استراتژیک.

پاتر، ج. (۱۳۸۵) تعریف سواد رسانه ای، (یونس. شکرخواه و لیلا. کاووسی، مترجم) فصلنامه رسانه، ۱۷(۴)ص ۷-۲۵
پاتر، جیمز (۱۳۹۱)، بازشناسی رسانه های جمعی با رویکرد سواد رسانه ای، مترجمان امیر یزدیان، پیام آزادی و منا ادعلی، نشر قم؛ صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، مرکز پژوهش‌های اسلامی.

پاتر، جیمز؛ (۲۰۰۸) تعریف سواد رسانه‌ای، لیلا کاووسی، فصلنامه رسانه، ۱۳۶۸، ص ۱۶.

دلاور، علی. (۱۳۸۳). روش های تحقیق پیشرفته. تهران: واحد علوم و تحقیقات

۴۰..... پژوهش‌های جامعه‌شناختی، سال چهاردهم/شماره اول و دوم/ بهار و تابستان ۱۳۹۹

ساعتچی، محمود، کامکاری، کامبیز و عسگریان، مهناز. (۱۳۸۹). آزمون‌های روان‌شناختی، تهران: نشر ویرایش.
سازمان بهداشت جهانی (۲۰۰۱) برنامه آموزش مهارت‌های زندگی. ترجمه ربابه نوری قاسم آبادی، تهران: انتشارات
معاونت فرهنگی و پیشگیری سازمان بهزیستی کشور
سلطانی فر، محمد (۱۳۸۷)، تحلیل وضعیت سواد اینترنتی دانش‌آموزان سال سوم دبیرستان شهر تهران ۱۳۸۶-۱۳۸۵ در
مقایسه با مربیان و والدین آنها، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات
فتحی، ابراهیم، شاکری راد، محسن، موسی پور، میثم (۱۳۹۴) سواد رسانه‌ای والدین و مصرف برنامه‌های تلویزیونی
کودکان مورد مطالعه: شهر تهران، دومین همایش بین‌المللی مدیریت رسانه
نصیری، بهاره، بخشی، بهاره (۱۳۹۱) اهمیت آموزش سواد رسانه‌ای در قرن بیست و یکم، مطالعات رسانه‌ای، شماره ۱۸،
ص ۱۴۹-۱۵

Anderson, J. A. (۱۹۸۱). Receivership skills: An educational response. In M. Ploght &
J. .A,
Probst, Donnell (۲۰۱۷) "Social Media Literacy as an IEP Intervention for Social and
Emotional Learning," *Journal of Media Literacy Education*, ۹(۲), ۴۵-۵۷.
Whitworths A. (۲۰۱۲). The design of media and information literacy. Proceeding of
the International Conference on Media and Information Literacy for Knowledge
Societies. Moscow, Russian Federation

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی