

The Role of Critical Thinking to Improve the Efficiency of Media Literacy by Emphasizing the Audience's Cognitive System

Mohammad Hossein Ansari Jafari 

PhD student in Social Communication, Tehran Central Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Mohammad Reza Rasouli 

Associate Professor, Department of Social Communication Sciences, Tehran Central Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Nastaran Khajeh Noori 

Assistant Professor, Department of Social Communication Sciences, Tehran Central Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Abstract

Today, adolescents exist in a complex global society, encompassing both its positive and negative aspects, as well as their real-world society. This dual existence is largely attributable to their extensive and prolonged use of media, particularly cyber space and social media platforms. The most significant challenge posed by this situation pertains to the threat of conflicting values and culture. It may initially appear that this challenge, which is both global and ubiquitous, can be addressed through media literacy. The efficacy of media literacy in building resistance against the threats posed by media messages and the necessity to further strengthen or enhance it are crucial considerations. This study aimed to explore the correlation between critical thinking skills and religious commitment with media literacy in a sample of 205 final year high school students. The findings indicated that, based on the multiple regression model, there is a significant correlation between the research variables with a significance level above 0.05 and the adjusted coefficient of determination (0.58) also reveals that the data

* Corresponding Author: ansaryir@gmail.com

How to Cite: Ansari Jafari, M.H., Rasouli, M.R., Khajeh Noori, N (2024). The Role of Critical Thinking to Improve the Efficiency of Media Literacy by Emphasizing the Audience's Cognitive System, *Journal of New Media Studies*, 10(37), 119-153. DOI: 10.22054/nms.2022.65975.1348

fits well and the research hypothesis is accepted. Therefore, to enhance the effectiveness of media literacy, critical thinking and the cognitive and value systems can be used as valid approaches. Furthermore, the relationships between the variables in relation to the research's theoretical framework reveal that critical thinking holds a procedural nature, religious commitment possesses a value-based and criterion-based nature, while media literacy embodies a structural nature.

Introduction

For a considerable period, media literacy has been the primary means of empowering audiences to counteract the threats posed by media messages. Media messages persistently influence every audience in myriad aspects, even affecting their reasoning and logical system by creating both overt and covert connections between data and messages. In contrast, the primary protective response of the audience is automatic data processing. Automatic and involuntary processing acts as the first line of defense against the overwhelming flood of data and information. Consequently, the question arises: is this automatic reaction sufficient?

Enhancing the audience's intellectual capacity and their ability to generate meaning in pursuit of truth is achieved through media literacy. This objective is realized through the critical thinking skills and the audience's cognitive system, which encompasses a valid, standard, and valuable set of principles. These two crucial elements form the "face" and "substance" of a person's cognitive structure within the "audience empowerment platform." Both of the aforementioned elements possess an independent nature and are outside the scope of media literacy. In fact, media literacy serves as a structured and flexible framework aimed at standardizing critical thinking skills and methods for evaluating messages with the goal of discovering truth and defense against threats. It also functions as a set of standards and underscores three primary requirements: information diversity, value system, and message analysis system as its fundamental components. These requirements respectively pertain to the enhancement of cognitive domains, the development and reinforcement of a valid value system for the audience, and the skill of message analysis (Masterman, 1980: 21). In essence, these requirements provide the foundation for a secure encounter between the audience and media, in the face of the dense volume of information and threats posed by media. The question arises: what relationship exists between media literacy and the aforementioned

two elements, namely critical thinking and the valid criteria of the audience, and how should this relationship be analyzed and interpreted?

The central inquiry of this study concerns the relationship between critical thinking and religious commitment with media literacy. Consequently, the subsequent hypotheses were examined:

There exists a significant correlation between the level of critical thinking and religious commitment with the level of media literacy.

There is a significant relationship between the level of critical thinking and the level of religious commitment.

There is a significant correlation between the subscales of critical thinking, religious commitment, and media literacy.

Methodology

In this study, a survey methodology was employed with an explanatory approach and a correlational statistical method. The dependent variable in this research is media literacy, while critical thinking and religious commitment serve as the independent variables. For this study, three quantitative tests were conducted using the scoring method based on the Likert scale:

1- Worthington's religious commitment test comprising 10 items with a total score of 50; it has two subscales: intrapersonal commitment and interpersonal commitment.

2- Ricketts' critical thinking test with 33 items and a total score of 165, containing three subscales: creativity, maturity, and commitment.

3- A media literacy test encompassing 22 items and a total score of 110, spanning five subscales: understanding, awareness, selection, critical

The research tests were administered to 203 final-year high school students in the fourth educational region of Tehran. To facilitate comparison of the test results, scores were normalized as a percentage. The obtained scores were subsequently evaluated to analyze the subjects' performance. The internal validity of the researcher-developed questionnaire was determined by soliciting the opinions of 35 professors from across the country, utilizing the Lawshe model. This evaluation led to the confirmation of 22 items, demonstrating an overall reliability ratio of 0.36. The reliability of the research questionnaires was assessed through the calculation of Cronbach's alpha using SPSS software. The resulting Cronbach's alpha for media literacy, critical thinking, and religious commitment were 0.88, 0.85,

and 0.94 respectively, indicating satisfactory reliability across all three variables in this study.

Discussion

In line with the cognitive theory of media literacy, audience intelligence and their ability to control optimally hinge entirely on cognitive growth and development in various domains. These domains encompass a hierarchical progression, from the lowest to the highest level. The standards, requirements, and key principles of media literacy function as a structured, standardized system to guide practical patterns of analysis and reasoning. Subsequently, while critical thinking is widely regarded as an established scientific discipline in its own right, it can be effectively integrated within the framework of media literacy's structure, prerequisites, and standards. This integration serves to enhance the recognition and promotion of the effectiveness of media literacy. Alternatively, the social theory of media literacy holds that media literacy cannot exist independently and detached from the social and institutional structures of the society in which it functions. Hence, beyond media literacy and critical thinking, it is imperative to give due consideration to possessing a cognitive system rich in "reference values and criteria". Such a system should align with the social structure of the audience and uphold the principle of "shared meaning-making" in media literacy.

Conclusions


The outcome of the hypothesis test in this research reveals that critical thinking bears a stronger association with media literacy compared to religious commitment. This finding emphasizes the importance of applying the principles and rules of critical thinking skills to augment the effectiveness of media literacy. Additionally, the values accepted by the audience exhibit a direct and relatively strong relationship with media literacy, regardless of the general and partial divergences among them. It is likely that the relatively weaker relationship observed between religious commitment and media literacy, in contrast to the association with critical thinking, reflects the absence of a robust and inherent value system within the structure of media literacy. This absence may impede the reliance on a standard value system for the study and analysis of media literacy.


Each subscale of religious commitment, along with the total score, displayed a direct correlation with media literacy in this study. The degree of correlation exhibited between the subscales of religious commitment (intrapersonal commitment and interpersonal commitment) and media literacy indicated that the weakest intensity of the relationship revolved around the subscale linked to awareness. Consequently, the Pearson correlation coefficient between the specified subscales and the subscale of awareness of hidden objectives in media literacy equates to 0.11 and 0.07, respectively, which corresponds to weak and insignificant correlations. Moreover, the findings of the tests reveal that the weak relationships of these subscales are associated to aspects that rely on active and volition-based training. These concerns pertain to cognitive domains and awareness that is contingent upon the learning process. Aspects such as possessing knowledge of principles, familiarization with methods, rules, and standard doctrines, might not appear plausible without systematic training and instruction, as acquiring knowledge and expertise spontaneously seems implausible.


Keywords: Critical Thinking; Media Literacy; Cognitive System; Religious Commitment.



نقش تفکر انتقادی در بهبود کارکرد سواد رسانه‌ای با تکیه بر منظومه شناختی مخاطب

دانشجوی دکتری تخصصی، دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی، گروه مطالعات فرهنگی و رسانه، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران *  محمدحسین انصاری جعفری

دانشیار، دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی، گروه مطالعات فرهنگی و رسانه، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران  محمدرضا رسولی

استادیار، دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی، گروه مطالعات فرهنگی و رسانه، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران  نسترن خواجه نوری

چکیده

هدف پژوهش حاضر، شناخت رابطه بین مهارت تفکر انتقادی و تعهد مذهبی به عنوان منظومه‌ی شناختی مخاطب با سواد رسانه‌ای در دانش‌آموزان سال آخر متوسطه مدارس منطقه ۴ آموزش و پرورش شهر تهران است که در سال تحصیلی ۹۹-۹۸ اشتغال به تحصیل داشتند. این پژوهش به روش زمینه‌یابی انجام شده است. نمونه آماری پژوهش، ۲۰۵ دانش‌آموز بودند که از طریق محاسبه فرمول کوکران از بین جامعه آماری، انتخاب شدند. نمونه‌گیری پژوهش به روش احتمالی ساده انجام گرفت. ابزار جمع‌آوری اطلاعات، پرسشنامه بوده و برگرفته از پرسشنامه‌های تفکر انتقادی ریکتس، تعهد مذهبی ورتینگتون و پرسشنامه محقق ساخته است. روایی پرسشنامه محقق ساخته، با مشارکت و کسب نظر ۳۵ نفر از اساتید دانشگاه‌های کشور و بر اساس الگوی لاوشه سنجیده شد. در این پژوهش از آزمون پیرسون برای بررسی میزان همبستگی بین متغیرها و مدل رگرسیون چندگانه برای بررسی برازش داده‌ها استفاده شده است. یافته‌های پژوهش نشان داد که بین متغیرهای پژوهش، رابطه مستقیم و معنی‌داری وجود داشت. همچنین بین یک به یک زیرمقیاس‌های متغیرهای پژوهش رابطه مستقیم وجود داشت. مدل رگرسیون چندگانه، همبستگی نسبتاً نیرومند و معناداری را بین متغیرهای پژوهش

نقش تفکر انتقادی در بهبود کارکرد سواد رسانه‌ای با تکیه بر ... انصاری جعفری و همکاران | ۱۲۵

نشان داد. مقدار ضریب تعیین تعدیل شده در این مدل نیز نشان داد که برازش داده‌ها به خوبی صورت یافته و فرض پژوهش تأیید می‌شود. بنابراین برای بهبود اثربخشی سواد رسانه‌ای می‌توان از آموزش مهارت تفکر انتقادی به مخاطب و تقویت منظومه شناختی، ارزشی معتبر وی سود جست.

کلیدواژه‌ها: تفکر انتقادی، سواد رسانه‌ای، منظومه شناختی، تعهد مذهبی.



مقدمه

موضوع سواد رسانه‌ای با پیشینه‌ای نسبتاً طولانی که به بیش از نیم قرن می‌رسد؛ همچنان از موضوعاتی است که برای توانمندسازی مخاطبان در برابر تهدیدهای ناشی از پیام‌های رسانه‌ای مورد توجه، کنکاش و پژوهش قرار می‌گیرد. توانمندسازی مخاطب به اندازه‌ای اهمیت دارد که بررسی اهمیت سواد رسانه‌ای و شناسایی ماهیت، چگونگی اثربخشی و دامنه کارکرد آن همواره در مرکز توجه اندیشمندان و پژوهشگران حوزه ارتباطات و رسانه قرار دارد.

اهمیت سواد رسانه‌ای با توجه به گسترش روزافزون رسانه‌ها از نظر نوع و نحوه تعامل با مخاطبان و نیز شدت و هم‌افزایی تأثیرات مثبت یا منفی پیام‌ها بر یکدیگر که به خاطر تشابه و تجانس آن‌ها در رسانه‌های متکثر و گوناگون رخ می‌دهد؛ بیش‌ازپیش احساس می‌شود. پیام‌های رسانه‌ای به صورت مستمر و بی‌وقفه با اثرگذاری از طریق ایجاد ارتباطات و تداعی‌های آشکار و پنهان بین داده‌ها و پیام‌ها، تمامی مخاطبان را از جنبه‌های گوناگون حتی نظام استدلالی و منطقی، تحت تأثیر خود قرار داده است. (امسی کویل و میندال، ۱۹۹۷).

رسانه‌ها چنان اطلاعات فراوانی را عرضه می‌کنند که نمی‌توان از مواجهه با آن پرهیز کرد. این تراکم اطلاعات، به‌خودی‌خود و صرف‌نظر از ارزشیابی محتوایی داده‌ها، یک تهدید جدی به شمار می‌رود. چراکه قرار داشتن در معرض اطلاعات بسیار زیاد، گوناگون و گاهی متناقض می‌تواند ذهن مخاطبان را به کلی دچار خستگی، فرسودگی و حتی از کارافتادگی کند و آسیب‌های عاطفی و هیجانی پر دامنه‌ای را برای آن‌ها به ارمغان آورد. در چنین شرایطی دانستن اینکه مخاطبان چگونه قادرند در مقابل این تهدیدها از خود محافظت کنند؛ اهمیت به‌سزایی دارد. مهم‌ترین واکنش محافظتی که در مخاطبان رخ می‌دهد؛ پردازش خودکار اطلاعات است. (فیسک و تیلور، ۱۹۹۱، ۲۸۳). پردازش خودکار و غیرارادی، اولین سپر مراقبتی در برابر سیل عظیم داده‌ها و اطلاعات است. اگرچه این نوع پردازش، نقش محافظت‌کنندگی دارد اما هزینه سنگینی هم دربر

نقش تفکر انتقادی در بهبود کارکرد سواد رسانه‌ای با تکیه بر ... انصاری جعفری و همکاران | ۱۲۷

دارد؛ زیرا مخاطبان رسانه‌ها به خاطر تکرار و استمرار رویارویی غیرهوشمندانه و غیرارادی با پیام‌ها، به این رویه عادت کرده و مهارت‌های خود را در معناسازی از دست می‌دهند. در واقع اهمیت و جایگاه ارزنده معناسازی است که ضرورت پرداختن به سواد رسانه‌ای را نشان می‌دهد. البته سواد رسانه‌ای به عنوان یک مجموعه ساخت یافته، به خودی خود ظرفیت هوشمندسازی مخاطب را نداشته و به تنهایی مخاطب را برای معناسازی، توانمند نمی‌سازد. (پاتر، ۱۳۹۷: ۲۷).

سواد رسانه‌ای، در قالب مفهوم علمی و آکادمیک آن، ماهیتی مستقل، نظام‌مند و ساخت یافته داشته و صرفاً متشکل از مجموعه‌ای از عناصر، اصول، الزامات و چارچوب‌های راهنما است که می‌تواند مهارتی به نام تفکر انتقادی را به عنوان یک مهارت شناخت پایه و کاربردی در سازمان و ساختار خود پذیرفته و به جریان اندازد. از همین روی، بالا رفتن توانایی‌های شناختی افراد به عنوان زمینه فراگیری و توسعه مهارت تفکر انتقادی ضرورت می‌یابد.

درواقع استانداردهای سواد رسانه‌ای ابتدا در پایین‌ترین سطح شناختی در تفکر انتقادی یعنی معلومات و ادراک جاری شده و با آموزش تفکر انتقادی، به عالی‌ترین سطوح شناختی یعنی تجزیه و تحلیل، ارزیابی، ارزشیابی و نهایتاً خلاقیت راه می‌یابد. (باربارا مارتین و لسلی جی بریگز، ۱۹۸۶: ۱۴۶).

بالا رفتن سطح هوشمندی مخاطب و توانمندی او در معناسازی به منظور کشف حقیقت که اصلی‌ترین هدف سواد رسانه‌ای است؛ صورت می‌گیرد. این امر، از طریق مهارت تفکر انتقادی به عنوان «صورت» و منظومه شناختی معیار، معتبر و ارزشمند نزد مخاطب به جریان می‌افتد. منظومه شناختی مخاطب نیز که برگرفته از تربیت، هویت، فرهنگ، باورها، اعتقادات و چارچوب‌های ذهنی او است؛ به عنوان «ماده» در «بستر توانمندسازی مخاطبان» معنا می‌یابد. در سواد رسانه‌ای بر سه بخش کلیدی، گسترده و پر دامنه از اطلاعات و مفاهیم، تأکید شده و به عنوان بخشی از پیکره آن مورد توجه قرار می‌گیرد:

- ۱- مطالعه رسانه یعنی صنایع، محتوا و تأثیرات آن‌ها
 - ۲- اندیشه انسانی از این جهت که مردم چگونه به پیام‌ها توجه کرده و مفهوم‌سازی می‌کنند.
 - ۳- آموزش برای دسترسی به اطلاعات و پردازش آن که بر پرورش مهارت‌ها تأکید دارد.
- این سه بخش در تمامی تعریف‌های متعدد و متنوع ارائه‌شده برای سواد رسانه‌ای وجود داشته و در یک اشتراک کلی مفهومی، انتظارات مترتب بر نتایج کاربست سواد رسانه‌ای و ترویج آن را به‌خوبی توصیف و تبیین می‌کند. (پاتر، ۱۳۹۷: ۲۷-۳۹)
- فصل مشترک همه تعریف‌ها و اظهارنظرها درباره سواد رسانه‌ای، تأکید بر دو مهارت: تفکر انتقادی و ارزشیابی است. چنانچه شل و دنسکی^۱ بر این نظرند که مفهوم سواد رسانه‌ای ابتدا باید در چارچوب یک روش انتقادی پیاده‌سازی شده و سپس به‌عنوان یک تجربه سیاسی، اجتماعی و فرهنگی درک و به‌کارگیری شود؛ یعنی سواد بر پایه دو عنصر اصلی، به حرکت افتاده و دوام می‌یابد. ابتدا مهارت تفکر انتقادی مخاطب را در رویارویی با پیام‌ها محتاط و نقاد می‌سازد به‌طوری که به سهولت و بدون مبانی محکم، به پیام‌ها اعتماد نکند. سپس ارزشیابی پیام، ضمن اتکا بر قواعد استدلالی تفکر انتقادی، بر اساس معیارها و شاخص‌های پذیرفته‌شده توسط فرد، صورت می‌پذیرد. (مسترمن، ۱۹۸۰: ۲۷-۲۱).
- هر دو عنصر ذکر شده که در نظام ساختاری سواد رسانه‌ای جاری می‌شوند؛ ماهیتی مستقل و بیرون از سواد رسانه‌ای دارند. در واقع سواد رسانه‌ای یک چارچوب انعطاف‌پذیر ساخت‌یافته و نظام‌مند است که برای استانداردسازی مهارت تفکر انتقادی و نحوه ارزشیابی پیام‌ها در راستای کشف حقیقت و مصونیت از تهدیدها استقرار می‌یابد. استانداردهای سواد رسانه‌ای، علاوه بر تأکید بر این حقیقت که محدود به یک یا چند رسانه خاص نیست؛ به‌عنوان یک مجموعه استاندارد، مهارت‌گرا و ارزش‌گرا بر سه محور اصلی: گوناگونی اطلاعات، نظام ارزشی و نظام تجزیه و تحلیل پیام‌ها به‌عنوان الزامات کلیدی تأکید می‌کند. این الزامات به ترتیب بر توسعه حیطه‌های شناختی، توسعه و تقویت نظام ارزشی معتبر نزد مخاطب و مهارت تجزیه و تحلیل پیام‌ها اشاره دارد. (مسترمن، ۱۹۸۰: ۲۱).
- درواقع این الزامات، زمینه‌ساز رویارویی ایمن مخاطبان با رسانه‌ها، تراکم بالای

^۱ Shallows & Dansky

نقش تفکر انتقادی در بهبود کارکرد سواد رسانه‌ای با تکیه بر ... انصاری جعفری و همکاران | ۱۲۹

اطلاعات و تهدیدهای رسانه‌ای است. حال، باید پرسید که چه رابطه‌ای بین سواد رسانه‌ای و دو عنصر ذکر شده فوق، یعنی تفکر انتقادی و معیارها یا شاخص‌های معتبر وجود داشته و چگونه تحلیل و تفسیر می‌شود؟

مرور مفاهیم و نظریه‌ها

نظریه شناختی سواد رسانه‌ای

بر اساس نظریه شناختی، اجزا و عناصر سواد رسانه‌ای با حیطه‌های شناختی انسان پیوندی اجتناب‌ناپذیر دارد. اجزا و عناصر سواد رسانه‌ای به‌عنوان مجموعه یکپارچه شناختی بر دو مؤلفه و مفهوم اصلی: *بازشناسی امور مشخص از امور نیمه مشخص و معنایی و معناسازی* تکیه دارد. پیام‌های رسانه‌ای حاوی سه دسته اجزای کاملاً مشخص، نیمه مشخص و نامشخص است. امور کاملاً مشخص که کم‌ترین سهم را دارند؛ اموری هستند که مابه‌ازای متعدد، متنوع و مبهم نداشته و مخاطب، آن‌ها را کاملاً درک می‌کند. این گونه پیام‌ها غالباً برداشت‌ها و تفسیرهای یکسانی نزد مخاطبان ایجاد می‌نماید.

امور نیمه مشخص، به‌وضوح و شفافیت گروه اول نیستند. درک مخاطب از حقیقت این دسته از پیام‌ها با استفاده از اجزای مشخص پیام و نیز به‌مدد پیشینه شناختی وی صورت می‌گیرد. درک و فهم این پیام‌ها، گرچه ممکن است به برداشت‌ها و تفسیرهای گوناگونی در مخاطبان بیانجامد؛ اما این برداشت‌ها تماماً و الزاماً متعارض نبوده و از طریق یک هم‌اندیشی ساده، درنهایت به سمت و سوی مفهومی واحدی رهسپار می‌شوند. تکیه‌گاه هر دو دسته پیام‌های مشخص و نیمه مشخص، مجموعه شناختی و ادراکی مخاطبان نسبت به اموری است که نزد آن‌ها از پیش موجود است؛ اما مهم‌تر از همه، پیام‌های نامشخص هستند که مابه‌ازای ثابت و مستقلاً در نظام شناختی افراد ندارند. این امور، ضمن ایجاد برداشت‌های متنوع می‌تواند به تفسیرهای ضدونقیض و متعارض منتهی شود (پاتر، ۲۰۱۳: ۹۵).

معنایی عبارت از یافتن مصداق یا مصادیق یک پیام است که پیش‌ازین توسط مراجع اولیه و رسمی و نهادهای اصلی آموزشی، تولیدشده (امور کاملاً مشخص) و به‌عنوان

اطلاعات معتبر به اشتراک گذارده شده است. برخلاف معنایابی، معناسازی فرایندی چالش‌برانگیز است. چراکه مخاطب باید با برقراری پیوند و ترکیب مسائل مشخص، نیمه مشخص و نامشخص، پیام‌های دریافتی را دگرگون کرده و برای خود معناسازی کند. باید توجه داشت که این دو فرایند، دو پدیده درهم‌تنیده بوده و مخاطب باید ابتدا معنایابی کند تا بتواند به معناسازی بپردازد. به همین دلیل، معنایابی از اهمیت بیشتری برخوردار است. معنایابی در سه حیطه ابتدایی شناختی یعنی دانش و معلومات، درک و فهم و کاربستن قرار داشته و معناسازی در سه حیطه دوم شناختی یعنی تجزیه و تحلیل، ترکیب و آفرینندگی و ارزشیابی جای می‌گیرد (بارتلت، ۱۹۳۲: ۷۶).

نظریه اجتماعی سواد رسانه‌ای

بر اساس این نظریه، سواد رسانه‌ای را نمی‌توان مستقل و جدا از ساختارهای نهادی و اجتماعی زیست‌بوم مخاطب در نظر گرفت. سواد رسانه‌ای همچون سایر گونه‌های سواد، از قواعد و ضوابط مشابهی پیروی کرده و بر اندیشه مدافعان سوادهای چندگانه که بر تکرار سواد، اصرار دارند؛ استوار است. بر اساس این نظریه، سواد رسانه‌ای در خلأ و بدون قرار گرفتن فرد در شرایط و موقعیت اجتماعی، مفهوم پیدا نمی‌کند. پس در مطالعه سواد رسانه‌ای باید ضرورتاً پرسش‌هایی را پیرامون زمینه‌های اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و ارتباطی مطرح کرد. باید بپذیریم که سواد رسانه‌ای در موقعیت‌های اجتماعی و فرهنگی متفاوت، شکل و کاربرد متفاوت پیدا می‌کند. ماهیت ساختاری و نظام‌مند سواد رسانه‌ای، آن را به ابزاری با انعطاف‌پذیری بالا برای استفاده در شرایط و موقعیت‌های اجتماعی فرهنگی متفاوت و متمایز تبدیل کرده است. به‌طوری‌که می‌تواند پیشینه‌های متنوع شناختی جوامع گوناگون را در خود پذیرفته و جای دهد. در نظریه اجتماعی، سواد رسانه‌ای را نمی‌توان صرفاً مجموعه‌ای از توانایی‌های شناختی دانست که افراد، آن را یک‌بار بیاموزند و برای همیشه از آن بهره‌گیرند؛ بلکه باید به زمینه‌های اجتماعی آن نیز توجه نموده و به‌طور مستمر روزآمد شود. (باکینگهام، ۱۳۸۹: ۸۸-۸۶).

با نگاهی به این دو نظریه درمی‌یابیم که نظریه شناختی سواد رسانه‌ای بر لزوم توانایی

نقش تفکر انتقادی در بهبود کارکرد سواد رسانه‌ای با تکیه بر ... انصاری جعفری و همکاران | ۱۳۱

تجزیه و تحلیل پیام‌ها و نیز اهمیت برخوردار بودن مخاطب از یک منظومه شناختی معتبر اشاره دارد؛ و در نظریه اجتماعی، وابستگی این دو امر ضروری به ساختار اجتماعی و فرهنگی مخاطب به عنوان بستر تحقق آن‌ها مورد توجه قرار می‌گیرد. در یک جمع‌بندی اجمالی ناظر بر نظریه‌های شناختی و اجتماعی می‌توان گفت که سواد رسانه‌ای بر شش اصل اساسی: مسؤولیت مخاطب، تأثیرات دوگانه رسانه، اصل تفسیر، معناسازی مشترک، توانمندی مخاطب و هدفمندی تأکید دارد به گونه‌ای که همه الزامات و عناصر آن ذیل این اصول شش‌گانه مفهوم یافته و در هماهنگی با آن در تفکر انتقادی جریان می‌یابند. (پاتر، ۱۳۹۷: ۸۹-۹۲).

تفکر انتقادی بستر جریان سواد رسانه‌ای

گرچه تفکر انتقادی موضوع مستقلی است؛ با این حال صاحب‌نظران حوزه سواد رسانه‌ای درباره تفکر انتقادی به عنوان ابزار اصلی برای به ظهور کارکرد سواد رسانه‌ای اتفاق نظر دارند. برای تفکر انتقادی تعریف‌های زیادی ارائه شده است و در هر یک، از جنبه جداگانه‌ای به این مهارت پرداخته شده است.

فصل مشترک تعاریف گوناگون تفکر انتقادی یعنی نتایج و کارکرد آن است که آن را با سواد رسانه‌ای مرتبط می‌سازد. بر این اساس، تفکر انتقادی عبارت است از ارزش‌گذاری، تفسیر ماهرانه و فعالانه مشاهدات، ارتباطات، اطلاعات و استدلال‌ها که می‌تواند برای تحلیل، ارزیابی و ارزشیابی پیام‌های رسانه‌ای به کار آید (فیشر، ۲۰۰۱: ۱۰). ریچارد پاول نیز تعاریف متعددی برای تفکر انتقادی ارائه و در هر یک از آن‌ها به جنبه خاصی تأکید نموده است. تعاریف پاول بر دو جنبه کلی و عمومی: *انتظام منطقی شیوه تفکر انتقادی و آموزه‌های مهارتی در تفکر انتقادی* اشاره دارد. (قاضی مرادی، ۱۳۹۷: ۳۳-۳۲).

سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی

در کنار سواد رسانه‌ای، یکی دیگر از مهارت‌هایی که از حقوق اساسی بشر محسوب

می‌شود، سواد اطلاعاتی است. سواد اطلاعاتی، مجموعه‌ای از مهارت‌ها به‌منظور شناسایی درست منابع اطلاعاتی، دسترسی به آن‌ها و همچنین توانایی استفاده هدفمند از آن‌ها است. این نوع سواد، کلید یادگیری مادام‌العمر است (مولر، ۲۰۱۱: ۱۹).

سواد اطلاعاتی با آموزش و یادگیری حاصل می‌شود و همانند سواد رسانه‌ای با طیف وسیعی از افراد مرتبط است. سواد اطلاعاتی، بر ابزارهای: تشخیص، جستجو، گزینش، سازمان‌دهی و استفاده، به‌عنوان مهارت‌های آن و اینکه چرا، چه زمانی و چگونه می‌توان از همه این ابزارها استفاده کرد؛ تأکید دارد. از سوی دیگر، سواد رسانه‌ای به دنبال توانمندسازی شهروندان و تغییر رویارویی منفعلانه آن‌ها با پیام‌های رسانه‌ای است؛ به‌گونه‌ای که ارتباط مخاطبان را با رسانه‌ها به یک تعامل فعال و انتقادی تبدیل می‌کند (آلتون گریزل و دیگران، ۲۰۱۳: ۱۸۰).

سواد رسانه‌ای را می‌توان بستر منطقی دسترسی، تجزیه و تحلیل و تولید ارتباط در شکل‌های گوناگون رسانه‌ای و در همین حال، تأمین شرایط مصرف محتوای رسانه‌ای از منظر انتقادی دانست که بر سه وجه کلیدی: ارتقای آگاهی نسبت به رژیم مصرف رسانه‌ای یعنی محتوای رسانه‌ها؛ مهارت‌های مطالعه یا تماشای انتقادی؛ و تجزیه و تحلیل اجتماعی، سیاسی و اقتصادی رسانه‌ها که در نگاه اول قابل مشاهده نیست تأکید دارد. بنابراین سواد رسانه‌ای به مهارت‌ها، دانش و درکی اشاره دارد که به مصرف‌کنندگان اجازه می‌دهد از رسانه‌ها به‌طور مؤثر و درعین حال، ایمن استفاده کنند. افراد با سواد رسانه‌ای می‌توانند آگاهانه و فعال رفتار کرده و نسبت به انتخاب محتوا، تشخیص ماهیت حقیقی محتوا و خدمات، درک اطمینان‌بخشی داشته و از مزایای کامل آن بهره ببرند. از این رو برخورداری از سواد رسانه‌ای در همه اقشار جامعه باید ترویج شود.

با توجه به آنچه ذکر شد. افراد با سواد اطلاعاتی، به‌طور مؤثر به اطلاعات دسترسی پیدا می‌کنند؛ و با تکیه بر سواد رسانه‌ای، اطلاعات را به‌صورت انتقادی ارزیابی کرده و با شایستگی، از آن‌ها به‌طور دقیق و خلاقانه استفاده می‌کند. مخاطبان باید هم استراتژی‌های جمع‌آوری اطلاعات و هم مهارت‌های تفکر انتقادی برای انتخاب، دور انداختن، ترکیب و

نقش تفکر انتقادی در بهبود کارکرد سواد رسانه‌ای با تکیه بر ... انصاری جعفری و همکاران | ۱۳۳

ارائه اطلاعات به روش‌های جدید برای حل مشکلات زندگی واقعی را داشته باشند (آلتون گریزل و دیگران، ۲۰۱۳: ۱۸۲).

در یک جمع‌بندی کوتاه، با توجه به پیوند وثیق بین سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی، می‌توان تفکر انتقادی را جوهر اصلی سواد رسانه‌ای دانست. با این حال باید توجه داشت که تفکر انتقادی، تنها دربردارنده قواعد و اصول استدلالی است که در دو بخش قواعد و توابع منطقی ساماندهی شده‌اند؛ و همانند سواد رسانه‌ای بر ارزش محتوایی ویژه‌ای دلالت و تأکید نداشته و در برابر نادرستی ذاتی سازه‌های مفهومی و ارزشی سکوت می‌کند. در اینجا است که بررسی منظومه شناختی مخاطب، اهمیت و ضرورت می‌یابد.

تعهد مذهبی به مثابه منظومه شناختی / معیارها و شاخص‌های محتوایی

یکی از اموری که همیشه در جوامع بشری جریان داشته و همواره جاری خواهد بود، دین و مذهب است. طبق پژوهش‌های علمی که در آثار تاریخی از زمانهای کهن به عمل آمده است؛ به اندازه سابقه زندگی انسان، دین و مذهب نیز در میان بشر سابقه دارد. امروزه نیز اکثر مردم جهان از یک دین پیروی می‌کنند. در تعلیم و تربیت مذهبی همه ادیان آسمانی بر تفکر و خردورزی برای تصمیم‌گیری در عرصه‌های گوناگون زندگی تأکید بسیار شده است. اهمیت تفکر در ادیان الهی به اندازه‌ای مهم و جدی است که حتی پذیرش دین، بدون تفکر و ژرف‌نگری، پذیرفته نبوده و مستوجب سرزنش است.

در یک نظرسنجی که توسط گالوپ (۱۹۸۵) انجام شده است، پاسخ‌دهندگان از میان ۲۵ هدف آموزشی و پرورشی «آموزش تفکر دینی» را مهم‌ترین هدف تعلیم و تربیت بیان کرده‌اند (شعبانی، ۱۳۸۳: ۲۴).

توماس هانری هاگسلی تربیت مذهبی را عبارت از آموزش مغز دانسته و بر پرورش ذهن در راستای تقویت فرایندهای فکری صحه می‌گذارد (مایر، ۱۳۷۴: ۸).

پایبندی و وفاداری یک فرد به ارزش‌ها، باورها و تکالیف مذهبی و بهره‌گرفتن از آن‌ها در زندگی روزمره‌اش تعهد مذهبی است. بنابراین، تعهد مذهبی میزان درگیری فرد را با امور مذهبی نشان می‌دهد. در تعهد مذهبی به مدت زمانی که فرد به فعالیت‌های مذهبی

انفرادی می‌پردازد از یک سو و پیوندجویی مذهبی و شرکت در فعالیتهای نهادهای رسمی و غیر رسمی مذهبی از سوی دیگر و در یک جمع‌بندی کلی، به میزان اهمیت داشتن باورهای مذهبی برای فرد توجه می‌شود.

به این ترتیب تعهد مذهبی را می‌توان به دو شاخه زیر تقسیم کرد:

- تعهد مذهبی درون فردی: شامل ارزش‌گذاری فرد به عقاید مذهبی و پایبندی به مقدسات مذهبی
- تعهد مذهبی میان فردی: شامل تمایلات رفتاری فرد برای شرکت در فعالیتهای مذهبی (ورتینگتون، ۲۰۰۳: ۱۲).

هیل، لارسون و مک‌گالو (۲۰۰۰) تعهد مذهبی را به معنای اندیشه، احساس و رفتار متکی بر باورها و آموزه‌های یک نظام مذهبی ذکر کرده‌اند. مک‌گالو و ورتینگتون (۲۰۰۳) تعهد مذهبی را نشان‌دهنده اهمیت و جایگاه مذهب در زندگی فردی و اجتماعی فرد می‌دانند به طوری که رعایت ارزش‌ها و پایبندی به باورها در زندگی روزمره، انجام اعمال و آیین‌های مذهبی و مشارکت در فعالیتهای سازمان‌های مذهبی را شامل می‌شود (بهرامی، ۱۳۹۲).

بر اساس نظریات آیدلر و کامل، سازوکارهای پیونددهنده مذهب با سلامت افراد را می‌توان روی هم‌رفته در سه دسته جای داد:

- الف) یکی از کارکردهای گروه‌های مذهبی، نظم‌بخشی و سامان‌دهی به رفتار اعضا در دو دسته رفتارهای مجاز و رفتارهای غیر مجاز است.
- ب) تعهد و تقید مذهبی سبب تعلق افراد به شبکه‌ای از اشخاص هم‌عقیده می‌شود که با افزایش داشته‌های مشترک، حمایت اجتماعی، هم‌اندیشی و مشورت با نخبگان دینی، مخاطرات پیش روی افراد، به حداقل کاهش می‌یابد.
- ج) تعهد و تقید مذهبی به افراد کمک می‌کند تا چشم‌انداز مثبت و خوش‌بینانه‌ای راجع به زندگی دینی داشته و رفتار خود را بر اساس الگوهای آن تنظیم کنند. شبکه‌ها، حمایت و مشارکت اجتماعی در مراسم و شعایر مذهبی به افراد کمک می‌کند تا سلامت

نقش تفکر انتقادی در بهبود کارکرد سواد رسانه‌ای با تکیه بر ... انصاری جعفری و همکاران | ۱۳۵

فکری، جسمی و روانی خود را تأمین و حفظ کنند (واسرمن: ۱۹۹۶).

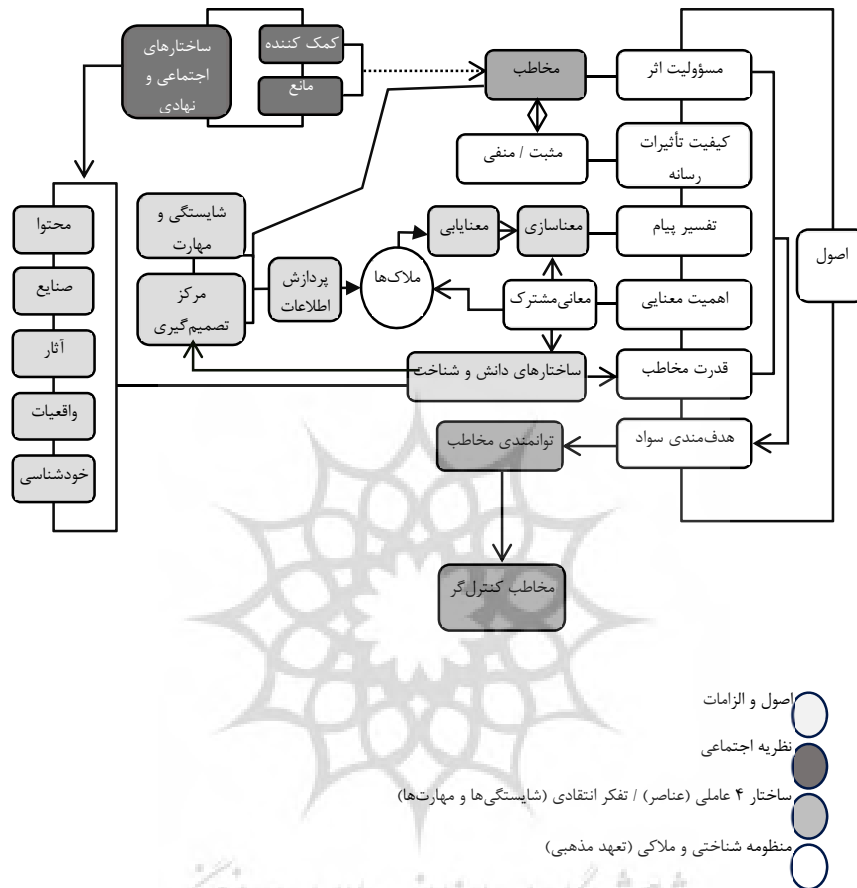
در مجموع می‌توان گفت که تعهد مذهبی، از درون سرچشمه می‌گیرد و در بیرون، به صورت تعاملات میان فردی تجلی می‌یابد. تجلیات بیرونی تعهد مذهبی نیز موجب ثبات و تحکیم بیشتر درونیات وی می‌شود. این تأثیر و تأثر متقابل موجب تقویت بیشتر دستگاه شناختی و نظام تصمیم‌گیری فرد در مقابله با چالش‌های شناختی می‌شود. به این ترتیب تعهد مذهبی به تکیه‌گاهی برای اندیشه فرد و منظومه شناختی معتبر وی تبدیل می‌شود. به این ترتیب پایگاه داده‌ها و اطلاعات لازم و نیز مرجع یکپارچه محتوایی برای به‌کارگیری مهارت تفکر انتقادی و پردازش، ارزشیابی و مقابله با تهدیدهای احتمالی پیام‌های رسانه‌ای شکل می‌گیرد.

چارچوب نظری پژوهش

با توجه به مفاهیم و نظریه‌هایی که مورد بحث و بررسی قرار گرفت؛ در ادامه، ارتباط بین الزامات، اصول و عناصر سواد رسانه‌ای را در پیوند با نظریه‌های شناختی و اجتماعی، تفکر انتقادی و تعهد مذهبی مشاهده می‌شود:

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

مدل ساختاری سواد رسانه‌ای در پیوند با تفکر انتقادی و تعهد مذهبی



پیشینه پژوهش‌های انجام شده

موضوع رسانه، دین و تفکر انتقادی در برخی پژوهش‌های داخلی و خارجی مورد توجه قرار گرفته است.

در جدول زیر، پژوهش‌های انجام شده با موضوع نسبتاً مشابه با پژوهش حاضر، آمده

است:

پیشینه تجربی پژوهش

عنوان	محقق	سال	داخلی	خارجی	روش	یافته
بررسی رابطه دینداری با احساس آنومی و کج‌روی	سراج زاده	۱۳۸۲	✓		پیمایش همبستگی	دین‌داری با بزه‌کاری نوجوانان رابطه معکوس دارد.
بررسی تأثیر مناسک مذهبی در پیشگیری از انحرافات اجتماعی	فرامرزی	۱۳۹۱	✓		پیمایشی	بین شرکت در مناسک مذهبی و پیشگیری از انحرافات اجتماعی رابطه نیرومندی وجود دارد.
بررسی تأثیر مشارکت در حلقه‌های کندوکاو بر مهارت تفکر انتقادی در سواد رسانه‌ای	صابری	۱۳۹۴	✓		شبه آزمایشی	شرکت در دوره‌های کندوکاو در رشد تفکر انتقادی تأثیر دارد.
رابطه بین سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی با خلاقیت و مهارت‌های فراشناختی	حسنان	۱۳۹۶	✓		پیمایشی	بین سواد رسانه‌ای و خلاقیت و مهارت‌های فراشناختی رابطه وجود دارد.
بررسی رابطه تفکر انتقادی و سواد رسانه‌ای	آرک	۲۰۰۵		✓	پیمایش همبستگی	بین سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی رابطه وجود دارد.
آموزش سواد رسانه‌ای می‌تواند مذهب با چشم‌اندازی به آینده	یاکوئینتو	۲۰۱۲		✓	کیفی	آموزه‌های مبتنی بر ایمان موجب بهبود تفکر انتقادی و روحیه انتخابگری در مقابل پیام رسانه می‌شود.

بررسی پیشینه تجربی این پژوهش نشان می‌دهد که در هیچ‌یک از پژوهش‌های ذکر شده، رابطه بین تفکر انتقادی و تعهد مذهبی با سواد رسانه‌ای به‌طور مشخص بررسی و تجزیه و تحلیل نشده است.

در برخی از این پژوهش‌ها رابطه تعهد مذهبی یا دین و دین‌داری با متغیرهایی غیر از سواد رسانه‌ای بررسی شده و شناسایی رابطه بین مذهب و ناهنجاری‌ها یا کج‌روی‌ها هدف‌گیری شده است. گرچه برخی ناهنجاری‌های اجتماعی می‌تواند نتایج و پیامدهای

پیام‌های منفی رسانه‌ای باشد با این حال تأثیر دین‌داری بر واسطه‌هایی نظیر سواد رسانه‌ای که در کاهش یا افزایش ناهنجاری‌ها نقش دارند مغفول واقع شده است. در پژوهش حاضر به یکی از این واسطه‌ها که نقش محوری و پررنگ در شکل‌گیری بزه و ناهنجاری دارد؛ یعنی پیام‌ها و محتوای رسانه‌ای پرداخته شده است. بدیهی است که اثرپذیری از پیام‌های رسانه‌ای غیر از فقدان سواد رسانه‌ای متأثر از متغیرهای گوناگون دیگری نیز هست که می‌تواند موضوع پژوهش‌های دیگر محققین قرار گیرد.

در ایران پژوهش‌های بسیاری با موضوع سواد رسانه‌ای انجام شده که در آن‌ها رابطه سواد رسانه‌ای با امور گوناگونی مانند سبک زندگی، سطح سواد، مهارت‌های شناختی، خلاقیت، تهاجم فرهنگی، هویت اجتماعی، و وضعیت شهروندی، سلامت اجتماعی، سبک زندگی جوانان، میزان استفاده از تکنولوژی‌های نوین، مصرف رسانه‌ای، مسئولیت اجتماعی و حتی اموری نظیر خودکشی و افسردگی مورد بحث و بررسی قرار گرفته ولی پژوهشی در خصوص بررسی رابطه سواد رسانه‌ای با تعهد مذهبی انجام نشده است. در این پژوهش برای نخستین بار به واکاوی این رابطه پرداخته شده و همچنین در بررسی تفکر انتقادی - برای اولین بار - با توجه به نظام ساختاری و جایگاه نظری سواد رسانه‌ای، به تفکر انتقادی به مثابه یک کل واحد و یکپارچه، توجه گردیده و به دنبال کشف روابط ساختاری و سیستمی بین آن و سواد رسانه‌ای است. از سوی دیگر این پژوهش برای نخستین بار به واکاوی پیوند ساختاری و نظام‌مند بین تفکر انتقادی، تعهد مذهبی به عنوان منظومه شناختی مخاطب و سواد رسانه‌ای در رابطه با یکدیگر پرداخته و با ارائه الگوی نظری مشخصی روابط مزبور را توصیف نموده است.

در این پژوهش و بر اساس یافته‌های آن بر خالی بودن سواد رسانه‌ای از ارزش ذاتی تأکید می‌شود. به این معنی که نتایج به‌کار بستن سواد رسانه‌ای که در یک جا ارزنده تلقی می‌شود؛ ممکن است همان نتایج در جایی دیگر، کاملاً فاقد ارزش و حتی ناهنجاری شمرده شود؛ زیرا نتایج حاصل از تحقق نتایج کارکرد سواد رسانه‌ای کاملاً وابسته به منظومه فکری، شناختی و سلوکی ویژه‌ای است که تشکیل دهنده هسته مرکزی آن است.

نقش تفکر انتقادی در بهبود کارکرد سواد رسانه‌ای با تکیه بر ... انصاری جعفری و همکاران | ۱۳۹

با توجه به مبانی نظری و تجربی موردبررسی، این پژوهش به دنبال پاسخ این سؤال است که تفکر انتقادی و تعهد مذهبی با سواد رسانه‌ای چه رابطه‌ای دارد؟
از این روی، فرضیه‌های زیر موردبررسی قرار گرفت:
فرضیه اصلی:

۱- بین میزان تفکر انتقادی و تعهد مذهبی با میزان سواد رسانه‌ای رابطه معنی‌داری وجود دارد.

۲- بین میزان تفکر انتقادی و میزان تعهد مذهبی رابطه معنی‌داری وجود دارد.

۳- بین یک به یک زیرمقیاس‌های تفکر انتقادی، تعهد مذهبی و سواد رسانه‌ای رابطه معنی‌داری وجود دارد.

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش به روش زمینه‌یابی، با رویکرد تبیینی و به روش آماری همبستگی انجام شد. سواد رسانه‌ای در این پژوهش، متغیر وابسته و تفکر انتقادی و نیز تعهد مذهبی، متغیرهای مستقل پژوهش هستند.

در این پژوهش، سه آزمون کمی با روش نمره‌گذاری بر اساس مقیاس لیکرت انجام شد:

۱- آزمون تعهد مذهبی ورتینگتون مشتمل بر ۱۰ گویه و نمره کل ۵۰ دارای دو زیرمقیاس: تعهد درون فردی و تعهد میان فردی.

۲- آزمون تفکر انتقادی ریکتس مشتمل بر ۳۳ گویه و نمره کل ۱۶۵ دارای سه زیرمقیاس: خلاقیت، بلوغ و تعهد.

۳- آزمون بر ساخته سواد رسانه‌ای مشتمل بر ۲۲ گویه و نمره کل ۱۱۰ در پنج زیرمقیاس: درک، آگاهی، گزینش، نگاه نقادی به پیام و تجزیه و تحلیل پیام.

آزمون‌های پژوهش، بر روی ۲۰۳ دانش‌آموز سال آخر دوره دوم متوسطه دبیرستان‌های منطقه چهار آموزش و پرورش شهر تهران انجام شد. برای همسان‌سازی نتایج آزمون‌ها، نمرات حاصل به صورت درصدی نرم گردیده و نمره به دست آمده از آزمودنی‌ها مورد

تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

روایی محتوایی پرسشنامه محقق ساخته با کسب نظر از ۳۵ نفر از اساتید کشور و بر اساس الگوی لاوشه محاسبه شد. بر اساس این الگو، ۲۲ گویه با کسب نسبت روایی بالای ۰/۳۶ تأیید شدند.

پایایی پرسشنامه‌های پژوهش از طریق محاسبه آلفای کرونباخ و با استفاده از نرم‌افزار SPSS انجام شد. آلفای کرونباخ در سواد رسانه‌ای، تفکر انتقادی و تعهد مذهبی به ترتیب، ۰/۸۸، ۰/۸۵ و ۰/۹۴ به دست آمد.

روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

تجزیه و تحلیل داده‌های این پژوهش با استفاده از نرم‌افزار آماری SPSS و ترسیم جداول و نمودارها به وسیله نرم‌افزار مایکروسافت اکسل انجام شده است. تجزیه و تحلیل مذکور در دو سطح آمار توصیفی و استنباطی صورت گرفته است.

برای آزمون فرضیه‌ها از روش محاسبه ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد. بر اساس نتایج حاصل، بین همه متغیرهای پژوهش رابطه مستقیم و معنادار ($> 0/05$) وجود داشت. برای بررسی چگونگی برازش روابط بین متغیرها، با توجه به فرضیه نخست، رگرسیون چندگانه برای بررسی رابطه تفکر انتقادی و تعهد مذهبی با سواد رسانه‌ای محاسبه شد. مدل حاصل نشان داد که سواد رسانه‌ای به طور معنی‌داری ($> 0/05$) از طریق تفکر انتقادی و تعهد مذهبی قابل پیش‌بینی است. مقدار نسبتاً بالای ضریب همبستگی چندگانه برابر با ۰/۶۲، همبستگی قوی بین متغیرها را تأیید نمود. همچنین مقدار ضریب تعیین تعدیل شده برابر با ۰/۵۸ بوده و نشان داد که مدل می‌تواند داده‌ها را به خوبی برازش دهد.

یافته‌های پژوهش

یافته‌های توصیفی

از مجموع ۲۰۳ دانش‌آموز سال آخر دوره دوم متوسطه که به پرسشنامه پژوهش پاسخ دادند، ۵۳ پسر و ۴۷ درصد دختر بودند که در دو سال پایانی دوره متوسطه اول خود، جمعاً

نقش تفکر انتقادی در بهبود کارکرد سواد رسانه‌ای با تکیه بر ... انصاری جعفری و همکاران | ۱۴۱

و به‌طور میانگین روزی ۵ ساعت از فضای مجازی استفاده می‌کردند. استفاده از فضاهای مجازی در سال‌های یازدهم و دوازدهم دوره متوسطه آن‌ها، ۵۰ درصد اختلاف داشتند. به‌این ترتیب که استفاده آن‌ها در سال یازدهم ۵۰ درصد بیشتر از سال آخر و برابر با ۶ ساعت در روز بوده است.

یافته‌های پژوهش در خصوص درصد نمرات کسب شده از پرسشنامه‌های پژوهش، نشان می‌دهد که میانگین درصد نمرات دانش‌آموزان در پرسشنامه‌های تفکر انتقادی، تعهد مذهبی و سواد رسانه‌ای به ترتیب، ۷۶، ۶۰ و ۷۴ بوده است. بنابراین دانش‌آموزان در مهارت تفکر انتقادی، نسبت به سواد رسانه‌ای و تعهد مذهبی از نمره نسبتاً بهتری برخوردار بودند. همچنین کم‌ترین نمره دانش‌آموزان مربوط به تعهد مذهبی بوده است.

یافته‌های تحلیلی

یافته‌های تحلیلی پژوهش، نشان می‌دهد که بین همه متغیرها به شرحی که ذیلاً آمده است؛ رابطه وجود دارد.

فرضیه ۱: بین میزان مهارت تفکر انتقادی و تعهد مذهبی با میزان سواد رسانه‌ای رابطه معنی‌داری وجود دارد.

جدول ۱. همبستگی بین سواد رسانه‌ای با تعهد مذهبی و تفکر انتقادی

متغیرها	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معناداری
تعهد مذهبی	۰/۳۹	۰/۰۲۳
تفکر انتقادی	۰/۵۹	۰/۰۲۱

جدول ۱ نشان می‌دهد که با توجه به ضریب همبستگی پیرسون متغیرها، بین میزان تعهد مذهبی و تفکر انتقادی با میزان سواد رسانه‌ای رابطه معنی‌داری برابر با ۰/۰۲ وجود دارد. روابط موجود مستقیم و مثبت بوده و هرچه تعهد مذهبی و تفکر انتقادی افزایش یابند، میزان سواد رسانه‌ای افزایش یافته و هرچه میزان تعهد مذهبی و تفکر انتقادی کاهش یابند میزان سواد رسانه‌ای نیز کاهش خواهد یافت.

فرضیه ۲: بین میزان تفکر انتقادی و میزان تعهد مذهبی رابطه معنی‌داری وجود دارد.

جدول ۲. همبستگی بین تعهد مذهبی با تفکر انتقادی

متغیرها	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معناداری
تفکر انتقادی	۰/۳۲	۰/۰۵

جدول ۲ نشان می‌دهد که با توجه به مقدار ضریب پیرسون ۰/۳۲ بین متغیرها، تعهد مذهبی با تفکر انتقادی رابطه معنی‌داری برابر با ۰/۰۵ دارد. این رابطه مستقیم و مثبت است. بنابراین افزایش و کاهش میزان هر یک از متغیرها موجب افزایش و کاهش متغیر دیگر می‌شود. ضریب همبستگی بین این دو متغیر نشان می‌دهد که هر یک از تفکر انتقادی و تعهد مذهبی تا حدودی موجب بهبود اثربخشی دیگری شده و با توجه به رابطه مستقیم این دو متغیر با سواد رسانه‌ای، به نظر می‌رسد که توانمندسازی مخاطبان در برابر تهدیدهای رسانه‌ای با تمرکز بر هر دو مهارت تفکر انتقادی و تعهد مذهبی به نحو مطلوب‌تری انجام‌پذیر است. فرضیه ۳: بین یک به یک زیرمقیاس‌های تفکر انتقادی، تعهد مذهبی و سواد رسانه‌ای رابطه معنی‌داری وجود دارد.

جدول ۳. ضرایب همبستگی پیرسون برای یک به یک زیرمقیاس‌های متغیرهای پژوهش

متغیرها	تعهد مذهب		تفکر انتقادی					سواد رسانه‌ای			
	درون فردی	بین فردی	خلاقیت	کمال یا بلوغ	آگاهی	درک	تحلیل	نقدی	تجزیه و تحلیل	درک	
تعهد مذهبی	۰/۸۵	۰/۸۵	۰/۲۶	۰/۱۰	۰/۳۳	۰/۱۱	۰/۳۹	۰/۲۶	۰/۳۶	۰/۳۹	
تفکر انتقادی	۰/۲۶	۰/۱۰	۰/۲۵	۰/۰۵	۰/۳۱	۰/۰۷	۰/۳۴	۰/۲۳	۰/۳۰	۰/۳۵	
سواد رسانه‌ای	۰/۱۰	۰/۰۵	۰/۲۶	۰/۱۰	۰/۳۳	۰/۱۱	۰/۳۹	۰/۲۶	۰/۳۶	۰/۳۹	
تعهد مذهبی	۰/۸۵	۰/۸۵	۰/۲۶	۰/۱۰	۰/۳۳	۰/۱۱	۰/۳۹	۰/۲۶	۰/۳۶	۰/۳۹	
تفکر انتقادی	۰/۲۶	۰/۱۰	۰/۲۵	۰/۰۵	۰/۳۱	۰/۰۷	۰/۳۴	۰/۲۳	۰/۳۰	۰/۳۵	
سواد رسانه‌ای	۰/۱۰	۰/۰۵	۰/۲۶	۰/۱۰	۰/۳۳	۰/۱۱	۰/۳۹	۰/۲۶	۰/۳۶	۰/۳۹	

نقش تفکر انتقادی در بهبود کارکرد سواد رسانه‌ای با تکیه بر ... انصاری جعفری و همکاران | ۱۴۳

متغیرها	تعهد مذهب		تفکر انتقادی			سواد رسانه‌ای		
	درون فردی	بین فردی	خلاقیت	کمال یا بلوغ	تعهد	آگاهی	درک	تجلیل
گزینه‌ش	۰/۲۶	۰/۲۳	۰/۴۵	۰/۱۳	۰/۴۹	۰/۵۷	۰/۶۱	۰/۵۱
نقادی	۰/۳۶	۰/۳۰	۰/۴۶	۰/۱۵	۰/۳۸	۰/۳۱	۰/۶۵	۰/۶۹
تحلیل	۰/۳۹	۰/۳۵	۰/۴۶	۰/۱۱	۰/۴۱	۰/۳۶	۰/۶۹	۰/۶۹
سطح معناداری: کوچک‌تر از ۰/۰۵								

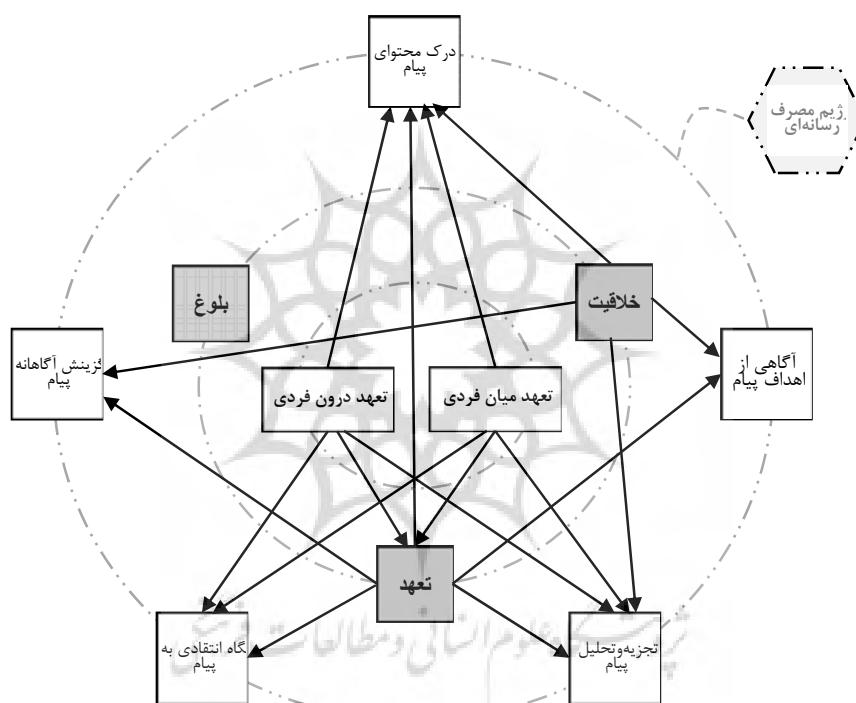
جدول شماره ۳ نشان می‌دهد که همه زیر مقیاس‌ها با هم رابطه مستقیم، مثبت و معنی‌داری برابر ۰/۰۵ یا کمتر دارند. زیر مقیاس بلوغ در تفکر انتقادی با همه زیر مقیاس‌های متغیرهای تعهد مذهبی و سواد رسانه‌ای رابطه ناچیز و ضعیف دارد. هر دو زیر مقیاس‌های تعهد مذهبی نیز با زیر مقیاس آگاهی در سواد رسانه‌ای رابطه ناچیز و ضعیف دارد. همه روابط بین زیر مقیاس‌های متغیرهای پژوهش مستقیم بوده و افزایش و کاهش هر یک، نظیر به نظیر موجب افزایش و کاهش دیگری می‌شود.

جدول ۴. رگرسیون چندگانه بین متغیرهای پژوهش

خلاصه مدل (رگرسیون چندگانه) ^a						
مدل	ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	پراکندگی	خطای برآورد	معنی‌داری
۱	۰/۶۲۵ ^a	۰/۴۹۱	۰/۵۸۴	۳۱/۰۷۱	۲/۴۱۸۶۲	۰/۰۰۰ ^a
پیش‌بینی‌کننده‌ها (ثابت): تعهد مذهبی، تفکر انتقادی. a.						
سواد رسانه‌ای: متغیر وابسته. b.						

جدول ۴ نشان می‌دهد که سواد رسانه‌ای به‌طور معنی‌داری ($> 0/05$) از طریق تفکر انتقادی و تعهد مذهبی قابل پیش‌بینی است. مقدار نسبتاً بالای ضریب همبستگی چندگانه برابر با ۰/۶۲ همبستگی قوی بین متغیرها را تأیید می‌کند؛ و مقدار ضریب تعیین تعدیل شده برابر با ۰/۵۸ نیز نشان می‌دهد که برازش داده‌ها به‌خوبی صورت یافته است. درصد نشان داده شده

توسط ضریب تعیین تعدیل‌شده، تأثیر واقعی متغیرهای مستقل بر وابسته را صرف‌نظر از رابطه دیگر متغیرهای احتمالی نشان می‌دهد. با توجه به نتایج حاصل از انجام محاسبات آماری و روابط به‌دست‌آمده از محاسبه ضرایب همبستگی پیرسون بین متغیرها و تمامی زیرمقیاس‌های مربوط؛ می‌توان روابط مزبور را در الگوی زیر ترسیم نمود:



با توجه به الگوی فوق:

- ۱) زیرمقیاس بلوغ یا کمال رابطه ناچیزی با دیگر زیرمقیاس‌ها دارد و نشان‌دهنده ناآگاهی مشارکت‌کنندگان از اصول، روش‌ها و قوانین تفکر انتقادی باشد.
- ۲) زیرمقیاس درک محتوای پیام رسانه‌ای و تجزیه و تحلیل پیام رسانه‌ای، بیشترین رابطه را با زیرمقیاس‌های تعهد مذهبی و تفکر انتقادی دارند.

نقش تفکر انتقادی در بهبود کارکرد سواد رسانه‌ای با تکیه بر ... انصاری جعفری و همکاران | ۱۴۵

۳) زیر مقیاس تعهد در تفکر انتقادی، بیشترین رابطه را با دیگر زیرمقیاس‌ها داشته و بر این اساس بهتر است آموزش مهارت تفکر انتقادی با تمرکز و تأکید بیشتری بر مقوله تعهد، برنامه‌ریزی و اجرا شود.

۴) گزینش آگاهانه پیام که عنصر مهمی در سواد رسانه‌ای است؛ تنها با خلاقیت و تعهد در تفکر انتقادی رابطه دارد و نشان می‌دهد که عنصر خلاقیت یعنی مهارت دسته‌بندی، کشف روابط بین اجزای اطلاعات و توانایی ایجاد پیوندهای تازه، اهمیت به‌سزایی داشته و برنامه‌ریزی برای احیا و توسعه تفکر خلاق، امر مهم و اثرگذاری است.

بحث و نتیجه‌گیری و پیشنهادها

استفاده از فضای مجازی و رسانه‌های پرشمار حاضر، در زمره الزامات اجتناب‌ناپذیر زندگی امروز بشر قرار گرفته است. کاربردها و کارکردهای ارزنده و قابل‌اعتنای رسانه‌ها به‌اندازه‌ای است که نمی‌توان از آن چشم‌پوشی کرد. با این حال، تهدیدهای ناشی از رویارویی طولانی‌مدت و مستمر با پیام‌ها و داده‌های متراکم، منفی و آلوده بخصوص برای قشر نوجوان و جوان نیز امری جدی و چالشی قابل‌تأمل است.

همان‌گونه که در پیشینه آمد؛ اولین واکنش محافظتی که در مخاطبان شکل می‌گیرد؛ پردازش خود کار اطلاعات است. این سپر محافظتی همچون تیغ دو لبه عمل می‌کند. به‌طوری که از یک سو محافظتی در برابر پریشانی ذهن و روان، ناشی از تکرر و تراکم داده‌ها است؛ ولی از سوی دیگر به‌خاطر ماهیت خودکار و تهی بودن از آگاهی و هشیاری، مخاطب را در برابر همه انواع داده‌ها بدون واکنش دفاعی منطقی، هوشیارانه و فعال، رها می‌کند. قشر دانش‌آموز یعنی جمعیتی بالغ بر ۱۴ میلیون نفر، ساعات بسیاری را در فضای مجازی و در معرض پیام‌ها و داده‌های فضای مجازی و رسانه‌های گوناگون به سر می‌برند. همان‌گونه که در یافته‌های توصیفی پژوهش آمد؛ دانش‌آموزان، روزانه به‌طور میانگین ۵ ساعت از فضای مجازی استفاده کرده‌اند و این میزان، احتمالاً در سال‌های تحصیلی که مشغله درسی کم‌تری دارند بالاتر است. چنانچه میانگین استفاده نمونه آماری این پژوهش از فضای مجازی در سال یازدهم، روزانه ۶ ساعت و در سال دوازدهم که غالباً درگیر آماده

شدن برای آزمون سراسری دانشگاه‌ها هستند؛ ۴ ساعت بوده است. این حضور نسبتاً زیاد، اقتضا می‌کند که دانش‌آموزان مهارت خودمحافظتی در مقابل تهدیدهای مربوط را فراگیرند. این امر اهمیت، نقش و جایگاه سواد رسانه‌ای را نشان می‌دهد.

بر اساس نظریه شناختی سواد رسانه‌ای، هوشمندی و توانمندی مخاطب برای کنترل‌گری مطلوب، امری ذهنی و کاملاً شناختی بوده و به میزان توسعه‌یافتگی مخاطب در حیطه‌های شناختی از پایین‌ترین تا عالی‌ترین سطوح آن وابسته است. استانداردها، الزامات و اصول کلیدی سواد رسانه‌ای، نقش یک نظام ساختاری و استاندارد برای جاری شدن الگوهای کاربردی تجزیه و تحلیل و استدلال را ایفا می‌کنند؛ بنابراین، گرچه تفکر انتقادی یک موضوع علمی کاملاً مستقل به شمار می‌رود ولی می‌تواند در چارچوب ساختار، الزامات و استانداردهای سواد رسانه‌ای به کار گرفته شده و موجب تحقق و بهبود اثربخشی کارکرد سواد رسانه‌ای شود.

از طرفی بر اساس نظریه اجتماعی سواد رسانه‌ای، از سواد رسانه‌ای نمی‌توان مستقل و جدای از ساختارهای اجتماعی و نهادی جامعه‌ای که در آن به کار گرفته می‌شود؛ انتظار سازنده‌ای داشت. از این رو باید در کنار سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی به داشتن منظومه شناختی غنی «مرجع و معیار» نیز توجه کرد. منظومه‌ای که با ساختار اجتماعی مخاطب سازگار بوده و موجب تحقق اصل چهارم سواد رسانه‌ای یعنی معناسازی مشترک گردد.

بررسی فرضیه‌های پژوهش، نشان‌دهنده نقش و جایگاه ارتباط سه‌گانه ذیل است: سواد رسانه‌ای به‌عنوان ساختار استاندارد برای رویارویی با رسانه‌ها، تفکر انتقادی به‌عنوان روش‌ها و قواعد استدلالی لازم که همساز با سواد رسانه‌ای فعال می‌شود و بالاخره تعهد مذهبی به‌مثابه منظومه شناختی معتبر مخاطب است.

بررسی فرضیه‌های پژوهش نشان می‌دهد که تفکر انتقادی در مقایسه با تعهد مذهبی، رابطه نیرومندتری با سواد رسانه‌ای داشته و حکایت از ضرورت به‌کار بستن اصول و قواعد مهارت تفکر انتقادی برای بهبود اثربخشی سواد رسانه‌ای دارد. ارزش‌های موردپذیرش مخاطب علی‌رغم تفاوت‌های کلی و جزئی، نیز رابطه‌ای مستقیم با سواد رسانه‌ای دارد.

نقش تفکر انتقادی در بهبود کارکرد سواد رسانه‌ای با تکیه بر ... انصاری جعفری و همکاران | ۱۴۷

شاید پایین بودن شدت رابطه تعهد مذهبی با سواد رسانه‌ای نسبت به رابطه تفکر انتقادی با آن بتواند تأییدی بر عدم برخورداری ساختار سواد رسانه‌ای از یک نظام ارزشی معیار و ذاتی باشد که این امر در بررسی تنوع تعریف‌های ارائه‌شده از سواد رسانه‌ای نیز صحت‌گذاری می‌شود.

همه زیرمقیاس‌های تعهد مذهبی و نمره کل آن با سواد رسانه‌ای رابطه مستقیم داشتند. میزان همبستگی زیرمقیاس‌های تعهد مذهبی، تعهد درون فردی و تعهد بین فردی با سواد رسانه‌ای در این پژوهش نشان می‌دهد که پایین‌ترین شدت رابطه مربوط به زیرمقیاس‌های مبتنی بر آگاهی است. به طوری که ضریب همبستگی پیرسون بین زیرمقیاس‌های مذکور با زیرمقیاس آگاهی از اهداف پنهان پیام در سواد رسانه‌ای به ترتیب برابر با ۰,۱۱ و ۰,۰۷ با گزینش آگاهانه پیام در سواد رسانه‌ای به ترتیب برابر با ۰,۲۶ و ۰,۲۳ ضعیف و ناچیز است. روابط بین زیرمقیاس‌ها می‌تواند خطوط راهنمایی برای تدوین سرفصل‌ها و سیلابس آموزشی قرار گیرند. نگاهی دقیق به داده‌های جداگانه، نشان می‌دهد که روابط ضعیف بعضی زیرمقیاس‌ها مربوط به جنبه‌هایی است که به آموزش‌های فعال و مبتنی بر اراده، وابسته‌اند. این امور، مربوط به حوزه‌های شناختی و آگاهی‌هایی است که به فرایند یادگیری وابسته است. اموری نظیر شناخت اصول، دانستن روش‌ها، قواعد و آموزه‌های معیار که کسب دانش و توانمندی در آن‌ها به طور خودجوش و بدون آموزش، چندان امکان‌پذیر و منطقی به نظر نمی‌رسد.

مقایسه یافته‌های این پژوهش با پژوهش‌های مشابه ذکر شده، نشان می‌دهد که:

نتایج پژوهش سراج‌زاده (۱۳۸۲) که درباره رابطه دینداری و کج‌روی انجام شده است؛ حاکی از رابطه معکوس بین این دو متغیر بوده و با نتیجه پژوهش حاضر توافق دارد. به این ترتیب که بسیاری از داده‌های مسموم، منفی و مخرب رسانه‌ای زمینه‌ساز کج‌روی‌های نوجوانان است و از سواد رسانه‌ای، جز مقاومت و محافظت در برابر این تهدیدها انتظاری نیست.

نتایج پژوهش فرامرزی (۱۳۹۱) در باره تأثیر مناسک مذهبی در پیشگیری از انحرافات

اجتماعی نیز همانند پژوهش قبلی نشان‌دهنده رابطه معنا دار بین این دو متغیر بوده و با یافته‌های پژوهش حاضر سازگار است.

بر طبق نظریه مک گالو و ورتینگتون (۲۰۰۳) افراد با تکیه بر مذهب و مهم دانستن جایگاه مهم آن در زندگی فردی و اجتماعی خود، ارزش‌های آن را رعایت کرده و نسبت به باورهای مربوط، در زندگی روزمره خویش پایبندند. این نظریه بیانگر وجود سطحی از تفکر نقادانه با تکیه بر معیارهای مذهبی است. رابطه بین تفکر انتقادی و تعهد مذهبی در فرضیه دوم این پژوهش، با نظریه ذکر شده تناسب دارد.

درباره تعمیم‌پذیری پژوهش با استفاده از یافته‌های پژوهشگران دیگر می‌توان بیان داشت که نتایج این پژوهش با یافته‌های ذکر شده در پیشینه‌های مرور شده، به‌طور جزئی و با پژوهش یا کوئینتو (۲۰۱۲) با عنوان *آموزش سواد رسانه‌ای مبتنی بر مذهب با چشم‌اندازی به آینده* به‌طور کلی، همخوانی دارد. چنانچه یا کوئینتو آموزه‌های مبتنی بر ایمان را موجب بهبود تفکر انتقادی و روحیه انتخاب‌گری سازنده در مقابل پیام رسانه می‌داند.

چارچوب نظری پژوهش و مدل ساختاری سواد رسانه‌ای در پیوند با تفکر انتقادی و منظومه شناختی معتبر مخاطب، نسبت بین اجزای سه‌گانه نام برده شده را با نظریه‌ها و سازمان نظری پژوهش، به‌طور کامل، توصیف و تبیین می‌کند. به‌این ترتیب که اصل اول سواد رسانه‌ای یعنی اصل مسئولیت، شخص مخاطب را پاسخگوی اصلی نسبت به پذیرش پیام و آثار آن می‌داند؛ بنابراین مخاطب موظف است خود را برای مقابله با تهدیدهای رسانه‌ای آماده سازد و بر اساس این پژوهش، این مسئله با آموختن مهارت‌های تفکر انتقادی و تقویت و توسعه اطلاعات معتبر و ارزنده وی صورت می‌پذیرد.

کیفیت تأثیرگذاری پیام (منفی یا مثبت بودن پیام) یعنی اصل دوم سواد رسانه‌ای، بستر به جریان افتادن اصل اول بوده و در چارچوب ساختارهای اجتماعی و نهادی (نظریه اجتماعی سواد رسانه‌ای) ترجمه، معنا، هنجاریابی یا هنجارسازی می‌شود. اصل تفسیر پیام که بر معنا سازی و معنایابی تأکید دارد و نیز اصل چهارم یعنی اهمیت معنا سازی مشترک، هر دو ریشه در ملاک‌ها و منظومه شناختی مرجع و معتبر نزد فرد داشته و در بستر و پهنه

زیست اجتماعی وی تعریف می‌شود. لذا این دو اصل، با ترویج و تقویت معیارهای شناختی معتبر و مشترک برخاسته از آموزه‌های ملی، فرهنگ بومی و ... تحقق خواهند یافت. اصل پنجم سواد رسانه‌ای، بر قدرت مخاطب در حیطه‌های شناختی و دانش وی تأکید می‌کند. براساس مفاهیم و نظریه‌های مرور شده، قدرت مخاطب، در توانایی پردازش ذهنی و شناختی او تجلی می‌یابد. جلوه قدرت مخاطب در این ساختار، برگرفته و ناظر بر مهارت او در تجزیه و تحلیل و توانایی ارزیابی و ارزش‌یابی، یعنی تفکر انتقادی و از طرفی غنای معیارهای معتبر نزد وی است.

اصل ششم یعنی هدفمندی سواد رسانه‌ای در واقع نتیجه‌غایی حاصل از استقرار اصول و جاری شدن رویه‌های تفکر انتقادی متکی بر منظومه شناختی مخاطب بوده و ثمره نهایی آن، تبدیل فرد به مخاطب کنترل‌گر است. ساختار ترسیم‌شده، نشان‌دهنده شبکه روابط وثیق موجود بین اجزاء، عناصر، الزامات، مفاهیم و پیوند نظری آن‌ها با یکدیگر است. در پایان به بررسی سؤال اصلی پژوهش می‌پردازیم؛ اینکه: تفکر انتقادی و تعهد مذهبی با سواد رسانه‌ای چه رابطه‌ای دارند؟

یافته‌هایی که در این پژوهش به دست آمد؛ نشان می‌دهد که بین تفکر انتقادی و تعهد مذهبی با سواد رسانه‌ای رابطه مستقیم در سطح معنی‌داری قابل قبول وجود دارد. رگرسیون چندگانه نیز نشان می‌دهد که سواد رسانه‌ای به‌طور معنی‌داری از طریق تفکر انتقادی و تعهد مذهبی قابل پیش‌بینی بوده و مقدار ضریب همبستگی چندگانه، همبستگی قوی بین متغیرها را تأیید می‌کند. به‌این ترتیب به نظر می‌رسد برنامه‌ریزی و اجرای آموزش‌های رسمی و غیررسمی به‌منظور فراگیری مهارت تفکر انتقادی و تحکیم و تقویت منظومه شناختی معتبر، ارزشمند و سازگار با هنجارهای جامعه - به‌طور هم‌زمان - نقش قابل‌اعتنایی بر افزایش یافتن اثربخشی کارکردهای سواد رسانه‌ای دارد.

پیشنهادها

با توجه به یافته‌های توصیفی پژوهش، دانش‌آموزان، رغبت زیادی به حضور در فضای مجازی دارند و ساعات نسبتاً زیاد حضور آن‌ها در فضای مجازی مؤید آن است. این در

حالی است که نمرات تفکر انتقادی و تعهد مذهبی آن‌ها در حد تسلط نبوده و نمی‌توان انتظار خود محافظتی آگاهانه، فعال و بهینه‌ای در مقابل تهدیدهای پیش روی ایشان داشت؛ بنابراین، برنامه‌ریزی اصولی برای آموزش و پرورش تفکر انتقادی توسط نهادهای اثرگذار در بهبود فضای تعلیم و تربیت کشور نظیر مدارس، دانشگاه‌ها، مؤسسات فعال در زمینه تعلیم و تربیت و...، اهمیت به‌سزایی داشته و باید برای آن تمهید شایسته و اثربخشی اندیشیده شود. همچنین تقویت‌کننده‌های مثبت و منفی ارزش‌ها و هنجارهای ملی، مذهبی در تدوین منابع آموزشی رسمی و غیررسمی، تولیدات رسانه‌ای و... باید توسط کارگزاران این عرصه، مورد توجه و اهتمام جدی قرار گیرد.

همچنین بر اساس یافته‌های این پژوهش می‌توان گفت که فقدان انسجام عمومی و توافق جمعی در داشتن «منظومه شناختی مرجع و معیار» که مورد تأکید اصل چهارم سواد رسانه‌ای است از مهم‌ترین چالش‌ها و مخاطرات پیش روی آحاد جامعه کنونی به‌شمار می‌رود. بنابراین نهادهای حاکمیتی باید برای حل این مسئله و چالش مهم، تمهیدات عاجل و اثربخش بیندیشند.

تعارض منافع

تعارض منافع ندارم.

ORCID

Mohammad Hossein Ansari Jafari  <http://orcid.org/0009-0003-6747-6695>
Mohammad Reza Rasouli  <http://orcid.org/0000-0002-1879-0771>
Nastaran Khajeh Noori  <http://orcid.org/0009-0009-6666-4495>

منابع

- بارون، رابرت. بیرن، دان. برنسکانب، نایلا. (۱۳۸۹). *روان‌شناسی اجتماعی*. ترجمه: یوسف کریمی، چاپ سوم، تهران: دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات.
- باکینگهام، دیوید. (۱۳۸۹). *آموزش رسانه‌ای*. ترجمه: حسین سرفراز، چاپ اول، تهران: دانشگاه امام صادق (ع).
- بهرامی، احسان. (۱۳۸۰). «بررسی مقدماتی میزان اعتبار و قابلیت اعتماد مقیاس جهت‌گیری مذهبی»، *مجله روانشناسی و علوم تربیتی دانشگاه تهران*. دوره ۳۱، شماره ۱، ۹۰-۶۲.
- پاتر، دبلیو جیمز. (۱۳۹۷). *نظریه سواد رسانه‌ای*. ترجمه: ناصر اسدی؛ محمد سلطانی فر، چاپ چهارم، تهران: سیمای شرق.
- حسان، اکرم. (۱۳۹۶). رابطه سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی با خلاقیت و مهارت‌های فراشناختی در دانشجویان (پایان نامه کارشناسی ارشد)، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق، ایران.
- رودنبولر، اریک دبلیو. (۱۳۸۷). ارتباطات آیینی از گفتگوهای روزمره تا جشن‌های رسانه‌ای شده. ترجمه: عبدالله گیویان، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).
- سراج‌زاده، سید حسین. (۱۳۸۲). بررسی رابطه دینداری با احساس آنومی و کج‌روی، *مسائل اجتماعی ایران*. دوره ۱۶، شماره ۶۳، ص ۷۱-۱۰۵.
- شعبانی، حسن. (۱۳۸۳). *روش تدریس پیشرفته*. تهران: سمت
- صابری، الهام. (۱۳۹۴). بررسی تأثیر مشارکت در حلقه‌های کندو کاو فلسفی بر مهارت تفکر انتقادی در سواد رسانه‌ای (پایان نامه کارشناسی ارشد)، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، ایران.
- فرامرزی، سامیه. (۱۳۹۱). بررسی تأثیر مناسک مذهبی در پیشگیری از انحرافات اجتماعی (پایان نامه کارشناسی ارشد)، دانشگاه اصفهان، ایران.
- قاضی مرادی، حسن. (۱۳۹۷). *درآمدی بر تفکر انتقادی*. چاپ چهارم، تهران: اختران
- مایر، فردریک. (۱۳۷۴). *تاریخ اندیشه‌های تربیتی*. ترجمه: علی اصغر فیاضی، تهران: سمت

References

- Arke, Edward. T. (2005). *Media Literacy and Critical Thinking: Is there a connection?* School of Education Duquesne University: Pennsylvania, USA.

- Bartlett, F. C. (1932). *Remembering: A Study in Experimental and Social Psychology*. 2nd ed, Cambridge: Cambridge University Press.
- Crombie, I. M. (1984). "Faith and Reason", *Philosophical Quarterly*. 34,70-78.
- Fisher, A. (2004). *Critical thinking: An introduction*, 6th ed, Cambridge: Cambridge University Press.
- Fisk, S. Taylor, S. E. (1991). *Social cognition* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Grizzle, A. Moore, P. Dezuanni, M. & Others. (2013). *Media and information literacy: policy and strategy guideli*. USA: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.
- Iaquinto & keeler. (2012). *Faith-based Media Literacy Education: A Look at the Past with an Eye toward the Future*. School of Communication & the Arts, Regent University, Virginia Beach, VA, USA.
- Martin, Barbara. Briggs, Leslie j. (1986). *Affective and Cognitive Domains: Integration for Instruction and Research*. Switzerland: Educational Technology Pubns
- Masterman, L. (1980). *Teaching about television*. London: Macmillan.
- Moeller, S. (2011). *Towards media and information literacy indicators*. Paris: UNESCO.
- Ohman, A. Lundquist, D. Estives, F. (2001). "The face in the crowd revisited: Threat advantage with chematic stimuli", *Jornal of personality and social psychology*. 80,381-396.
- Potter, W. James. (2013). *Media Litracy*, 6th ed, California: Sage publications
- Rozin, P. Nemroff, C. (1990). *The laws of sympathetic magic: A psychological analisis of similarity and contamagion*. England: Cambridge university press.
- Wasserman, Ira. Trovato, Frank. (1996). "The Influence of Religion on Smoking and Alcohol Consumption (Alberta Case Study)", *International Review of Modern Society*. Vol.26(Autumn): No.2: 43-56.
- Watson, D. L. Tharp, R.G. (1994). *Self-directed Behavior: Self-modification for Personal Adjustment*. Pacific Grove, California: Comp.
- Worthington, E.L. Wade, N. G. & Others. (2003). *The religious commitment inventory*, 4th ed, New York: Columbia University.

References (In Persian)

- Baron, R. Branscombe, N. Byrne, D (1389), *Social psychology*. 3rd ed: Islamic Azad University, Tehran, science and research Branch
- Backingham, D (1389), *Media Education*. 1st ed: Imam Sadegh University Press, Tehran

نقش تفکر انتقادی در بهبود کارکرد سواد رسانه‌ای با تکیه بر ... انصاری جعفری و همکاران | ۱۵۳

- Bahrami, ehsan (1380), Preliminary examination of the validity and reliability of religious orientation scale: *Journal of Psychology and Educational Sciences*, Tehran University, Tehran
- Potter, W. James (1397), *Theory of media literacy*. 4th ed: Simaye sharg, Tehran
- Hasanan, Akram (1396), An introduction to critical thinking: Akhtaran Press, Central Branch, Tehran
- Rodenbulla, Eric W (1387), Ritual communication from everyday conversations to media celebrations: Imam Sadeq University Press, Tehran
- Seraj Zade, Sayed Hassan (1382), The Investigating the effect of participation in philosophical exploration circles on critical thinking skills in media literacy (Master's thesis): *Iran's social issues*, Volume 16, No. 63, pp. 105-71.
- Sha'bani, Hassan (1383), *Advanced teaching method*: Samt Press, Tehran
- Saberi, Elham (1394), The effect of participation in philosophical exploration circles on critical thinking skills in media literacy (Master's thesis): Islamic Azad University, Central Branch, Tehran
- Faramarzi, Samie (1391), The effect of religious rituals in preventing social deviations (Master's thesis): Isfahan University, Iran
- Ghazimoradi, Hassan (1397), *An introduction to critical thinking*. 4th ed: Akhtaran Press, Tehran
- Frederick, Mayer (1374), *History of educational ideas*: Samt Press, Tehran

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
رتال جامع علوم انسانی

استناد به این مقاله: انصاری جعفری، محمدحسین، رسولی، محمدرضا، خواجه نوری، نسترن. (۱۴۰۳). نقش تفکر انتقادی در بهبود کارکرد سواد رسانه‌ای با تکیه بر منظومه شناختی مخاطب، فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین،

DOI: 10.22054/nms.2022.65975.1348 .۱۱۹-۱۵۳، (۳۷)۱۰



New Media Studies is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License..



پښتو ښکته علمون انساني و مطالعات فرېښتې
پرتال جامع علمون انساني