

## بررسی رابطه سطح سواد رسانه‌ای با تفکر انتقادی و مهارت‌های اجتماعی در دانشجویان دانشگاه پیام نور بیرجند

دریافت: ۱۴۰۰/۰۹/۱۷، پذیرش: ۱۴۰۰/۱۱/۳۰

محمد علی طالبی\*  
منیره امیدوار فاز\*\*

### چکیده

در عصر حاضر که هجوم اطلاعات و پیام‌های مختلف ابعاد مختلف زندگی افراد را متأثر ساخته است؛ سواد رسانه‌ای به عنوان یک نیاز اجتماعی در دوران جوانی محسوب می‌شود. هدف از انجام این مقاله، بررسی رابطه سطح سواد رسانه با تفکر انتقادی و مهارت‌های اجتماعی در دانشجویان مقطع کارشناسی دانشگاه پیام نور خراسان جنوبی است. این مقاله، با روش پیمایش میدانی و از نوع کمی است و از حیث هدف، از نوع تحقیقات کاربردی محسوب می‌شود. برای جمع‌آوری اطلاعات، از سه پرسشنامه استاندارد سواد رسانه‌ای فلسفی (۱۳۹۳)، پرسشنامه تفکر انتقادی ریتکس (۲۰۰۵) و پرسشنامه مهارت‌های اجتماعی ماتسون و همکاران (۱۹۸۳) استفاده شده است. نمونه‌گیری به شکل در دسترس و از طریق انتشار لینک پاسخگویی به پرسشنامه‌ها در فضای مجازی انجام پذیرفته است. نتایج تحقیق نشان داد سواد رسانه‌ای با تفکر انتقادی و مهارت‌های اجتماعی رابطه معنادار داشته و مؤلفه‌های آن قابلیت تبیین متغیرهای فوق را دارند. همچنین در میزان سواد رسانه، تفکر انتقادی و مهارت اجتماعی تفاوتی در دانشجویان زن و مرد وجود نداشت. با توجه به تفاوت سواد رسانه‌ای در بین دانشجویان کارشناسی و کارشناسی ارشد پیشنهاد گردید جهت تقویت مهارت‌های اجتماعی و تفکر انتقادی دانشجویان، کارگاه‌های آموزش سواد رسانه جهت ارتقا تفکر نقادانه و مهارت‌های اجتماعی برگزار گردد. واژگان کلیدی: سواد رسانه‌ای، تفکر انتقادی، مهارت‌های اجتماعی.

\* استادیار جامعه‌شناسی دانشگاه پیام نور تهران، ایران.

Email: talebi856@yahoo.com

\*\* دانش‌آموخته کارشناسی ارشد روانشناسی عمومی دانشگاه پیام نور.

## مقدمه

در عصر حاضر، رسانه و به‌ویژه رسانه‌ی تعاملی، جایگاه مهمی را به خود اختصاص داده است. این رسانه‌ها در میان نوجوانان و جوانان، جذابیت خاصی دارند، به‌طوری‌که زندگی بسیاری از این گروه سنی با فناوری‌های نوین مرتبط است. (تقی زاده، ۱۳۹۶) رسانه پدیده‌ای است که قسمت زیادی از زندگی روزانه آنان را در بر گرفته و مهم‌ترین کانال ارتباطی آن‌ها با دنیاست. این پدیده به‌تمامی جوانب عمومی و خصوصی زندگی، اعم از اخلاق، دین، سیاست، اجتماع، فرهنگ آنان نفوذ کرده است. سواد رسانه، دیدگاهی است به‌منظور رویارویی با رسانه و تفسیر پیام‌های دریافتی. (پاتر<sup>۱</sup>، ۱۳۹۱). بی‌تردید آموزش مفید و مؤثر در زمینه‌ی قابلیت‌ها و روش‌های استفاده از شبکه‌های اجتماعی از مهارت‌های زندگی و نحوه‌ی تعامل با دیگران هست و متأسفانه در کشور ما هیچ نهادی متولی امر آموزش سواد رسانه، سواد اینترنت و یا سواد دیجیتال نمی‌شود و تنها به سواد خواندن و نوشتن اکتفا شده است. (قادیان انارمرزی، ۱۳۹۸) در حال سواد رسانه حاصل دانش و برآیند مهارت‌هایی است که مخاطبان رسانه به آن نیازمند هستند. (باکینگهام<sup>۲</sup>، ۱۳۸۹) باوجودی که سواد رسانه، تفکرات انتقادی را در خصوص تأثیر رسانه‌ها مطرح می‌کند ولی باید گفت که این فرایند، ضد رسانه و مخالف با آن نیست بلکه هدف اصلی آن، محافظت مخاطبان در برابر اثرات سوء رسانه می‌باشد. نکته حائز اهمیت این است که سواد رسانه می‌تواند ابزاری بارز در جهت گسترش مهارت تفکر انتقادی باشد. (انتخابی، ۱۳۹۰) همچنین سواد رسانه به‌عنوان یک مهارت می‌تواند همراه با تفکر انتقادی و استدلالی، مخاطبان را به‌صورت پویا و فعال، با تولیدات رسانه و پیام‌های آشنا کند و در مطالعات رسانه‌ای مورد تأمل قرار گیرد. (قادری، ۱۳۹۲) مهارت‌های اجتماعی، آن دسته از رفتارها هستند که به مردم برای واکنش متقابل با دیگران کمک می‌کنند. این رفتارها آموزش داده می‌شوند و بر روابط بزرگسالان و همسالان تأثیرگذار هستند. این مهارت‌ها به‌عنوان صفات شخصیتی عمومی در نظر گرفته نمی‌شوند، بلکه آن‌ها را رفتارهای مجزا و خاص موقعیتی می‌دانند که جنس، سن، وضعیت اجتماعی و تعامل با سایرین، بر آن‌ها تأثیر می‌گذارند. (سلیمانی، ۱۳۹۰) شخصی که مهارت اجتماعی دارد می‌تواند رفتارهای مناسب در زمان و وضعیت مناسب انجام دهد و لذا به همین علت، آموزش‌های مهارت اجتماعی را از زمینه‌هایی که رفتار در آن

واقع می‌گردد، نمی‌توان جدا کرد. (رضازاده، ۱۳۷۵)

«تفکر انتقادی، فرآیندی است که به‌منزله آن، فرد اطلاعات، دیدگاه‌ها و منابع فراهم‌کننده آن‌ها را مورد ارزیابی قرار داده و به‌صورت منظم و منطقی انسجام داده و با اطلاعات و نظرات دیگر مرتبط می‌نماید و همچنین با در نظر گرفتن منابع دیگر مفاهیم ضمنی را موردسنجش و ارزیابی قرار می‌دهد. بایبانی دیگر تفکر انتقادی می‌تواند پذیرش احتمالات تازه، تنظیم کلیات و توقف داورى باشد». (نژاد ایرانی، ۱۳۹۶) تفکر انتقادی برای فرد میسر می‌سازد که حقیقت را در خلال به‌هم‌ریختگی حوادث و اطلاعات تفحص کند و به هدفش که همانا رسیدن به کامل‌ترین درک ممکن است، دست یابد (رضوی و نعمتی فر، ۱۳۹۷)

واقعیت این است که امروزه افراد برای روبرو شدن با تحولات شگفت‌انگیز قرن بیست و یکم و مواجهه با انبوهی از رسانه‌ها باید به‌طور فزاینده‌ای مهارت‌های تفکر مخصوص تفکر انتقادی را برای تصمیم‌گیری مناسب و حل مسائل پیچیده جامعه کسب کنند (نوحی صالحی و سبزواری، ۱۳۹۳) سیمپسون<sup>۳</sup> (۲۰۰۲) رشد تفکر انتقادی را ضرورتی انکارناپذیر می‌داند زیرا برای رویارویی افراد با واقعیت‌های پیچیده و در حال تغییر جامعه امروز حیاتی است. آلوکایی<sup>۴</sup> (۲۰۱۲) با بررسی متون موجود درباره تفکر انتقادی به این نتیجه می‌رسد که هنوز در زمینه تعریف تفکر انتقادی اجماع آرا وجود ندارد از نظر وی در حال حاضر یک چهارچوب پذیرفته‌شده برای تفکر انتقادی وجود ندارد و دانش و تعریف نظری در مورد این سازه با ضعف روبه‌رو است. دسترسی گسترده به فضاهای ارتباطی در بین جوانان و حجم بالای ردوبدل پیام در فضای مجازی، ضرورت سواد رسانه‌ای در بین این قشر را روزافزون نموده است. در این بین دانشجویان می‌توانند هم در تهیه و هم در ارسال پیام سهم مهم‌تری در جامعه ایفا نمایند.

## مبانی نظری و مروری بر مطالعات گذشته

## مفهوم سواد رسانه‌ای

سواد رسانه‌ای سبب رمزگشایی انتقادی از پیام‌های رسانه‌ای

در موقعیت‌های بالاتر دانشجویان بتوانند، حجم وسیعی از اطلاعات را پردازش کنند و مورد استفاده قرار دهند. پس تفکر انتقادی بیش از نقد کردن و هر فعالیت ذهنی دیگر هدفمند است، البته گاهی تفکر انتقادی این دو مورد را نیز شامل می‌شود. تفکری انتقادی فرایندی است که به موجب آن نظرات، اطلاعات و منابعی که آن‌ها را فراهم می‌کنند، ارزیابی می‌شوند و به طور منسجم، منطقی نظم می‌یابند و با عقاید، اطلاعات دیگر مرتبط می‌شوند. در طی این فرایند منابع دیگر نیز در نظر گرفته می‌شوند و مفاهیم ضمنی آن‌ها نیز مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. بررسی هدف‌های آموزشی کشورهای رشد یافته نشان می‌دهد که شکل‌دهی و ایجاد بسترهای مناسب برای تحقق تفکر انتقادی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است چراکه هر کشوری برای رسیدن به رشد و شکوفایی نیازمند افرادی است که دارای تفکر انتقادی بالایی باشند. تفکر انتقادی به عنوان یک فرایند شناختی اساسی برای رشد و بهره‌مندی از دانش در نظر گرفته می‌شود و این نوع از تفکر برای پیشرفت و حل مسئله قابل استفاده است (کرمانشاهی و همکاران، ۱۳۹۴، ص ۸۵-۱۰۰).

تفکر نقاد یا به عبارتی تفکر انتقادی، قضاوت هدفمند، آگاهانه و متمرکز بر پیامدهای زیر است: این تفکر از طریق استانداردهای حرفه‌ای، کدهای اخلاقی و قوانین هدایت می‌شود. به طور دقیق به بررسی و شناسایی مشکلات، مسائل و خطرات می‌پردازد. بر اساس اصول فرایند حل مشکل و روش‌های علمی است. تفکر انتقادی از نیازهای افراد، اجتماع و همچنین نیازهای خود فرد برای دستیابی به توانمندی مراقبت‌های کارا مشتق شده است. در طی تفکر انتقادی فرد به ارزیابی، خود اصلاحی و تلاش برای ارتقا می‌پردازد (آلفارو، ۲۰۰۹، ص ۱۴).

#### سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی

با توجه به علم سواد رسانه، برای تحلیل پیام‌های رسانه‌ای این پنج اصل را باید مدنظر قرار داد:

- ۱- پیام‌های رسانه‌ای را متصدیان رسانه‌ها می‌سازند.
- ۲- پیام‌های رسانه‌ای تنها بخشی از واقعیت را بیان می‌کنند.
- ۳- هر رسانه مجموعه‌ای از قواعد منحصر به فرد برای تولید پیام دارد.
- ۴- مخاطبان پیام‌های رسانه‌ای را معنا می‌کند.
- ۵- رسانه‌ها در چارچوب منافع اقتصادی و سیاسی خود قدم

و به دنبال آن برخورد صحیح با آن‌ها می‌شود و اجازه نمی‌دهد که این پیام‌ها به آسانی سبک زندگی و تفکر افراد را به هر سویی که خود می‌خواهند سوق دهند. هدف سواد رسانه‌ای ارتقای فهم انتقادی و مشارکت فعالانه است (فراهانی، ۱۳۹۳، ص ۳۰-۳۲).

درواقع سواد رسانه‌ای چیزی فراتر و عمومی‌تر از هر یک از این توانایی‌های ویژه است و آن را چنین تعریف می‌کنیم: سواد رسانه‌ای مجموعه‌ای از چشم اندازهاست (جنبه‌های فکری) که ما به طور فعالانه، برای قرار گرفتن در معرض رسانه، از آن‌ها بهره‌برداری می‌کنیم تا معنای پیام‌هایی را که با آن‌ها مواجه می‌شویم، تفسیر کنیم. ما چشم‌اندازهای خود را با استفاده از ساختارهای دانش خود می‌سازیم. برای ساختن ساختارهای دانش، به ابزار و مواد اولیه نیاز داریم. ابزار، مهارت‌های ما در حوزه سواد رسانه‌ای و ماده اولیه اطلاعات به دست آمده از محتوای پیام‌ها و دنیای رسانه‌ای است. استفاده فعالانه از رسانه‌ها بدان معنی است که ما از پیام‌ها آگاهیم و به طور خودآگاهانه یا آن‌ها در تعامل هستیم (بصیریان، ۱۳۹۰). به طور سنتی سواد رسانه‌ای، به توانایی تحلیل و ارزیابی محصولات رسانه‌ای و به طور گسترده‌تر به توانایی ایجاد ارتباط مؤثر از طریق نگارش خوب اطلاق می‌شد (ایزدی، ۱۳۹۰).

سواد رسانه‌ای نوعی درک متکی بر مهارت است که می‌توان بر اساس آن انواع رسانه‌ها را از یکدیگر تمیز داد و انواع تولیدات رسانه‌ای را از یکدیگر تفکیک و شناسایی کرد. (شکرخواه، ۱۳۸۵، ص ۲۹). سواد رسانه‌ای به عنوان یک قابلیت به شهروندان اجازه می‌دهد تا با رسانه و دیگر ارائه‌دهندگان اطلاعات به طور 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). سواد از مهم‌ترین مفاهیم برای مربیان است که در متون آموزشی ۳۰۰ سال پیش مطرح شده است.

#### مفهوم تفکر انتقادی

از تفکر انتقادی تعاریف متفاوت شده است که نشان دهنده تفاوت دیدگاه‌ها در تعریف این مقوله است. آندولینا معتقد است که پرورش تفکر انتقادی به کمک فن‌آوری اطلاعات که راهی جهت از بین بردن خلأ و شکاف بین تئوری و عمل است، باید در دوران قبل از دانشگاه پرورش یابد تا

برمی‌دارد (شکرخواه، ۱۳۸۵).

آموزش سواد رسانه‌ای با ایجاد تفکر انتقادی در فرد به او کمک می‌کند به تجزیه و تحلیل مسائل بپردازد. رسانه پنجره نگاه ما به دنیاست، سواد رسانه‌ای این امکان را به ما می‌دهد که بدانیم بازنمایی رسانه تا چه حد از واقعیت درست است. سواد رسانه‌ای مهارت‌های لازم را برای برقراری ارتباطی متفکرانه و آگاهانه با رسانه‌ها می‌آموزد و درعین حال دیدگاهی تحلیلی و نقادانه نسبت به پیام‌های رسانه‌ای فراهم می‌کند (قادری، ۱۳۹۲).

### مهارت اجتماعی

خانواده و سایر نهادهای اجتماعی دیگر مانند مدرسه، مهم‌ترین عامل اجتماعی شدن به شمار می‌آیند که در قالب ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی بررسی می‌شوند. (کارتلج و میلبرن، ۱۹۸۵؛ ترجمه نظری نژاد، ۱۳۷۵) ما در دنیای پیچیده و دشواری زندگی می‌کنیم و لازم است برای موفقیت و پیشرفت در این دنیا و مقابله مؤثر با بسیاری از مشکلاتی که رو در روی ما قرار می‌گیرند، مجموعه‌ای از مهارت‌های اجتماعی را به دست آوریم.

یکی از اهداف عمده آموزش عالی در دانشگاه‌ها، نیل به سازگاری اجتماعی و برقراری رابطه مفید و مؤثر با دیگران و پذیرش مسئولیت اجتماعی است. یکی از ویژگی‌های مهارت‌های اجتماعی اکتسابی بودن آن‌هاست و در حال حاضر بسیاری از محققان اتفاق نظر دارند که بیشتر رفتارهای اجتماعی آموختنی هستند، زیرا کودکانی که در محیط‌های نامناسب بزرگ شده‌اند، از لحاظ اجتماعی رفتارهای نامطلوب دارند. (هارجی و همکاران، ۱۹۹۴؛ ترجمه بیگی و فیروز بخت، ۱۳۷۷)

سنجش مهارت‌های اجتماعی و اقدامات مربوط به آن از دهه ۱۹۷۰ م. یکی از فعال‌ترین عرصه‌های تحقیقات اجتماعی بوده است. تحقیقات در این باره نشان می‌دهد در طول مهر و موم‌های مدرسه ۱۰ تا ۱۵ درصد کودکان توسط همسالان خود طرد می‌شوند و نیز امکان طرد مستمر در مراحل بعدی زندگی آنان وجود دارد. علت این امر آن است که این دسته از کودکان مهارت‌های اجتماعی لازم را ندارند. (متسون و اولندیک، ۱۹۸۸، ترجمه به پژوه، ۱۳۸۴)

اندیشمندان اجتماعی بر این باورند که مهارت‌های اجتماعی مجموعه رفتارهای فراگرفته و قابل قبولی است

که فرد را قادر می‌سازد با دیگران رابطه مؤثر داشته باشد و از عکس‌العمل‌های نامعقول اجتماعی خودداری کند. همکاری، مشارکت با دیگران، کمک کردن، آغازگر برقراری رابطه، تقاضای کمک کردن، تعریف و تمجید از دیگران و تشکر و قدردانی کردن، مثال‌هایی از مهارت‌های اجتماعی به شمار می‌آیند.

### مطالبات پیشین

با توجه به مطالب یادشده و در ارتباط با مسئله پژوهش تحقیقات بسیاری انجام شده است که در ادامه به برخی از موارد در حوزه داخلی و خارجی اشاره می‌گردد.

ابراهیم پور و حبیب زاده (۱۴۰۰) در مقاله‌ای با عنوان: «تبیین جامعه‌پذیری سیاسی دانشجویان با تأکید بر سواد رسانه‌ای» به بررسی موضوع در بین دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی تبریز پرداخته‌اند.

عاملی و محسنی آهویی (۱۳۹۸) در کتابی با عنوان «اینترنت و سواد مجازی» به فراتحلیل پژوهش‌های انجام شده در حوزه سواد رسانه‌ای از دهه ۸۰ تا سال ۱۳۹۷ پرداخته است.

حاجی زاده و حاجی زاده (۱۳۹۶) در پژوهش خود با بررسی سواد رسانه‌ای، تفکر انتقادی و نقش خانواده، ی به روش مروری با عنوان «سواد رسانه‌ای، تفکر انتقادی و نقش خانواده» به اهمیت و راه‌های پرورش تفکر انتقادی در دانش‌آموزان با ارائه تعاریفی از سواد رسانه‌ای و همچنین اهمیت و نقش آن در پرورش افکار انتقادی پرداختند. پونکی و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهشی به این نتیجه دست یافتند که سطح سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی دانشجویان در حد مطلوب و سطح ویژگی‌های کارآفرینی در حد نسبتاً مطلوب قرار دارد.

ادهکی و دهقانی (۱۳۹۴)، در تحقیقی با عنوان واکاوی سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی، بیان داشتند: با ظهور و پیشرفت فناوری‌های ارتباطات و اطلاعات و تأثیر آن بر همه ابعاد زندگی بشر، جهان وارد جامعه جدیدی به نام جامعه اطلاعاتی شده است. لیکن، فناوری اطلاعات و ارتباطات بیش از هر چیز بر توسعه دانش، مهارت‌ها، فرهنگ و توانایی‌های انسان تأثیرگذار بوده است. آموزش‌های مبتنی بر رایانه، اینترنت آموزش‌های مبتنی بر وب پارادایم‌های جدید و محصول فناوری اطلاعات هستند که بشریت را به سمت نوعی انقلاب بزرگ آموزشی سوق می‌دهند.

ارتقاء سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی در مدارس و جامعه هنگ کنگ می‌باشد. این مدل شامل پنج بخش است ۱- نیروی محرکه‌ی راه-اندازی شبکه ۲- پیکربندی شبکه ۳- مراکز شبکه ۴- ارتباطات شبکه ۵- گسترش شبکه این مقاله به بررسی تعریف و اجزای سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی در چارچوب هنگ‌کنگی چینی پرداخته است. (لی و سو، ۲۰۱۳، ص ۱۳۷-۱۴۵). با توجه به پژوهش‌ها مختلف انجام‌شده در حوزه مختلف سواد رسانه‌ای، مهارت‌های اجتماعی و تفکر انتقادی به‌صورت مجزا و یا با متغیرهای مختلف دیگر، تاکنون پژوهش مستقلی آن‌هم بر روی دانشجویان دانشگاه پیام نور با توجه به بومی‌گزینی این دانشگاه و شیوه‌های آموزشی مبتنی بر فضای مجازی در آن در سال‌های اخیر و در شهر بیرجند صورت نگرفته است.

### روش پژوهش

این تحقیق از نوع پژوهش‌های کمی (توصیفی-همبستگی) و از نظر هدف از نوع تحقیقات کاربردی محسوب می‌شود. جامعه آماری این تحقیق شامل ۷۵۰ نفر دانشجویان دختر و پسر کارشناسی دانشگاه پیام نور بیرجند است، که در سال ۴۰۰-۱۳۹۹ این دانشگاه و در رشته‌های مختلف علوم انسانی، علوم پایه و مهندسی مشغول تحصیل بوده‌اند. در این مطالعه حجم نمونه آماری با استفاده از فرمول نمونه‌گیری کوکران به‌دست‌آمده است. در این فرمول با جمعیت ۷۵۰ نفر دانشجوی، دقت احتمالی حدود ۵٪ و با فرض بیشترین پراکندگی صفات مورد مطالعه، حجم نمونه برابر ۲۵۷ نفر برآورد شده است و نمونه‌گیری به‌صورت تصادفی بوده است. برای تحلیل دقیق‌تر داده‌ها از نرم‌افزارهای آماری همچون SPSS 26 استفاده شده است. ابزارهای آزمون تی مستقل، آزمون رگرسیون هم‌زمان برای تحلیل استنباطی و آزمون‌های کلو مگرووف اسمرینف و میانگین و انحراف معیار و نمودار دایره‌ای برای آمار توصیفی مورد استفاده قرار گرفته است. ابزارهایی که جهت جمع‌آوری اطلاعات از گروه نمونه در نظر گرفته شده است عبارت‌اند از سه پرسشنامه که روایی و پایایی آن تأیید شده است:

پرسشنامه سواد رسانه: پرسشنامه استاندارد محقق ساخته سواد رسانه‌ای (فلسفی، ۱۳۹۳) در این پژوهش منظور از سواد رسانه‌ای دیدگاه و مهارت‌هایی است جوانان با داشتن آن‌ها نسبت به رسانه و تولیداتش نگاهی تفسیری، ترجیحی و منتقدانه پیدا کرده؛ رابطه‌ای متوازن بین خود و رسانه تعریف می‌کنند میزان

اشرفی‌ریزی و همکاران (۱۳۹۳) نیز به میزان سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی در بین دانشجویان بر اساس شاخص‌های سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی یونسکو پرداختند، یافته‌های آنان نشان داد میزان سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی دانشجویان بالاتر از حد متوسط و نسبتاً مطلوب هست.

محمد دین (۲۰۲۰) در پژوهشی در پاکستان با عنوان به بررسی درک نگرش دانشجویان دانشگاه نسبت به تفکر انتقادی، یافتن رابطه بین توانایی تفکر انتقادی دانشجویان دانشگاه و مهارت خواندن انتقادی آن‌ها و اینکه آیا تفکر انتقادی پیش‌بینی کننده مثبت است یا خیر، پرداخت. نورمن و فورنر<sup>۷</sup> (۲۰۱۶) در تحقیقی با عنوان رابطه بین تجربه فراشناختی و آموزش وجود دارد: چه رابطه‌ای بین رسانه مطالعه‌های دیجیتال و غیر دیجیتال وجود دارد، بیان داشتند: توسعه فن‌آوری، راه‌های یادگیری و خواندن را تحت تأثیر قرار داده‌اند و انواع ابزارهای فناوری در حال حاضر تکمیل شده‌اند و تا حدی جایگزین کتاب‌های کاغذی شده‌اند. مطالعات قبلی نشان داده‌اند که مطالعه رسانه‌های دیجیتال نظارت فراشناختی و مقررات (آکرمن و زرگر ۲۰۱۱، لاترمن<sup>۸</sup> ۲۰۱۲ و لاترمن و آکرمن<sup>۹</sup> ۲۰۱۴) را مختل کرده‌اند.

گرین و همکاران<sup>۱۱</sup> (۲۰۱۵) به بررسی تنوری اندازه‌گیری پایه در مورد واکنش نوجوانان به مداخلات سواد رسانه‌ای بیان داشتند: مداخلات سواد رسانه‌ای ارائه راه نسبتاً جدید و امیدوارکننده‌ای برای پیشگیری از رفتارهای بهداشتی مخاطره‌آمیز در کودکان و نوجوانان است، اما ادبیات کنونی تا حد زیادی در مورد اثربخشی آن‌ها مبهم باقی مانده است. لی و سو<sup>۱۲</sup> (۲۰۱۳) پژوهشی تحت عنوان سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی: شباهت‌ها و تفاوت‌ها انجام دادند. آن‌ها مجلات وب را از سال ۱۹۵۶ تا ۲۰۱۲ بررسی کردند. یافته‌ها نشان می‌دهد تفاوت‌های بین سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی بیشتر از شباهت‌های آن‌هاست. این دورشته تا حدی باهم همپوشانی دارند ولی سواد رسانه‌ای زیررده سواد اطلاعاتی نیست و سواد اطلاعاتی نیز زیررده سواد رسانه‌ای نیست. درعین حال سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی اهداف مشترکی نیز دارند. هدف هر دو در ترویج افراد با سواد است که می‌توانند قضاوت‌های آگاهانه‌ای راجع به استفاده از اطلاعات در عصر دیجیتال داشته باشند. همچنین، لی (۲۰۱۳) پژوهشی تحت عنوان: «ارتقا سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی» در هنگ‌کنگ انجام داده است. هدف از این مقاله طرح کردن راهبرد یک مدل شبکه‌ای به‌منظور

در جدول ۱ توزیع فراوانی نمونه مورد مطالعاتی برحسب ویژگی‌های جمعیت شناختی نمونه گزارش شده است. نمونه مقاله شامل ۲۵۷ نفر از دانشجویان دانشگاه پیام نور بیرجند بودند. از این میان ۳۸ نفر آن‌ها (۱۴/۸٪) مجرد و ۲۱۹ نفر (۸۵/۲٪) متأهل، ۱۸۱ نفر آن‌ها (۷۰/۴٪) زن و ۷۶ نفر (۲۹/۶٪) مرد بودند. ۲۰۲ نفر (۷۴٪) علوم تربیتی، ۸ نفر مهندسی صنایع، ۴۰ نفر روانشناسی، ۳۵ نفر حقوق، ۱۵ نفر حسابداری، ۳ نفر زمین‌شناسی و ۲۷ نفر زبان خارجه) از دانشجویان در مقطع کارشناسی و ۵۵ نفر آن‌ها در مقطع کارشناسی ارشد (۲۵ نفر مدیریت، ۲۵ نفر روانشناسی تربیتی و ۵ نفر جغرافیا) تحصیل می‌نموده‌اند. بررسی آمار توصیفی سه متغیر پیوسته در این پژوهش نشان می‌دهد که سواد رسانه‌ای با میانگین ۹۳/۶۱ بالاتر از حد وسط نمره قابل اخذ در پرسشنامه (۸۰) می‌باشد. همچنین در متغیر مهارت اجتماعی میانگین ۷۵/۵۵ بالاتر از حد متوسط قابل اخذ پرسشنامه (۶۰) ارزیابی می‌شود. بعلاوه در متغیر تفکر انتقادی نیز میانگین حاصل برابر ۱۲۳/۱۰۵ به‌دست‌آمده که به‌طور محسوسی بیشتر از حد

جدول ۲ شاخص‌های توصیفی متغیرهای پژوهش حاضر

| تفکر انتقادی | سواد رسانه‌ای | مهارت اجتماعی |                           |                                |
|--------------|---------------|---------------|---------------------------|--------------------------------|
| ۱۲۳/۱۰۵      | ۹۳/۶۱۵        | ۷۵/۵۵۲        | میانگین                   |                                |
| ۱۲۱/۵۴۲      | ۹۱/۹۳۷        | ۷۴/۳۰۴        | حد پایین                  | ۹۵٪ فاصله اطمینان برای میانگین |
| ۱۲۴/۶۶۸      | ۹۵/۲۹۲        | ۷۶/۸۰۱        | حد بالا                   |                                |
| ۱۲۳/۱۷       | ۹۴/۱۴۱        | ۷۵/۵۹۹        | میانگین بدون داده‌های پرت |                                |
| ۱۲۳          | ۹۳            | ۷۵            | میانه                     |                                |
| ۱۶۱/۹۱       | ۱۸۶/۴۳        | ۱۰۳/۳۳        | واریانس                   |                                |
| ۱۲/۷۲۴       | ۱۳/۶۵         | ۱۰/۱۶۵        | انحراف معیار              |                                |
| ۶۰           | ۴۵            | ۵۰            | کمینه                     |                                |
| ۱۵۹          | ۱۲۴           | ۱۰۰           | بیشینه                    |                                |
| ۹۹           | ۷۹            | ۵۰            | دامنه تغییرات             |                                |
| ۱۶           | ۱۹/۵          | ۱۴/۵۰         | فاصله میان چارکی          |                                |
| -۰/۲۵۸       | -۰/۵۰۹        | ۰/۰۱۱         | کجی                       |                                |
| ۱/۸۹۳        | ۰/۷۲۰         | -۰/۰۷۲        | کشیدگی                    |                                |

آلفای کرون باخ اندازه‌گیری شد و عدد ۰/۷۷۵ به دست آمد. پرسشنامه تفکر نقادانه: پرسشنامه تفکر انتقادی ریتکس، طیف لیکرت ۵ درجه‌ای (از کاملاً مخالف تا کاملاً موافق) با ۳۳ گویه را ارائه می‌نماید پیش از ریتکس به منظور سنجش این مفهوم از پرسشنامه گرایش به تفکر انتقادی کالیفرنیا که به‌وسیله فاشیون طراحی شده و دارای هفت خرده مقیاس بود، استفاده می‌شد؛ اما پس از آن که برخی محققان به بررسی و نقد آن پرداختند، ریتکس برای ایجاد پرسشنامه‌ای کوتاه‌تر، مؤثرتر و پایاتر تلاش کرد. (ریتکس ۲۰۰۳، ص ۴۸) بدین ترتیب، پرسشنامه ریتکس شامل سه بعد درگیر شدن. (تعهد)، رشد یافتگی شناختی و نوآوری است. در این پژوهش نیز میزان آلفای کرونباخ اندازه‌گیری شد و عدد ۰/۸۶۵ به دست آمد.

پرسشنامه مهارت اجتماعی: فرم اولیه پرسشنامه مهارت‌های اجتماعی ماتسون<sup>۱۳</sup> دارای ۶۲ عبارت بود که توسط یوسفی و خیر (۱۳۸۱) تحلیل عاملی شده به ۵۶ عبارت کاهش یافت که مهارت‌های اجتماعی افراد را توصیف می‌کنند. برای پاسخگویی به پرسشنامه مهارت‌های اجتماعی ماتسون، آزمودنی باید هر عبارت را بخواند و سپس پاسخ خود را بر اساس یک شاخص ۵ درجه‌ای از نوع مقیاس لیکرت با دامنه‌ای از نمره ۱ (هرگز هیچ‌وقت) تا ۵ (همیشه) مشخص نماید. پرسشنامه مهارت‌های اجتماعی ماتسون دارای ۵۶ سؤال بوده و هدف آن سنجش مهارت‌های اجتماعی از ابعاد مختلف (مهارت‌های اجتماعی مناسب، اطمینان زیاد به خود داشتن، رابطه با همسالان، رفتارهای غیراجتماعی، پرخاشگری و رفتارهای تکانشی، برتری طلبی) است. در این پژوهش نیز میزان آلفای کرونباخ اندازه‌گیری شد و عدد ۰/۸۸۷ به دست آمد.

### یافته‌ها

توصیف ویژگی‌های دموگرافیک نمونه آماری بحث و نتیجه‌گیری

جدول ۱ توصیف ویژگی‌های جمعیت شناختی نمونه آماری برحسب ویژگی‌های فردی

|     | فراوانی | درصد |       | فراوانی | درصد |
|-----|---------|------|-------|---------|------|
| مرد | ۷۶      | ۲۹/۶ | مجرد  | ۳۸      | ۱۴/۸ |
| زن  | ۱۸۱     | ۷۰/۴ | متأهل | ۲۱۹     | ۸۵/۲ |
| کل  | ۲۵۷     | ۱۰۰  | کل    | ۲۵۷     | ۱۰۰  |

وسط نمره قابل اخذ پرسشنامه (۹۹) است.

فرضیه ۱: مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای می‌توانند تفکر انتقادی دانشجویان را پیش‌بینی کنند.

تحلیل‌های مقدماتی به منظور عدم تخطی از مفروضه‌های بهنجاری، چند هم خطی، تکینی و عدم وجود داده‌های پرت انجام شد. جدول ضرایب رگرسیون هم‌زمان نشان داد که در آن بالاترین مقدار  $VIF=2/459$  است که چند هم خطی را رد می‌کند. آمار باقیمانده بیشینه مقدار فاصله ماهالانویس، عدد  $19/494$  را نشان می‌دهد که کوچک‌تر از مقدار بحرانی ماهالانویس برای ۵ متغیر پیش‌بین ( $20/52$ ) است و در نتیجه داده پرت وجود ندارد؛ بنابراین شرایط مفروضه‌های آزمون رگرسیون هم‌زمان رعایت شده است. جدول آنوا فوق برای رگرسیون هم‌زمان با شرایط  $(5,251)=14/423$ ؛  $P<0/005$ ؛  $F=2R=0/223$  نشان می‌دهد؛ مقدار  $2R=0/124$  به معنی‌دار است؛ به عبارت دیگر  $22/3$  درصد از تفکر انتقادی از طریق خرده مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای تبیین می‌شود.

از جدول ضرایب می‌توان استنباط کرد که خرده مقیاس‌های «درک محتوای پیام» و «نگاه انتقادی» با مقدار  $\beta$  برابر  $0/277$  و  $0/160$  و معناداری  $0/001$  و  $0/008$

سهم یگانه معنادار در تبیین تفکر انتقادی دانشجویان دارند. سایر خرده مؤلفه‌ها سهم یگانه معناداری در این خصوص نداشتند؛ بنابراین فرضیه تأیید می‌شود.

فرضیه ۲: مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای می‌توانند مهارت اجتماعی دانشجویان را پیش‌بینی کنند.

تحلیل‌های مقدماتی به منظور عدم تخطی از مفروضه‌های بهنجاری، چند هم خطی، تکینی و عدم وجود داده‌های پرت انجام شد. ضرایب رگرسیون هم‌زمان را نشان داد که در آن بالاترین مقدار  $VIF=2/549$  است که چند هم خطی را رد می‌کند. جدول فوق با نمایش قسمتی از جدول آمار باقیمانده بیشینه مقدار فاصله ماهالانویس، عدد  $19/494$  را نشان می‌دهد که کوچک‌تر از مقدار بحرانی ماهالانویس برای ۵ متغیر پیش‌بین ( $20/52$ ) است و در نتیجه داده پرت وجود ندارد. بنابراین شرایط مفروضه‌های آزمون رگرسیون هم‌زمان رعایت شده است. رگرسیون هم‌زمان با شرایط  $(5,251)=7/124$ ؛  $P<0/005$ ؛  $F=2R=0/124$  نشان می‌دهد؛ مقدار  $2R=0/124$  به معنی‌دار است. به عبارت دیگر  $12/4$  درصد از مهارت اجتماعی از طریق خرده مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای تبیین می‌شود. از جدول ضرایب می‌توان استنباط کرد که خرده مقیاس «درک محتوای پیام» با

جدول ۳ ضرایب رگرسیون هم‌زمان

| مدل                  | B      | $\beta$ | T      | معناداری | تعیین‌کنندگی انحصاری (PART) | VIF   |
|----------------------|--------|---------|--------|----------|-----------------------------|-------|
| مقدار ثابت           | ۸۶/۹۷۰ |         | ۱۶/۶۹۷ | ۰/۰۰۰۵   |                             |       |
| درک محتوای پیام      | ۰/۷۵۷  | ۰/۲۷۷   | ۳/۲۷۰  | ۰/۰۰۱    | ۰/۱۸۲                       | ۲/۳۱۵ |
| آگاهی از اهداف پنهان | ۰/۲۸۲  | ۰/۱۰۰   | ۱/۱۲۳  | ۰/۲۶۳    | ۰/۰۶۲                       | ۲/۵۴۹ |
| گزینش آگاهانه        | ۰/۲۸۸  | ۰/۰۹۹   | ۱/۳۷۰  | ۰/۱۷۲    | ۰/۰۷۶                       | ۱/۶۷۷ |
| نگاه انتقادی         | ۰/۶۳۰  | ۰/۱۶۰   | ۲/۶۷۶  | ۰/۰۰۸    | ۰/۱۴۹                       | ۱/۱۵۱ |
| تجزیه و تحلیل پیام   | -۰/۰۰۴ | -۰/۰۰۱  | -۰/۰۲۲ | ۰/۹۸۲    | -۰/۰۰۱                      | ۱/۱۳۸ |

جدول ۴ ضرایب رگرسیون هم‌زمان

| مدل                  | B      | $\beta$ | T      | معناداری | تعیین‌کنندگی انحصاری (PART) | VIF   |
|----------------------|--------|---------|--------|----------|-----------------------------|-------|
| مقدار ثابت           | ۵۷/۰۹۸ |         | ۱۲/۹۲۴ | ۰/۰۰۰۵   |                             |       |
| درک محتوای پیام      | ۰/۴۰۲  | ۰/۱۸۴   | ۲/۰۴۹  | ۰/۰۴۲    | ۰/۱۲۱                       | ۲/۳۱۵ |
| آگاهی از اهداف پنهان | -۰/۰۰۵ | -۰/۰۰۲  | -۰/۰۲۴ | ۰/۹۸۱    | -۰/۰۰۱                      | ۲/۵۴۹ |
| گزینش آگاهانه        | ۰/۵۴۰  | ۰/۲۳۲   | ۳/۰۳۳  | ۰/۰۰۳    | ۰/۱۷۹                       | ۱/۶۷۷ |
| نگاه انتقادی         | -۰/۰۸۴ | -۰/۰۲۷  | -۰/۴۱۹ | ۰/۶۷۵    | -۰/۰۲۵                      | ۱/۱۵۱ |
| تجزیه و تحلیل پیام   | ۰/۰۴۶  | ۰/۰۲۰   | ۰/۳۲۰  | ۰/۷۵۰    | ۰/۰۱۹                       | ۱/۱۳۸ |

مقدار  $\beta$  برابر ۰/۱۸۴ و معناداری ۰/۰۴۲ و خرده مقیاس «گزینش آگاهانه» با مقدار  $\beta$  برابر ۰/۲۳۲ و معناداری ۰/۰۰۳ سهم یگانه معنادار در تبیین مهارت اجتماعی دانشجویان دارد. سایر خرده مؤلفه‌ها سهم یگانه معناداری در این خصوص نداشتند؛ بنابراین فرضیه فرعی تأیید می‌شود.

فرضیه ۳: میزان تفکر انتقادی، مهارت‌های اجتماعی و سواد رسانه‌ای در میان دانشجویان دختر و پسر تفاوت معنادار دارد. برای آزمون متغیر تفکر انتقادی با اعلام  $t(255)=1/03$ ؛  $P=0/0303$ ؛ دو دامنه و مهارت اجتماعی با اعلام  $t(255)=0/799$ ؛  $P=0/425$ ؛ دو دامنه و متغیر سواد رسانه‌ای با اعلام  $t(255)=0/447$ ؛  $P=0/655$ ؛ دو دامنه نشان می‌دهد که در هر سه فرض به دلیل بالا بودن مقدار معنی داری رابطه‌ای بین دانشجویان دختر و پسر وجود ندارد.

### نتیجه‌گیری

وجود تفکر انتقادی در استفاده از رسانه‌ها، به علت گستردگی و تنوع سطوح کیفی منابع و همچنین وجود اطلاعات غرض ورزانه، بسیار مؤثر و ضروری است. با توجه به اینکه در حال حاضر خود ناشری باوجود پدیده رایانه، اینترنت، تلویزیون و شبکه‌ی اجتماعی امری مرسوم شده است. این وضعیت باعث شده است تا کاربران پس از دریافت اطلاعات در موضوع مرتبط در استفاده از آن‌ها دچار مشکل شوند. از سوی دیگر، تفکر زمانی انتقادی می‌شود که، فرد از مدارک و شواهد موجود بالاترین درک را داشته باشد و درک کردن، فرد را قادر می‌سازد تا نظرات و معانی مهمی را که ورای هر چیز وجود دارد آشکار سازد. تفکر انتقادی در کنار مهارت اجتماعی از طریق ایجاد روابط معقول میان انسان‌ها و تصمیم‌گیری بر اساس تحلیل عناصر یک موقعیت و تفکیک عناصر مطلوب

از نامطلوب، زندگی توأم با آرامش را به ارمغان می‌آورد.

فرضیه اصلی این پژوهش این بود که سطح سواد رسانه‌ای با میزان مهارت اجتماعی و تفکر انتقادی دانشجویان رابطه معنادار دارد. برای آزمون این فرضیه از ۲ آزمون همبستگی پیرسون استفاده شد. نتیجه این آزمون‌ها نشان داد که هر دو متغیر مهارت اجتماعی و تفکر انتقادی باسواد رسانه رابطه معنادار دارند. بنابراین این فرضیه موردقبول واقع شده است. نتیجه پژوهش‌های زیر از وجهه داشتن رابطه سواد رسانه‌ای با تفکر انتقادی همسو است. نصیری و بخشی (۱۳۹۱) و قادیان و انارمرزی (۱۳۹۸) در پژوهش خود دریافتند که افزایش سواد رسانه‌ای بر تقویت دیدگاه انتقادی اثر دارد. حاجی‌زاده و حاجی‌زاده‌شبابی (۱۳۹۶) نیز در پژوهش خود دریافتند که تفکر انتقادی ابزاری توانمند برای تشخیص پیام درست از نادرست است که این نتیجه همان نتیجه بهره‌گیری از سواد رسانه‌ای است. عبدلی سلطان‌احمد و همکاران (۱۳۹۷) همچنین فرقانی و خدامرادی (۱۳۹۸) اذعان داشتند که آموزش سواد رسانه‌ای توانایی افزایش تفکر انتقادی دانش‌آموزان در برخورد با پیام رسانه‌ای را دارد. لذا از دیدگاه آنان سواد رسانه‌ای بر تفکر انتقادی دانش‌آموزان مؤثر است. در خصوص این همسویی می‌توان بیان داشت که سواد رسانه‌ای بدون تفکر انتقادی معنا و مفهومی نمی‌تواند داشته باشد و این تفکر انتقادی است که فرآیند استقلال‌گونه‌ای را برای افراد فراهم می‌آورد و آنان را پویا و قدرتمند در برابر حجم تولیدات رسانه‌ای قرار می‌دهد تا بتوانند پیام و مفاهیم درست و نادرست را از یکدیگر تشخیص دهند.

از سوی دیگر پژوهش‌های زیر تا حدودی با این موضوع که سواد رسانه با مهارت‌های اجتماعی ارتباط دارد؛ همسو هستند. قادیان و انارمرزی (۱۳۹۸) دریافتند که آموزش شبکه‌های اجتماعی و سواد رسانه‌ای می‌تواند بر مهارت‌های

خروجی آزمون تی و اتای محاسبه شده برحسب وضعیت جنسیت

| متغیر         | جنسیت | تعداد افراد | میانگین | انحراف معیار | درجه آزادی | معنی داری | t     | مجذور اتا |
|---------------|-------|-------------|---------|--------------|------------|-----------|-------|-----------|
| تفکر انتقادی  | زن    | ۱۸۱         | ۱۲۳/۶۳  | ۱۲/۲۲        | ۲۵۵        | ۰/۳۰۳     | ۱/۰۳۱ | ۰/۰۰۴۱    |
|               | مرد   | ۷۶          | ۱۲۱/۸۴  | ۱۳/۸۵        |            |           |       |           |
| مهارت اجتماعی | زن    | ۱۸۱         | ۷۵/۶۶   | ۱۰/۱۸        | ۲۵۵        | ۰/۷۹۹     | ۰/۲۵۵ | ۰/۰۰۰۲    |
|               | مرد   | ۷۶          | ۷۵/۳۰   | ۱۰/۱۹۵       |            |           |       |           |
| سواد رسانه‌ای | زن    | ۱۸۱         | ۹۳/۸۶   | ۱۳/۵۴        | ۲۵۵        | ۰/۶۵۵     | ۰/۴۴۷ | ۰/۰۰۰۸    |
|               | مرد   | ۷۶          | ۹۳/۰۲۶  | ۱۳/۹۸        |            |           |       |           |

زندگی و نحوه تعامل با دیگران اثر بگذارد.

این فرضیه که مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای می‌توانند تفکر انتقادی را در دانشجویان پیش‌بینی کند، با آزمون رگرسیون هم‌زمان موردسنجش قرار گرفت و به تأیید رسید و این نتیجه حاصل شد که مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای، تفکر انتقادی را پیش‌بینی می‌کنند و خرده مقیاس‌های «درک محتوای پیام» و «نگاه انتقادی» سهم یگانه معنادار در این خصوص ایفا می‌کنند. برای این یافته پژوهش مشابه در رابطه کل مقیاس سواد رسانه‌ای بحث شد اما در خصوص اثر خرده‌مقیاس‌ها پژوهش مشابهی یافت نشد. در بیان اخذ این نتیجه می‌توان بیان داشت که یک دلیل حصول این نتیجه، تشابه فراوان خرده مقیاس «نگاه انتقادی» با تفکر انتقادی است که از لحاظ آماری کمک شایانی به معناداری فرضیه نموده است؛ اما در خصوص «درک محتوای پیام» هم می‌توان گفت که به این معیار به میزان خلأقت فرد مرتبط است که این خود از خرده مقیاس‌های تفکر انتقادی می‌باشد و همچنین تفکر انتقادی و درک محتوای پیام هر دو یک توانایی ذهنی و البته قابل تقویت به حساب می‌آید. در فرضیه دیگر تحقیق، که در میزان سواد رسانه‌ای تفاوتی برحسب جنسیت در میان دانشجویان وجود دارد، توسط آزمون تی مستقل موردبررسی قرار گرفت و این فرضیه رد شد. لذا حاصل این‌گونه به دست آمد که تفاوتی در میان دانشجویان دختر و پسر در میزان سواد رسانه‌ای وجود ندارد. این نتیجه با نتیجه پژوهش‌های بنی‌هاشم و همکاران

(۱۳۹۶) و اشرفی‌ریزی و همکاران (۱۳۹۳) همسو است. آنان نیز دریافته‌های پژوهشی خود به این نتیجه رسیدند که زنان و مردان تفاوت معناداری درخصوص میزان سواد رسانه‌ای ندارند. درباره این همسویی می‌توان گفت امروزه آموزش‌های سواد رسانه‌ای در دوران تحصیل بین دختران و پسران تقریباً مانند یکدیگر صورت می‌گیرد است و این خود باعث عدم تفاوت معنادار در ارزیابی میزان سواد رسانه‌ای در بقیه مراحل سنی و تحصیلی می‌گردد.

داشتن سواد رسانه‌ای شرايطی را فراهم می‌کند تا انسان به‌صورت انتقادی پیام‌ها را تحلیل کند و بتواند هدف و دیدگاه پیام فرستنده را بشناسد. سواد رسانه‌ای این امکان را به مخاطبان رسانه می‌دهد تا موجب افزایش آگاهی آن‌ها به چارچوب‌های شناختی و انتقادی شود و نگاه نقادانه‌ای به رسانه‌ها و اخبار اطلاعات منتشرشده از سوی آن‌ها داشته باشد؛ به عبارت دیگر سواد رسانه‌ای را می‌توان قدرت مخاطب در تجزیه و تحلیل پیام‌های رسانه‌های مختلف همراه با نگاه انتقادی به محتوای آن‌ها دانست. سواد رسانه، راهی برای کاربران در شبکه‌های اجتماعی میسر می‌سازد تا حقیقت را در میان درهم‌آمیختگی حوادث و اطلاعات جستجو کنند و به هدفشان که رسیدن به کامل‌ترین درک ممکن است دست یابند. همچنین سواد رسانه‌ای با استفاده از دو بازوی درک محتوای پیام و گزینش آگاهانه به مهارت‌های اجتماعی افراد می‌افزاید و می‌تواند کمک شایانی به زندگی آنان در جامعه نماید.

## پی‌نوشت‌ها

- |               |                        |                     |            |
|---------------|------------------------|---------------------|------------|
| 1. Potter     | 5. Andolina            | 9. Ackerman         | 13. Matson |
| 2. Buckingham | 6. Alfaro              | 10. Greene and etal |            |
| 3. Simpson    | 7. Norman, E. & Furnes | 11. Lee & So        |            |
| 4. Kylie      | 8. Laterman            | 12. Ritex           |            |

## منابع

- ابراهیم پور، داود، و حبیب زاده، اصحاب. (۱۴۰۰). تبیین جامعه‌پذیری سیاسی دانشجویان با تأکید بر سواد رسانه‌ای. بصیرت و تربیت اسلامی، ۱۸ (۵۶)، ۰-۰.
- انتخابی، امیر، شهرود و رجبی، سید مسعود (۱۳۸۷)، بررسی و تحلیل سطوح مختلف سواد رسانه‌ای، پژوهشنامه سواد رسانه‌ای، ۴۵ (۲۲)، ۵۷-۸۳
- ادهکی صیاد محله. حدیثه و دهقانی. مرضیه (۱۳۹۴) واکاوی سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی. دومین همایش بین‌المللی مدیریت و فرهنگ توسعه. موسسه سفیران فرهنگی مبین. تهران.
- ایزدی. پیروز. (۱۳۹۰) رویکردهای سواد رسانه‌ای. فصلنامه پژوهش و سنجش.
- باکینگهام، دیوید. (۱۳۸۹). آموزش رسانه‌ای (ترجمه حسین سرفراز). تهران: دانشگاه امام صادق (ع).
- بصیریان جهرمی، حسین و بصیریان جهرمی، رضا (۱۳۸۵). درآمدی به سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی. فصلنامه رسانه، شماره ۶۸، ص ۳۴.
- پاتر، جیمز (۱۳۹۱)، نظریه سواد رسانه‌ای با رویکرد

- شناختی، ترجمه ناصر اسدی و دیگران، تهران: انتشارات سیمای شرق.
- تقی زاده، عباس، (۱۳۹۶)، اثربخشی آموزش سواد رسانه‌ای بر دانش‌آموزان در شهر کرمان. فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی. ۴ (پیاپی ۹۲).
- پونکی، الهام و اسمعیلی. محمد رضا و فهیم نیا. فاطمه (۱۳۹۵)، بررسی رابطه سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی دانشجویان علوم ارتباطات و علم اطلاعات و دانش‌شناسی. فصلنامه علمی پژوهشی پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران.
- سلیمانی، منصور (۱۳۹۰). آموزش مهارت‌های اجتماعی رویکردی نو، شماره ۴.
- شکر خواه. یونس (۱۳۷۹)، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، تهران.
- شکر خواه. یونس (۱۳۸۵)، سواد رسانه‌ای یک مقاله عقیده‌ای، فصلنامه رسانه؛ ۱۷ (۴۷)
- رضازاده، حمیدرضا (۱۳۷۵). روابط عمومی و مهارت‌های اجتماعی. هنر هشتم، شماره اول.
- رضوی، سید علی محمد؛ نعمتی فر، نصرت اله (۱۳۹۷). مهارت‌های شناختی تفکر انتقادی در کاربران شبکه‌های اجتماعی (مورد مطالعه شبکه اجتماعی تلگرام). مطالعات رسانه‌ای ۱۳ (۱) (پیاپی ۴۰)
- عاملی، سعید رضا؛ محسنی آهویی، ابراهیم (۱۳۹۸). اینترنت و سواد مجازی. تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- فراهانی. مژگان. (۱۳۹۳) درس سواد رسانه‌ای: گزارشی از اجرای آزمایشی آموزش سواد رسانه‌ای، مجله رشد آموزش علوم اجتماعی؛ ۱۶ (۴)
- قادیان انارمرزی، فاطمه (۱۳۹۸). نقش سواد رسانه بر
- سواد زنان در استفاده از فضای مجازی مطالعه موردی: زنان شهرستان محمودآباد استان مازندران. فصلنامه علمی تخصصی مطالعات کاربردی در علوم اجتماعی و جامعه‌شناسی. سال دوم، شماره ۲ (پیاپی: ۵).
- قادری. مطلب، رابطه سواد رسانه‌ای با میزان مهارت تفکر انتقادی (تفسیر، استنباط و ارزشیابی) در مدیران سازمان‌های شهرستان بانه. اولین کنفرانس بین‌المللی حماسه سیاسی، ۱۳۹۲.
- کارتلج، گندلین و میلبرن، جوآن (۱۹۸۵) آموزش مهارت‌های اجتماعی به کودکان، ترجمه محمدحسین نظری نژاد (۱۳۷۵)، مشهد: انتشارات آستان قدس رضوی.
- کرمانشاهی. فاطمه و عزالدین. فریبا و بدلی. مهدی (۱۳۹۴)، بررسی اثربخشی سواد رسانه‌ای بر مهارت‌های تفکر انتقادی دانش‌آموزان. فصلنامه علمی پژوهشی پژوهشنامه تربیتی. ۱۱ (۴۵).
- نژاد ایرانی، فرهاد (۱۳۹۶). بررسی رابطه تفکر انتقادی پزشکان با سطح رضایتمندی بیماران در مرکز آموزشی درمانی سینای تبریز. راهبردهای آموزش (راهبردهای آموزش در علوم پزشکی) ۱۰ (۱)
- متسون جانی و اولندلیگ توماس (۱۹۸۸) بهبود بخشی مهارت‌های اجتماعی کودکان ارزیابی و آموزش ترجمه احمد به پژوه اطلاعات تهران ۱۳۸۴.
- نوحی، عصمت، صالحی، سحر، سبزواری، سکینه (۱۳۹۳) رابطه تفکر انتقادی با سؤال‌های یادگیری در دانشجویان تحصیلات تکمیلی پرستاری. مجله گام‌های توسعه در آموزش پزشکی، ۱۷۹ (۲) ۱۱.
- هارجی، اون؛ ساندرز، کریستین و دیکسون، دیوید (۱۹۹۴)، مهارت‌های اجتماعی در ارتباطات میان فردی، ترجمه خشایار بیگی و مهرداد فیروزبخت (۱۳۷۷)، تهران: انتشارات رشد.

- Wilson. C. Media and information literacy: Pedagogy and possibilities. Comunicar, 2012; 20 (39):15-22

- Alfaro-Lefevre. R. critical thinking and clinical judgment. a practical approach to outcome-focused thinking, Sanders Elsevier Inc, 4th Edition, 2009; 14

- Greene. K & Yanovitzky. I & Carpenter. A & Banerjee. S & Magsamen-Conrad. K & Hecht. M & Elek. E. A Theory-Grounded Measure of Adolescents' Response to Media Literacy Interventions. Journal

of Media Literacy Education, 2015; 2(2): 32-41.

- Lee. A.Y.L & C.Y.K. So. Media literacy and information literacy: Similarities and differences. Media Education Research Journal, 2013; XXI (42): 137 – 145.

- Norman. E & Furnes. B. The relationship between metacognitive experiences and learning: Is there a difference between digital and non-digital study media?. Computers in Human Behavior, 2016; (24):301-301