

بررسی مقایسه‌ای سواد رسانه‌ای دانش‌آموزان و والدین آنها بر اساس طبقه‌بندی پاتر (مورد مطالعه: شهر اردبیل)

زهرا محمدی^۱، علی جعفری^{۲*}

فناوری آموزش و یادگیری

سال چهارم، شماره ۱۴، بهار ۹۷، ص ۱ تا ۲۱

تاریخ دریافت: ۹۸/۰۳/۲۰

تاریخ پذیرش: ۹۹/۰۲/۲۳

چکیده

هدف از تحقیق حاضر مقایسه سواد رسانه‌ای دانش‌آموزان دختر دوره دوم متوسطه و والدین آنها با توجه به طبقه‌بندی سواد رسانه‌ای از دیدگاه پاتر (مورد مطالعه: شهر اردبیل) بود. روش تحقیق از لحاظ هدف از نوع کاربردی و از لحاظ شیوه گردآوری اطلاعات از نوع پیمایشی بود. جامعه آماری این پژوهش شامل دو گروه بود. گروه نخست دانش‌آموزان دختر دوره دوم متوسطه شهر اردبیل که تعداد آنها ۱۹۳۹۱ نفر بود و گروه دوم والدین (پدر و مادر) آنها بودند که جمعیتی حدود ۳۸۷۸۲ نفر را شامل شدند. در تحقیق حاضر برای به دست آوردن حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده گردید و در نهایت ۴۰۰ نفر به عنوان حجم نمونه انتخاب شد. برای تحلیل فرضیات از آزمون t استفاده شده است. نتایج نشان می‌دهد بین دانش‌آموزان و والدین آنها در ابعاد شناختی، احساسی، اخلاقی و زیبایی‌شناختی سواد رسانه‌ای تفاوت معنی‌داری وجود دارد و والدین از نظر سواد رسانه‌ای در وضعیت بهتری نسبت به دانش‌آموزان قرار دارند لذا پیشنهاد می‌شود که: امکانات در خصوص آموزش‌های سواد رسانه‌ای در مدارس ارتقا یافته، انجمن‌های اولیا و مربیان در زمینه آگاهی بخشی درباره آسیب‌های نوپدید فضای مجازی فعال گردد و ارتقای آگاهی نسبت به محتوای رسانه‌ها از طریق رسانه‌ها، مربیان و اولیا صورت گیرد.

واژه‌های کلیدی: دانش‌آموزان، رسانه، سواد رسانه‌ای، والدین

۱. دانشجوی دکتری علوم ارتباطات، واحد اردبیل، دانشگاه آزاد اسلامی، اردبیل، ایران.

۲. * استادیار گروه علوم ارتباطات، واحد اردبیل، دانشگاه آزاد اسلامی، اردبیل، ایران.

مقدمه

در دنیای امروز، رسانه‌ها یکی از اجزای اصلی جوامع بشری هستند؛ از این جهت، سواد رسانه‌ای به معنای تحقیق، تحلیل، آموزش آگاهی از تأثیرات رسانه‌ها از جمله رادیو، تلویزیون، فیلم و سینما، موسیقی، نشریات ادواری، اینترنت، بر افراد و جوامع است (بصیریان، ۱۳۸۵).

سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی به‌عنوان یک مفهوم جدید مطرح شده از طرف یونسکو، کاربران را قادر می‌سازد تا در هنگام استفاده از اطلاعات و رسانه‌ها قضاوت و تفسیر درست داشته باشند و در خلق و تولید اطلاعات حق مؤلف را نیز رعایت کنند.

تا فلر^۱ آینده‌شناس معروف آمریکایی در دهه ۱۹۸۰ پیش‌بینی کرده بود که عصر فردا را گستره‌ای از فرستنده‌ها، رسانه‌ها، پیام‌گیران و پیام‌سازان شکل می‌دهند و شیوه‌های تبادل اطلاعات، محور مانور آینده را شکل خواهند داد. در حال حاضر بخشی از این پیش‌بینی تحقق یافته و بخشی دیگر در راه است. حال نسل امروز و فردا برای جذب فرصت‌ها و دفع تهدیدهای ناشی از این پدیده به این درک نیاز خواهند داشت که رسانه‌های جمعی چگونه بر جامعه تأثیر می‌گذارند. مسلماً آن کسی که توانایی دسترسی، ارزیابی و تحلیل انتقادی پیام‌های ارتباطی (سواد رسانه‌ای) را داشته باشد، بهتر می‌تواند به این درک برسد. درکی که تنها از رهگذر تکامل سواد رسانه‌ای تحقق می‌پذیرد. زیرا 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. با وجودی که سواد رسانه‌ای پرسش‌های انتقادی را در خصوص تأثیرات رسانه‌ها پدید آورده هدف اصلی آن، این است که مخاطبان رسانه‌ها را در برابر آثار سوء رسانه‌ای محافظت نموده و آنان را در کنترل آنچه می‌بینند، می‌شنوند و می‌خوانند توانمند سازد (بیچرانلو و همکاران، ۱۳۹۰).

امروزه درجه نفوذ رسانه‌ها در جوامع و شکل‌دهی روابط در آن‌ها به حدی است که سواد رسانه‌ای را به امری اجتناب‌ناپذیر تبدیل کرده است از این رو در برخی از کشورها سواد رسانه‌ای آن قدر اهمیت داشت که آن را به‌عنوان یک ماده درسی در میان مواد درسی

دوره‌های تحصیلی راهنمایی تا مقطع دیپلم به رسمیت شناختند و حتی آن را برای سنین بزرگ‌سال و مقاطع تحصیلی بالاتر نیز طراحی کردند. به عبارت بهتر لزوم فراگیری سواد رسانه‌ای در دنیایی که رسانه‌ها از جهات مختلف آن را شکل داده در آن رسوخ کرده امری ضروری به نظر می‌رسد.

نتایج مطالعات نشان می‌دهد که سطح سواد رسانه‌ای در بین اقشار مختلف در یک سطح نبوده و گاهی متفاوت است (چشمه سهرابی و شاهین، ۱۳۹۱)؛ و همچنین بیشترین میزان توجه در اسناد وزارت آموزش و پرورش، از میان مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای، تنها معطوف به مؤلفه استفاده و درک انتقادی بوده و برای ارتقای مؤلفه توانایی ارتباطی، هیچ سیاستی تدوین نیافته است؛ در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، سیاست‌های سواد رسانه‌ای به رسانه‌های دیجیتال محدود بوده و دیگر رسانه‌ها از جمله رسانه‌های چاپی و الکترونیکی مورد توجه قرار نگرفته است (باهنر و چابکی، ۱۳۹۳). علاوه بر این همچنین بین میزان سواد رسانه‌ای و متغیرهای جنسیت، رشته تحصیلی و پایگاه اقتصادی-اجتماعی رابطه معنادار، برقرار است (تقی زاده و افخمی، ۱۳۹۲).

دختران دوره دوم متوسطه (دبیرستانی) با توجه به شرایط خاص سنی جز آسیب‌پذیرترین اقشار جامعه در برابر تهاجم رسانه‌ای هستند. به نظر می‌رسد این روند در دوران ورود به دانشگاه با ورود به محیط جدید بهتر می‌شود و از آسیب‌پذیری آن‌ها کاسته می‌شود. به هر حال سواد رسانه‌ای مادرهای آینده می‌تواند نقش مهمی در چگونگی آینده کشور و نسل بعدی ایفا کند و از سویی والدین می‌توانند بر سواد رسانه‌ای آن‌ها تأثیرگذار باشند.

از آنجایی که رسانه‌ها، منابع اطلاعاتی بی‌شماری را عرضه می‌کنند و با توجه به قدرت عظیم رسانه‌ها و نقش روزافزونی که در شکل‌دهی و انتقال ارزش‌ها دارند، افزایش میزان استفاده از رسانه‌ها بدون برخورد آگاهانه با آن‌ها ممکن است توان ما را از حالت مشارکت‌کننده فعال به صورت انفعالی و بی‌حرکت در مقابل پیام‌های رسانه‌ای درآورد؛ بنابراین مسئله مهارت‌های پردازش اطلاعات و مهارت‌های برتری در دانش امری اساسی خواهد بود (نصیری، ۱۳۸۳).

در حال حاضر سواد رسانه‌ای مهارتی لازم و ضروری به نظر می‌رسد که می‌تواند اثرهای رسانه‌ها را تعدیل کند و به مخاطبان این امکان را بدهد که با آگاهی کامل، پیام‌های رسانه‌ای را پردازش کنند؛ بنابراین هدف اصلی تحقیق حاضر بررسی مقایسه‌ای سطح سواد رسانه‌ای دانش‌آموزان دختر دوره دوم متوسطه شهر اردبیل در مقایسه با والدین آنها است.

تقی زاده و افخمی (۱۳۹۲) مطالعه‌ای تحت عنوان بررسی مقایسه‌ای سواد رسانه‌ای دانش‌آموزان (مطالعه موردی: دانش‌آموزان دختر و پسر سال چهارم دبیرستان‌های شهر کرمان) انجام داده‌اند. یافته‌های تحقیق نشان داد که سطح سواد رسانه‌ای دانش‌آموزان پسر از دانش‌آموزان دختر در دبیرستان‌های این شهر بالاتر است. این مطالعه همچنین نشان داد که به‌طور کلی سواد رسانه‌ای دانش‌آموزان سال چهارم متوسطه به‌عنوان خروجی‌های انسانی آموزش و پرورش، در سطح متوسط قرار دارد.

سلیمان و همکاران (۱۳۹۲) مطالعه‌ای تحت عنوان ارزیابی سواد رسانه‌ای دانشجویان و دانش‌آموزان شهر تهران انجام داده‌اند. بر اساس نتایج به دلیل ضعف بعد ادراکی سواد رسانه‌ای دانشجویان و دانش‌آموزان تهرانی، آنها قادر به انتخاب آگاهانه از میان فرستنده‌های متعدد، عمل مستقل و کنترل در مرحله مصرف نیستند و نیازمند آموزش هستند تا به ابزار تحلیل و ارزیابی تولیدات رسانه‌ای مجهز شوند. همچنین دانش‌آموزان سواد رسانه‌ای و درک دانش موجود در رسانه‌ها را معادل «توسعه سواد سنتی» می‌دانند و دانشجویان آن را معادل «آموزشی که فرد را قادر به درک نحوه کار با رسانه‌ها» می‌کند و نیز «معنی‌سازی» دانسته‌اند. نتایج نشان می‌دهند.

اشرفی و همکاران (۱۳۹۳) مطالعه‌ای تحت عنوان میزان سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی در بین دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی اصفهان بر اساس شاخص‌های سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی یونسکو انجام داده است. یافته‌ها نشان داد میانگین سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی دانشجویان $3/86 \pm 0/338$ است که بالاتر از حد متوسط و نسبتاً مطلوب است.

چشمه سهرابی و شاهین (۱۳۹۱) مطالعه‌ای تحت عنوان مطالعه مقایسه‌ای سواد رسانه‌ای در بین دانشجویان دانشگاه تهران و دانشگاه علوم پزشکی تهران انجام داده‌اند. یافته‌های

پژوهش حاکی از آن بود که سطح سواد رسانه‌ای در بین دانشجویان دو دانشگاه در یک سطح و در سطح بالاتر از متوسط و مطلوب است.

شجاعی و امیرپور (۱۳۹۱) مطالعه‌ای تحت عنوان بررسی وضعیت سواد رسانه‌ای دانشجویان خراسان شمالی در جامعه اطلاعاتی انجام داده‌اند. نتایج ضریب همبستگی اسپیرمن نشان می‌دهد که بین میزان استفاده از رسانه، سرمایه فرهنگی و تحصیلات والدین با میزان سواد رسانه‌ای دانشجویان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. آزمون تفاوت میانگین‌ها نشان داد که بین جنس، وضعیت تأهل، سن، میزان درآمد خانوادگی با میزان سواد رسانه‌ای دانشجویان تفاوت معناداری وجود ندارد اما تفاوت میانگین سواد رسانه‌ای در بین گروه‌های تحصیلی معنادار است و بر اساس یافته‌های تحقیق دانشجویان خراسان شمالی از لحاظ سطح سواد رسانه‌ای در حد متوسطی می‌باشند.

سلطانی فر (۱۳۸۷) مطالعه‌ای تحت عنوان تحلیل وضعیت سواد اینترنتی دانش‌آموزان سال سوم دبیرستان شهر تهران ۱۳۸۶ - ۱۳۸۵ در مقایسه با مربیان و والدین آنها انجام داده است. در نتایج این مطالعه آمده است که در توانایی استفاده از اینترنت میان دانش‌آموزان، مربیان و والدین آنها تفاوت معنادار وجود دارد و میزان استفاده دانش‌آموزان از اینترنت بیشتر از مربیان و والدین آنهاست.

پیسینکا، باستررتکسی و جیمنز^۱ (۲۰۱۱) پژوهشی تحت عنوان «گزارشی در رابطه با وضعیت سواد رسانه‌ای در بین دانشجویان مدرسه باسک» انجام دادند. یافته‌ها نشان داد نظام آموزشی، آموزش سواد رسانه‌ای را در اولویت برنامه‌های آموزشی خود قرار نداده است. در ضمن استفاده از معلمان جوان‌تر تأثیر بیشتری بر مهارت‌های دیجیتال دانش‌آموزان داشته است.

شاهین^۲ (۲۰۰۲) تحقیقی با عنوان درک سواد رسانه‌ای: تحلیل عمیق درک مربیان سواد رسانه‌ای و تدریس سواد رسانه‌ای در دانشگاه ایالتی نیومکزیکو به منظور اخذ مدرک دکتری انجام داده است. اخیراً، مدارس تلاش‌هایی برای به کارگیری سواد رسانه‌ای در برنامه تحصیلی

1. Piscinca, Basterretxe & Jimenez
2. Sahin

انجام داده‌اند. نتایج نشان دادند که: (۱) دسترسی به‌عنوان بخشی از درس سواد رسانه‌ای تدریس نشده بود ولی بخشی از واحدهای ترکیبی بود. (۲) تحلیل ولو اینکه با محوریت مهارت-تمرین باشد، فعالیت اصلی در این درس بود. (۳) ارزیابی حوزه‌ای بود که در اکثر فعالیت‌های سواد رسانه‌ای مایه ناراحتی بود. (۴) از تولید سه برداشت متفاوت وجود داشت. محقق نتیجه می‌گیرد که دیدگاه حمایت‌گرا چنانچه در گذشته وجود داشت، در بین معلمان رواج ندارد. باین‌حال، نتایج گونه‌ای جدید از دیدگاه حمایت‌گرا را آشکار ساخت به عبارتی الگوی فیلتر سواد رسانه‌ای؛ وقتی برخی معلمان در تلاش برای تضمین موقعیت خود حالت احساس راحتی در تولید رسانه‌ای یا جلوگیری از صدای ناب دانش‌آموزان را اختیار کردند، منطق نظارتی موردانتقاد قرار گرفت. این مطالعه اعلام می‌کند، اصول سواد رسانه‌ای کنش محور را، سازمان فعالیت‌های تعلیمی، دریافت مربیان از تولید رسانه‌ای، دیدگاه مربیان نسبت به اجتماع به‌عنوان رشته‌ای از مشارکت دموکراتیک، نحوه در موقعیت قرار دادن دانش‌آموزان به‌عنوان سوژه‌های متفکر از سوی مربیان، سوژه تدریس مربیان و سطح تدریس بمانند تجارب مربیان با رسانه‌ها و سواد رسانه‌ای، تشکیل دهد.

تیلور^۱ (۲۰۰۲) تحقیقی با عنوان سواد رسانه‌ای: تحلیل برنامه تحصیلی سواد رسانه‌ای در اونتاریو (کانادا)، نیوسوس ولز (استرالیا) و انگلیس در سال ۲۰۰۲ و در دانشگاه سی سی پی ارائه داده است. هدف این رساله بررسی این موضوع است که چطور این سه کشور پیشرو در عرصه سواد رسانه‌ای (استرالیا، کانادا و انگلیس)، بحث سواد رسانه‌ای را در برنامه درسی دوران تحصیلی قبل از دانشگاه گنجانده‌اند. نتایج نشان داد درحالی که سواد رسانه‌ای بخشی اجباری در برنامه تحصیلی این سه کشور است، در اجرای سواد رسانه‌ای دیدگاه‌های متفاوتی اخذ شده است. انسجامی آشکار در برنامه سواد رسانه‌ای هر کشور وجود دارد که در برنامه درسی زبان یا زبان انگلیسی ادغام شده است. در خاص بودن مهارت‌های سواد رسانه‌ای که در مستندات آموزشی گنجانده شده و اینکه سواد رسانه‌ای بخشی مجزا

در بطن مطالعه زبان انگلیسی دارد یا خیر، تمایزاتی را می‌توان مشاهده کرد. این تحلیل در کی واضح‌تر از چگونگی تحقق سواد رسانه‌ای در این سه کشور فراهم آورد. کارولان^۱ (۲۰۰۵) تحقیقی با عنوان توسعه نظریه انتقادی رسانه: مطالعه موردی کلاس‌های مدارس ابتدایی در دانشگاه کالگاری واقع در آلبرتا در آگوست سال ۲۰۰۵ جهت اخذ مدرک کارشناسی ارشد انجام شده است. نتایج نشان داد که در شهر آلبرتا، معلمان به سواد رسانه‌ای انتقادی علاقه‌مند بودند و برنامه‌هایشان را جهت کمک به فهم، تفسیر، خلق و طرح سؤال کودکان درباره جریان پیوسته پیام‌های چندرسانه‌ای که تمامی روزهای زندگی آن‌ها را اشباع کرده، انجام می‌دادند. در آلبرتا، برنامه مطالعاتی که تمامی معلمان بایستی آن را دنبال می‌کردند، شامل منابع بی‌شماری درباره متون رسانه‌ای بود، اما خیلی توضیح درباره چگونگی یافتن، استفاده، خلق یا نقد آن‌ها ارائه نمی‌کرد.

در مطالعه‌ای که هابز و فارست در سال ۲۰۰۳ انجام دادند، یافتند که برنامه‌های آموزشی سواد رسانه‌ای تجربی می‌توانند مهارت‌های سواد سنتی را افزایش دهند و به اهداف آموزشی سنتی دست یابند. در این تحقیق نویسندگان یافتند که دانش‌آموزان گروه سواد رسانه‌ای مورد بررسی از گروه کنترل در درک خواندن مطلب و درک دیداری و نیز فهم پاراگراف‌های بلند امتیاز بیشتری گرفتند و اشتباه هجی کردن کمتری در مهارت‌های نوشتاری بسیار پیشرفته در گروه مورد بررسی دیده شد. پاسخ‌های بررسی کمی نشان دادند که کمبود منابع رایج‌ترین دلیل معلمان جهت اجتناب از استفاده محتوای رسانه‌ای در کلاس‌های درس است. در بررسی کیفی، پاسخ‌هایی که به سؤال باز داده شده بود نشان داد که بسیاری از معلمان احساس می‌کردند آموزش آن‌ها برای استفاده فناوری در کلاس‌ها کافی نیست. به همین دلیل، مدارس بایستی دوره‌های آموزشی برای معلمان درباره منابع فناوری‌های موجود در مدارس آن‌ها مهیا کنند. سرانجام ایجاد یک فناوری در دسترس در هر مدرسه می‌تواند توسعه پایدار منابع رسانه‌ای را تسهیل کند (وود^۲، ۲۰۰۹).

فرضیه‌های پژوهش از قرار زیر است:

1. Carolan
2. Wood

- بین دانش آموزان دختر دوره دوم شهر اردبیل و والدین آنها از نظر سواد رسانه‌ای تفاوت معنی دار وجود دارد.
- بین دانش آموزان دختر دوره دوم شهر اردبیل و والدین آنها از نظر بعد شناختی سواد رسانه‌ای تفاوت معنی دار وجود دارد.
- بین دانش آموزان دختر دوره دوم شهر اردبیل و والدین آنها از نظر بعد احساسی سواد رسانه‌ای تفاوت معنی دار وجود دارد.
- بین دانش آموزان دختر دوره دوم شهر اردبیل و والدین آنها از نظر بعد اخلاقی سواد رسانه‌ای تفاوت معنی دار وجود دارد.
- بین دانش آموزان دختر دوره دوم شهر اردبیل و والدین آنها از نظر بعد زیباشناختی سواد رسانه‌ای تفاوت معنی دار وجود دارد.
- بین سواد رسانه‌ای دانش آموزان دختر دوره دوم شهر اردبیل و والدین آنها با توجه به سن تفاوت معنی دار وجود دارد.
- بین سواد رسانه‌ای دانش آموزان دختر دوره دوم شهر اردبیل و والدین آنها با توجه به تحصیلات تفاوت معنی دار وجود دارد.
- بین سواد رسانه‌ای دانش آموزان دختر دوره دوم شهر اردبیل و والدین آنها با توجه به پایگاه اجتماعی تفاوت معنی دار وجود دارد.
- چارچوب نظری این مطالعه بر اساس نظریه سواد رسانه‌ای جیمز پاتر^۱ شکل گرفته است. از نظر پاتر، ابعادی سواد رسانه‌ای نقش مهمی در درک اهداف رسانه توسط مخاطبان بازی می‌کند. سواد رسانه‌ای الگویی چندعاملی است و «ساختارهای دانش»، «منبع شخصی»، «وظایف پردازش» و «مهارت‌ها و توانایی‌ها» عامل‌های مدل سواد رسانه‌ای هستند (کاووسی، ۱۳۸۵ نقل از پاتر، ۱۹۹۸) که دائماً یکدیگر را پشتیبانی می‌کنند. چهار بعد مدنظر پاتر عبارت‌اند از:

الف) بعد ادراکی: این بعد از سواد رسانه‌ای مربوط به دانش و اطلاعات قبلی مخاطبان نسبت به محتوای پیامی است که از یک رسانه خاص انتقال داده می‌شود. این اطلاعات در مغز مستقر هستند.

ب) بعد احساسی: به میزان پیامدهای احساسی مثبت یا منفی گفته می‌شود که مخاطبان نسبت به محتوای پیام رسانه‌ای خاصی قائل می‌باشند. احساساتی همچون عشق، نفرت، خشم، شادی و ناامیدی، سردرگمی، تردید و دودلی؛

ج) بعد زیبایی‌شناسی: این بعد از سواد رسانه‌ای حاوی اطلاعاتی درباره روش و چگونگی تولید پیام است. این اطلاعات بنیانی، زمینه لازم را برای مخاطبان به‌منظور قضاوت در مورد نویسندگان، بازیگران، طراحان، نوازندگان، نورپردازان و ... بسته به اینکه پیام از چه رسانه‌ای انتقال داده می‌شود، فراهم می‌کند.

د) بعد اخلاقی: این بعد از سواد رسانه‌ای با ارزش‌های مخاطبان سروکار دارد و به تقویت آن می‌پردازد (کاوسی، ۱۳۸۵).

روش

این پژوهش برحسب اهدافی که دنبال می‌کند، از نوع کاربردی است و از نظر ماهیت و روش گردآوری داده‌ها و پاسخ به سؤالات مربوط، این پژوهش از نوع همبستگی و پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش، دو گروه دارد: گروه نخست دانش‌آموزان دختر دوره دوم متوسطه شهر اردبیل است که تعداد آن‌ها ۱۹۳۹۱ نفر است و گروه دوم والدین (پدر و مادر) آن‌ها می‌باشند که جمعیتی حدود ۳۸۷۸۲ نفر را شامل می‌شود. روش نمونه‌گیری در این تحقیق برای انتخاب دانش‌آموزان به صورت خوشه‌ای چندمرحله‌ای خواهد بود و برای انتخاب والدین نیز نمونه‌گیری به صورت هدفمند انجام می‌گیرد؛ یعنی از والدینی پرسشنامه دریافت خواهد شد که فرزندان‌شان در نمونه انتخاب شده باشند. در تحقیق حاضر برای به دست آوردن حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده گردید و در نهایت ۳۸۴ نفر به‌عنوان حجم نمونه انتخاب شد. از آنجا که امکان مخدوش بودن بعضی از پرسشنامه‌ها می‌رود، بنابراین برای جلوگیری از این امر، حجم نمونه را به ۴۰۰ نفر رساندیم. از پرسشنامه محقق ساخته به‌عنوان

ابزار گردآوری اطلاعات استفاده شد که چهار بعد سواد رسانه‌ای شامل ابعاد شناختی (۳۸ گویه)، احساسی (۲۲ گویه)، اخلاقی (۶ گویه) و زیباشناختی (۱۴ گویه) را در مقیاس فاصله‌ای و در قالب لطف لیکرت می‌سنجید. ۹ گویه نیز مربوط به متغیرهای زمینه‌ای (سن، تحصیلات و پایگاه اجتماعی) بود. برآورد اعتبار^۱ پرسشنامه نیز از طریق اعتبار صوری^۲ صورت گرفته است. به این ترتیب که با ارائه پرسشنامه به تعدادی از اعضای هیئت علمی دانشگاه‌ها و خبرگان از نظرات آن‌ها در مورد معتبر بودن گویه‌هایی که برای سنجش هر یک از متغیرها آمده لحاظ گردیده است. درباره پایایی ابزار سنجش نیز از آلفای کرونباخ استفاده گردید؛ به این صورت که پس از ارائه پرسشنامه به ۴۰ نفر از دانشجویان و انجام پیش‌آزمون برآورد پایایی انجام گرفته است. در مرحله دوم پس از اطمینان از بالا بودن میزان پایایی، پرسشنامه نهایی از نمونه آماری تکمیل و میزان پایایی آن در مرحله تجزیه و تحلیل و پردازش اطلاعات با استفاده از دستور آلفای کرونباخ در SPSS محاسبه شد که نتایج آن به شرح زیر است:

جدول ۱. میزان پایایی متغیرهای تحقیق

متغیر	تعداد سؤالات	آلفای محاسبه شده
۱ سواد رسانه‌ای	۷ سؤال (۸۹ گویه)	۰/۸۱
۲ بعد احساسی	۲ سؤال (۲۲ گویه)	۰/۸۷
۳ بعد شناختی	۲ سؤال (۳۸ گویه)	۰/۹۱
۴ بعد زیبایی‌شناسی	۲ سؤال (۱۴ گویه)	۰/۸۶
۵ بعد اخلاقی	۱ سؤال (۶ گویه)	۰/۹۲

جمع‌آوری اطلاعات با روش میدانی و با استفاده از ابزار پرسشنامه محقق ساخته انجام گرفته است. پس از تکمیل پرسشنامه، داده‌های گردآوری شده، کدگذاری شده و با استفاده از نرم‌افزار SPSS پردازش و تجزیه و تحلیل شده است. با توجه به مقیاس اندازه‌گیری متغیرهای تشکیل‌دهنده فرضیه‌های تحقیق برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آمارهای زیر

1. validity
2. face validity

استفاده شده است: در این بخش از آماره‌های توصیفی مانند فراوانی، درصد نسبی، میانگین، دامنه تغییرات، انحراف معیار، واریانس و ... که برای طبقه‌بندی داده‌ها استفاده شده است. در آزمون فرضیه‌ها از روش‌های آمار استنباطی از جمله آزمون T، آنالیز واریانس و ضریب همبستگی پیرسون استفاده گردیده است.

یافته‌ها

۸۱/۵ درصد افراد مورد مطالعه را زنان و ۱۸/۵ درصد مرد می‌باشند. اطلاعات به دست آمده در ارتباط با توزیع جنسی دانش‌آموزان و والدین مورد مطالعه نشان می‌دهد که نمونه آماری ما از ۷۴ نفر مرد که فراوانی آن‌ها ۱۸/۵٪ است و ۳۲۶ نفر زن (۲۰۰ نفر دانش‌آموزان و ۱۲۶ نفر والدین) تشکیل می‌دهند که فراوانی آن‌ها ۸۱/۵٪ است.

نتایج نشان داد ۷۴ نفر از والدین را مردان با فراوانی ۳۷٪ را تشکیل می‌دهند و ۱۲۶ نفر از ۲۰۰ نفر را با فراوانی ۶۳٪ را خانم‌ها تشکیل دادند.

توزیع دانش‌آموزان و والدین مورد بررسی بر اساس سن نشان می‌دهد که ۵۰ درصد در گروه سنی ۲۰ سال و کمتر، ۸ درصد در گروه سنی ۳۰-۲۱ سال و ۴۲ درصد نیز بالای ۳۱ سال هستند.

نتایج آنالیزها نشان داد که ۳۲۴ نفر با فراوانی ۸۱٪ را افراد دیپلم و زیر دیپلم تشکیل می‌دهد و ۲۸ نفر با فراوانی ۷٪ را فوق دیپلم، ۱۰ نفر با فراوانی ۲/۵٪ را لیسانس، ۸ نفر با فراوانی ۲٪ را فوق لیسانس، ۲۵ نفر با مدرک ۶/۳٪ دکتر و ۵ نفر با فراوانی ۱/۳٪ را مدرک حوزوی تشکیل می‌دهد.

۱۳۰ نفر از والدین با فراوانی ۶۵٪ در رده تحصیلاتی دیپلم قرار داشتند ۲۵ نفر با فراوانی ۱۲/۵٪ در فوق دیپلم، ۱۰ نفر با فراوانی ۵٪ در رده لیسانس، ۸ نفر با فراوانی ۴٪ فوق لیسانس، ۲۲ نفر از والدین با فراوانی ۱۱٪ در دکتری و ۵ نفر با فراوانی ۲/۵٪ را مدرک حوزوی تشکیل می‌دهند.

۳۳/۷ درصد پاسخگویان طبقه اجتماعی خود را پایین بیان کرده‌اند، ۵۵ درصد متوسط و ۱۱/۳ درصد نیز بالا بیان کرده‌اند.

میانگین کل میزان سواد رسانه‌ای دانش‌آموزان و والدین مورد مطالعه برابر با ۳/۲۱، میانگین بعد شناختی ۳/۲۹، بعد احساسی ۲/۹۷، بعد اخلاقی ۳/۲۸، بعد زیبایی شناختی ۲/۸۵ است که نشانگر بالاتر از حد متوسط بودن میزان سواد رسانه‌ای دانش‌آموزان و والدین آنها در شهر اردبیل است.

مقایسه سواد رسانه‌ای در بین دانش‌آموزان و والدین در ادامه بررسی شده است:

جدول ۲. میانگین و انحراف معیار سواد رسانه‌ای

نمونه‌ها	تعداد	میانگین	انحراف معیار
دانش‌آموزان	۲۰۰	۳/۰۷	۰/۳۴
والدین	۲۰۰	۳/۳۷	۰/۴۱

بر اساس داده‌های جدول میانگین سواد رسانه‌ای در میان والدین بیشتر از دانش‌آموزان است.

جدول ۳. آزمون t (آزمون تفاوت میانگین سواد رسانه‌ای در بین دانش‌آموزان و والدین)

تفاوت میانگین	سطح معنی‌داری	درجه آزادی	مقدار t	آزمون یکنواختی واریانس‌ها	
				مقدار F	سطح معنی‌داری
۰/۲۸	۰/۰۰۰	۲۲۸	۵/۵۱۶	۰/۰۶۱	۳/۵۳۸

برای بررسی میانگین سواد رسانه‌ای نمونه آماری از آزمون تفاوت میانگین‌ها (t-test) استفاده شده است. نتایج آزمون با توجه سطح معنی‌داری آن (Sig=۰/۰۰۰) که از $\alpha=۰/۰۵$ کوچک‌تر است نشان می‌دهد که با سطح اطمینان ۹۵٪ تفاوت معنی‌داری از نظر سواد رسانه‌ای بین والدین و دانش‌آموزان مورد مطالعه وجود دارد و سواد رسانه‌ای در والدین بیشتر است؛ بنابراین فرضیه اصلی تحقیق تأیید شد.

مقایسه بعد شناختی سواد رسانه‌ای در بین دانش‌آموزان و والدین در ادامه بررسی شده است:

جدول ۳. میانگین و انحراف معیار بعد شناختی سواد رسانه‌ای

نمونه‌ها	تعداد	میانگین	انحراف معیار
دانش‌آموزان	۲۰۰	۲/۴۵۵	۰/۷۰۰
والدین	۲۰۰	۲/۶۲۵	۰/۵۹۶

سواد رسانه‌ای از بعد شناختی مورد ارزیابی قرار گرفت از ۴۰۰ نفر مورد بررسی ۲۰۰ نفر دانش‌آموزان با میانگین ۲/۴۵۵ و انحراف معیار ۰/۷۰۰ بودند و والدین میانگین ۲/۶۲۵ و انحراف معیار ۰/۵۹۶ را به خود اختصاص دادند. بر اساس داده‌های جدول میانگین بعد شناختی سواد رسانه‌ای در میان والدین بیشتر از دانش‌آموزان است.

جدول ۴. آزمون t (آزمون تفاوت میانگین بعد شناختی سواد رسانه‌ای در بین دانش‌آموزان و والدین)

مقدار F	آزمون یکنواختی واریانس‌ها		مقدار t	درجه آزادی	سطح معنی‌داری	تفاوت میانگین
	سطح معنی‌داری	مقدار F				
۶/۷۹۱	۰/۰۱۰	۳/۲۹	۲۲۸	۰/۰۰۱	۰/۷۴۱	

برای بررسی میانگین بعد شناختی سواد رسانه‌ای نمونه آماری از آزمون تفاوت میانگین‌ها (t.test) استفاده شده است. نتایج آزمون با توجه سطح معنی‌داری آن (Sig=۰/۰۰۱) که از $\alpha=۰/۰۵$ کوچک‌تر است نشان می‌دهد که با سطح اطمینان ۹۵٪ تفاوت معنی‌داری از نظر بعد شناختی سواد رسانه‌ای بین دانش‌آموزان و والدین مورد مطالعه وجود دارد و بعد شناختی سواد رسانه‌ای در جامعه والدین بیشتر است. لذا فرضیه اول تحقیق تأیید شد. مقایسه بعد احساسی سواد رسانه‌ای در بین دانش‌آموزان و والدین در ادامه بررسی شده است:

جدول ۵. میانگین و انحراف معیار بعد احساسی سواد رسانه‌ای

نمونه‌ها	تعداد	میانگین	انحراف معیار
دانش‌آموزان	۲۰۰	۲/۳۳۵	۰/۸۲۸
والدین	۲۰۰	۲/۳۹۵	۰/۷۸۲

سواد رسانه‌ای از بعد احساسی مورد ارزیابی قرار گرفت از ۴۰۰ نفر مورد بررسی ۲۰۰ نفر دانش‌آموزان با میانگین ۲/۳۳۵ و انحراف معیار ۰/۸۲۸ بودند و والدین میانگین ۲/۳۹۵ و انحراف معیار ۰/۷۸۲ را به خود اختصاص دادند. بر اساس داده‌های جدول میانگین بعد احساسی سواد رسانه‌ای در میان والدین بیشتر از دانش‌آموزان است.

جدول ۶. آزمون t (آزمون تفاوت میانگین بعد احساسی سواد رسانه‌ای در بین دانش‌آموزان و والدین)

مقدار F	آزمون یکنواختی واریانس‌ها		مقدار t	درجه آزادی	سطح معنی‌داری	تفاوت میانگین
	سطح معنی‌داری	مقدار F				
۲۶/۴۱۳	۰/۰۰۰	۲/۶۹	۲۲۸	۰/۰۰۷	۰/۸۱۷	

برای بررسی میانگین بعد احساسی سواد رسانه‌ای نمونه آماری در میان دانش‌آموزان و والدین از آزمون تفاوت میانگین‌ها (**t.test**) استفاده شده است. نتایج آزمون با توجه سطح معنی‌داری آن ($\text{Sig}=0/007$) که از $\alpha=0/05$ کوچک‌تر است نشان می‌دهد که با سطح اطمینان ۹۵٪ تفاوت معنی‌داری از نظر بعد احساسی سواد رسانه‌ای بین دانش‌آموزان و والدین مورد مطالعه وجود دارد و بعد احساسی سواد رسانه‌ای در جامعه والدین بیشتر است. لذا فرضیه دوم تحقیق تأیید شد.

مقایسه بعد اخلاقی سواد رسانه‌ای در بین دانش‌آموزان و والدین در ادامه بررسی شده است:

جدول ۷. میانگین و انحراف معیار بعد اخلاقی سواد رسانه‌ای

نمونه‌ها	تعداد	میانگین	انحراف معیار
دانش‌آموزان	۲۰۰	۱/۴۶۵	۰/۶۱۶
والدین	۲۰۰	۱/۶۵۰	۰/۶۹۳

سواد رسانه‌ای از بعد اخلاقی مورد ارزیابی قرار گرفت از ۴۰۰ نفر مورد بررسی ۲۰۰ نفر دانش‌آموزان با میانگین ۱/۴۶۵ و انحراف معیار ۰/۶۱۶ بودند و والدین میانگین ۱/۶۵۰ و انحراف معیار ۰/۶۹۳ را به خود اختصاص دادند. بر اساس داده‌های جدول میانگین بعد اخلاقی سواد رسانه‌ای در میان والدین بیشتر از دانش‌آموزان است.

جدول ۸. آزمون t (آزمون تفاوت میانگین بعد اخلاقی سواد رسانه‌ای در بین دانش‌آموزان و والدین)

مقدار F	آزمون یکنواختی واریانس‌ها		مقدار t	درجه آزادی	سطح معنی‌داری	تفاوت میانگین
	سطح معنی‌داری	مقدار F				
۱۱/۱۰۹	۰/۰۰۰	۲/۳۴۲	۲۲۸	۰/۰۲۰	۰/۹۵۱	

برای بررسی میانگین بعد اخلاقی سواد رسانه‌ای نمونه از آزمون تفاوت میانگین‌ها (**t.test**) استفاده شده است. نتایج آزمون با توجه سطح معنی‌داری آن ($\text{Sig}=0/020$) که از $\alpha=0/05$ کوچک‌تر است نشان می‌دهد که با سطح اطمینان ۹۵٪ تفاوت معنی‌داری از نظر بعد اخلاقی سواد رسانه‌ای بین دانش‌آموزان و والدین مورد مطالعه وجود دارد و بعد اخلاقی سواد رسانه‌ای در جامعه والدین بیشتر است. لذا فرضیه سوم تحقیق تأیید شد.

مقایسه بعد زیبایی شناختی سواد رسانه‌ای در بین دانش‌آموزان و والدین در ادامه بیان شده است:

جدول ۹. میانگین و انحراف معیار بعد زیبایی شناختی سواد رسانه‌ای

نمونه‌ها	تعداد	میانگین	انحراف معیار
دانش‌آموزان	۲۰۰	۱/۸۲۰	۰/۴۹۸
والدین	۲۰۰	۱/۹۲۰	۰/۵۷۰

سواد رسانه‌ای از بعد زیباشناختی مورد ارزیابی قرار گرفت از ۴۰۰ نفر مورد بررسی ۲۰۰ نفر دانش‌آموزان با میانگین ۱/۸۲۰ و انحراف معیار ۰/۴۹۸ بودند و والدین میانگین ۱/۹۲۰ و انحراف معیار ۰/۵۷۰ را به خود اختصاص دادند. بر اساس داده‌های جدول میانگین بعد زیبایی شناختی سواد رسانه‌ای در میان والدین بیشتر از دانش‌آموزان است.

جدول ۱۰. آزمون t (آزمون تفاوت میانگین بعد زیبایی شناختی سواد رسانه‌ای در بین دانش‌آموزان و والدین)

مقدار F	سطح معنی‌داری	مقدار t	درجه آزادی	سطح معنی‌داری	تفاوت میانگین
۴/۳۷۹	۰/۰۳۷	۲/۸۲۰	۲۲۸	۰/۰۰۵	۰/۴۰۱

برای بررسی میانگین بعد زیبایی شناختی سواد رسانه‌ای نمونه آماری از آزمون تفاوت میانگین‌ها (t.test) استفاده شده است. نتایج آزمون با توجه سطح معنی‌داری آن (Sig=۰/۰۰۵) که از $\alpha=۰/۰۰۵$ کوچک‌تر است نشان می‌دهد که با سطح اطمینان ۹۵٪ تفاوت معنی‌داری از نظر بعد زیبایی شناختی سواد رسانه‌ای بین دانش‌آموزان و والدین مورد مطالعه وجود دارد و بعد زیبایی شناختی سواد رسانه‌ای در جامعه والدین بیشتر است. لذا فرضیه چهارم تحقیق تأیید شد.

رابطه بین سن و سواد رسانه‌ای در بین دانش‌آموزان و والدین در ادامه بررسی شده است:

جدول ۱۱. آزمون پیرسون رابطه سواد رسانه‌ای و سن دانش‌آموزان و والدین مورد مطالعه

متغیر وابسته	متغیر مستقل
سواد رسانه‌ای	ضریب همبستگی
۰/۲۴۸	سطح معنی‌داری
۰/۰۰۱	تعداد
۴۰۰	

با توجه به اینکه متغیر وابسته (سواد رسانه‌ای) و متغیر مستقل (سن) هر دو فاصله‌ای - فاصله‌ای است از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شده است. سطح معنی‌داری برابر $Sig = 0/001$ است که نشان‌دهنده رابطه معنی‌داری بین سواد رسانه‌ای و سن است و همچنین میزان همبستگی پیرسون برابر $0/248$ است که نشان‌دهنده شدت رابطه متوسط و مستقیم بین متغیرهاست. در نتیجه با توجه به اطلاعات جدول فرضیه پنجم تأیید می‌شود. به عبارتی نتایج آزمون نشان می‌دهد سن تأثیر معنی‌داری بر سواد رسانه‌ای دارد و با توجه به اطلاعات جدول هر چقدر میزان و میانگین سن بیشتر شود، میزان و میانگین سواد رسانه‌ای بیشتر خواهد شد. مقایسه سواد رسانه‌ای در بین دانش‌آموزان و والدین با توجه به سطح تحصیلات در ادامه بررسی شده است:

جدول ۱۲. آزمون آنالیز واریانس سواد رسانه‌ای با توجه به سطح تحصیلات

سطح معنی‌داری	F مقدار	میانگین مجذورات	درجه آزادی	جمع مجذورات	
		۹/۱۷۴	۲	۱۸/۳۴۹	بین گروه‌ها
۰/۰۰۱	۱۱۱/۶۶۹	۰/۰۸۲	۲۲۷	۱۸/۶۵۰	درون گروه‌ها
			۲۲۹	۳۶/۹۹۸	کل

بر اساس نتایج آزمون آماری آنالیز واریانس که سطح معنی‌داری آن ($Sig=0/001$) از $\alpha = 0/05$ کوچک‌تر است مشاهده می‌گردد که بین سواد رسانه‌ای دانش‌آموزان و والدین مورد مطالعه با توجه به سطح تحصیلات آن‌ها تفاوت معنی‌داری وجود دارد؛ و لذا فرضیه ششم تحقیق نیز تأیید شد.

مقایسه سواد رسانه‌ای در بین دانش‌آموزان و والدین با توجه به پایگاه اجتماعی

جدول ۱۳. آزمون آنالیز واریانس سواد رسانه‌ای با توجه به پایگاه اجتماعی

سطح معنی‌داری	F مقدار	میانگین مجذورات	درجه آزادی	جمع مجذورات	
		۲/۱۶۲	۲	۴/۳۲۳	بین گروه‌ها
۰/۰۰۱	۱۱/۳۰۴	۰/۱۴۴	۲۲۷	۳۲/۶۷۵	درون گروه‌ها
			۲۲۹	۳۶/۹۹۸	کل

بر اساس نتایج آزمون آماری آنالیز واریانس که سطح معنی‌داری آن ($Sig=0/001$) از $\alpha=0/05$ کوچک‌تر است مشاهده می‌گردد که بین سواد رسانه‌ای دانش‌آموزان و والدین مورد مطالعه با توجه به پایگاه اجتماعی آنها تفاوت معنی‌داری وجود دارد و لذا فرضیه هفتم تحقیق تأیید شد.

بحث و نتیجه‌گیری

نتایج آزمون فرضیه اصلی تحقیق با استفاده از آزمون T نشان داد که تفاوت معنی‌داری از نظر سواد رسانه‌ای بین دانش‌آموزان و والدین مورد مطالعه وجود دارد و سواد رسانه‌ای در جامعه والدین بیشتر است. عمده یافته‌های تحقیقات انجام‌یافته توسط اشرفی و دیگران (۱۳۹۳)، تقی‌زاده و افخمی (۱۳۹۲)، سلیمان و دیگران (۱۳۹۲) بر بالابودن میانگین سواد رسانه در برخی گروه‌ها اشاره‌ای داشته‌اند و از این لحاظ یافته‌های تحقیق حاضر با نتایج تحقیقات آنها همخوانی دارد.

نتایج آزمون فرضیه اول تحقیق با استفاده از آزمون T نشان داد بین والدین و فرزندان از نظر شناختی در سطح $0/01$ اختلاف معنی‌داری وجود دارد و بعد شناختی سواد رسانه‌ای در جامعه والدین بیشتر است. طبق این نتایج فرضیه اول تحقیق تأیید می‌شود.

نتایج آزمون فرضیه دوم تحقیق با استفاده از آزمون T نشان داد بین والدین و فرزندان از نظر احساسی در سطح $0/01$ اختلاف معنی‌داری وجود دارد و بعد احساسی سواد رسانه‌ای در جامعه والدین بیشتر است. طبق این نتایج فرضیه دوم تحقیق نیز تأیید می‌شود.

در فرضیه سوم تحقیق وجود تفاوت معنی‌دار بین دانش‌آموزان و والدین از بعد اخلاقی سواد رسانه‌ای پیش‌بینی شده بود. مؤلفه اخلاقی در دو گروه والدین و فرزندان مورد آزمون t-test قرار گرفت نتایج نشان داد بین والدین و فرزندان از نظر اخلاقی در سطح $0/05$ اختلاف معنی‌داری وجود دارد و بعد اخلاقی سواد رسانه‌ای در جامعه والدین بیشتر است. طبق این نتایج فرضیه سوم تحقیق نیز تأیید می‌شود.

نتایج آزمون فرضیه چهارم تحقیق با استفاده از آزمون T نشان داد بین والدین و فرزندان از نظر زیباشناختی در سطح ۰/۰۱ اختلاف معنی داری وجود دارد و بعد زیبایی شناختی سواد رسانه‌ای در جامعه والدین بیشتر است. طبق این نتایج فرضیه چهارم تحقیق نیز تأیید می‌شود. در فرضیه پنجم تحقیق وجود رابطه معنی دار بین سواد رسانه‌ای دانش آموزان و والدین و سن پیش‌بینی شده بود. نتایج تحقیق نشان داد که همبستگی معنی دار بین سواد رسانه‌ای و سن دانش آموزان و والدین مورد مطالعه وجود دارد. این نتایج با یافته‌های تحقیقات انجام یافته توسط سلیمان و دیگران (۱۳۹۲) و افتخاری (۱۳۹۲) همسو و با نتیجه مطالعه شجاعی و امیرپور (۱۳۹۱) ناهم‌سو است.

در فرضیه ششم تحقیق وجود معنی دار تفاوت سواد رسانه‌ای دانش آموزان و والدین با توجه به تحصیلات پیش‌بینی شده بود. نتایج تحقیق نشان داد که تفاوت معنی داری از نظر سواد رسانه‌ای دانش آموزان و والدین با توجه به سطح تحصیلات آن‌ها وجود دارد. این نتایج با یافته‌های تحقیقات انجام یافته توسط اشرفی و دیگران (۱۳۹۳)، تقی زاده و افخمی (۱۳۹۲)، سلیمان و دیگران (۱۳۹۲)، عباسی قادی و میرعلی (۱۳۹۱) و افتخاری (۱۳۹۲) همسو است. در فرضیه هفتم تحقیق وجود تفاوت معنی دار سواد رسانه‌ای دانش آموزان و والدین با توجه به پایگاه اجتماعی پیش‌بینی شده بود. نتایج تحقیق نشان داد که تفاوت معنی داری از نظر سواد رسانه‌ای دانش آموزان و والدین با توجه به پایگاه اجتماعی آن‌ها وجود دارد. این نتایج با یافته‌های تحقیقات انجام یافته توسط تقی زاده و افخمی (۱۳۹۲) و افتخاری (۱۳۹۲) همسو و با نتیجه مطالعه شجاعی و امیرپور (۱۳۹۱) ناهم‌سو است. با توجه به یافته‌های تحقیق و از آنجا که سواد رسانه‌ای دانش آموزان دختر دوره دوم متوسطه کمتر از والدین آن‌هاست، لذا موارد زیر جهت افزایش سواد رسانه‌ای دانش آموزان پیشنهاد می‌شود:

- ارتقای امکانات در خصوص آموزش‌های سواد رسانه‌ای در مدارس
- توجه به توانمندی‌های سازمان‌های مردم‌نهاد و تشکل‌های دانش‌آموزی
- استفاده از ظرفیت مدارس و استعداد‌های دانش‌آموزان برای تولیدات رسانه‌ای
- ارتقای آگاهی نسبت به محتوای رسانه‌ها

- فعال نمودن انجمن‌های اولیا و مربیان در زمینه آگاهی بخشی درباره آسیب‌های نوپدید فضای مجازی
- پخش برنامه‌های آموزشی سواد رسانه‌ای در شبکه‌های مختلف صداوسیما
- تدوین و انتشار جزوات و کتاب‌های ویژه استفاده مناسب و نقادانه از اطلاعات در سطح عمومی مدارس و دانشگاه‌ها
- تجزیه و تحلیل اجتماعی، سیاسی و اقتصادی رسانه‌ها در مدارس متوسطه
- با توجه به ضعف بعد شناختی سواد رسانه‌ای دانش‌آموزان دختر دوره دوم متوسطه، به‌منظور افزایش قدرت تشخیص رسانه‌های کارآمد و مفید و احیاناً مخرب برای دانش‌آموزان، نیاز به آموزش این قشر و همچنین آگاهی از کم و کیف رسانه‌های جدید از جمله شبکه‌های اجتماعی ضروری است.
- با توجه به پایین بودن میزان سواد رسانه‌ای دانش‌آموزان نیازمند آموزش هستند تا به ابزار تحلیل و ارزیابی تولیدات رسانه‌ای مجهز شوند.
- با توجه به این که بعد زیباشناختی سواد رسانه‌ای حاوی اطلاعاتی درباره روش و چگونگی تولید پیام است و مخاطب را در داشتن دید نقادانه راهنمایی می‌کند لذا توجه به این بعد و ارتقاء سطح آگاهی دانش‌آموزان که بخشی از اوقات روزمره آن‌ها در فضای با استفاده از شبکه‌های اجتماعی سپری می‌شود از ضرورت‌های آموزش در حوزه رسانه است.
- سواد رسانه‌ای یک زمینه پدید آمده در آموزش است که مهارت‌های سواد مانند تجزیه و تحلیل انتقادی و ارزیابی با یک پردازش مبتنی بر تحقیق را ترکیب می‌کند و دانش‌آموزان را به استفاده از پردازش اطلاعات در زمینه‌های شناختی، اخلاقی، زیبایی‌شناختی و احساسی تشویق می‌نماید. این پردازش مبتنی بر تحقیق یک رویکرد آموزش جدید نیست؛ این رویکرد برای قرن‌ها جهت ارزیابی انتقادی مطالب مورد استفاده قرار می‌گرفته است. با این وجود متخصصان سواد رسانه‌ای بیان می‌کنند، به کارگیری رویکردهایی که مبتنی بر تحقیق و جستجو هستند، می‌تواند یادگیری در تمامی پایه‌ها و سطوح محتوایی را به وسیله به کارگیری روش‌شناسی‌های جدید افزایش دهند

منابع

- اشرفی ریزی، حسن، حسن زاده، دلارام و کاظم پور، زهرا. (۱۳۹۳). میزان سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی در بین دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی اصفهان بر اساس شاخص‌های سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی یونسکو. *دوماهنامه مدیریت اطلاعات سلامت*، ۳۸، ۴۲۴-۴۳۴.
- باهنر، ناصر و چابکی درزایی، رامین. (۱۳۹۲). تحلیل سیاست‌های سواد رسانه‌ای در سه نهاد فرهنگی و ارتباطی ایران، *دوفصلنامه رسانه و فرهنگ*، ۳(۲)، ۱-۲۶.
- بصیریان، حسین و بصیریان، رضا. (۱۳۸۵). درآمدی به سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی. *فصلنامه مطالعاتی و تحقیقاتی وسایل ارتباط جمعی*، ۶۸، ۳۳-۵۰.
- بیجرانلو، عبدالله، اکرامی، محمود و فیاض، ابراهیم. (۱۳۹۲). *رسانه‌ها و فرهنگ عمومی*. تهران: انتشارات موسسه پژوهشی فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- پاتر، جیمز. (۱۳۸۵). تعریف سواد رسانه‌ای، ترجمه لیدا کاووسی. *فصلنامه مطالعاتی و تحقیقاتی وسایل ارتباط جمعی*، ۱۷(۴)، ۷-۲۶.
- تامن، الیزابت. (۱۳۸۰). *مهارت‌ها و راهبردهای آموزش رسانه‌ای*، مترجم حسن نورایی بیدخت، مرکز تحقیقات کامپیوتری علوم اسلامی.
- تقی زاده، عباس و افخمی، حسینعلی. (۱۳۹۲). بررسی مقایسه‌ای سواد رسانه‌ای دانش‌آموزان (مطالعه موردی: دانش‌آموزان دختر و پسر سال چهارم دبیرستان‌های شهر کرمان)، *فصلنامه علوم اجتماعی*، ۶۲، ۱۲۶-۹۳.
- تقی زاده، عباس و کیا، علی اصغر. (۱۳۹۳). نیازسنجی برنامه آموزش سواد رسانه‌ای در مدارس. *فصلنامه مطالعات فرهنگ - ارتباطات*، ۲۷، ۱۰۴-۷۹.
- چشمه سهرابی، مظفر و شاهین، اکرم. (۱۳۹۱). مطالعه مقایسه‌ای سواد رسانه‌ای در بین دانشجویان دانشگاه تهران و دانشگاه علوم پزشکی تهران، *مجله جهانی رسانه*، ۱۴، ۲۷-۳۵.

- سلطانی فر، محمد. (۱۳۸۷). تحلیل وضعیت سواد اینترنتی دانش‌آموزان سال سوم دبیرستان شهر تهران ۱۳۸۶ - ۱۳۸۵ در مقایسه با مربیان و والدین آنها، فصلنامه نوآوری‌های آموزشی، ۲۷، ۶۰-۳۷.
- سلیمان، صفر، خسروی، فریبرز و حداد، زهرا. (۱۳۹۲). ارزیابی سواد رسانه‌ای دانشجویان و دانش‌آموزان شهر تهران، مجله جهانی رسانه، ۱۶، ۴۷-۶۸.
- سورین، ورنر و تانکارد، جیمز. (۱۳۸۸). نظریه‌های ارتباطات، ترجمه علیرضا دهقان. تهران: دانشگاه تهران.
- شجاعی، مهناز و امیرپور، مهناز. (۱۳۹۱). بررسی وضعیت سواد رسانه‌ای دانشجویان خراسان شمالی در جامعه اطلاعاتی. مجله مطالعات جامعه‌شناختی جوانان، ۷، ۵۶-۴۳.
- نصیری، بهاره. (۱۳۸۳). بررسی نظرات متخصصان علم ارتباطات پیرامون سواد رسانه‌ای در جامعه، پایان‌نامه کارشناسی ارشد علوم اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز.

References

- Sahin, Abdurrahman (2002). *Understanding media literacy: An in-depth analysis of media educator's understanding and teaching of media literacy*. Unpublished doctoral thesis. New Mexico State University, Las Cruces, New Mexico.
- Wood, E. (2009). *Media literacy education: Evaluating media literacy education in Colorado Schools* (Doctoral dissertation, University of Denver).