

رابطه میزان سواد رسانه‌ای با تفکر انتقادی دانشجویان

The Relationship between Media Literacy Rates and Students' Critical Thinking

تاریخ پذیرش مقاله: ۹۸/۰۴/۰۴

تاریخ دریافت مقاله: ۹۸/۰۲/۱۵

Farhad Seraji
Majid Sharifi
Javad Hedayati
Saieed Sharifi

فرهاد سراجی *
مجید شریفی **
جواد هدایتی ***
سعید شریفی ****

Abstract: The purpose of this study was to determine the relationship between literacy rate and Critical thinking of undergraduate students at Bu-Ali Sina University. This research is applied in terms of purpose and descriptive-correlation in terms of nature. The statistical population of the study were all students of Hamedan University of Bu Ali Sina who were studying in the academic year of 98-97. Based on the Karjesi and Morgan tables, 500 people were selected using a comparative stratified sampling method. Data collection was done by means of two questionnaires (Researcher-made Literacy Questionnaire and Rickets Critical Thinking Survey Questionnaire 2005). The content validity of the questionnaire was confirmed. The reliability of the questionnaires was also obtained by calculating the Cronbach's alpha coefficient as 0.74 and 0.85. To analyze the data, descriptive and inferential statistics- such as mean, percent, Kolmogrov-Smirnov test, single-group T test, Pearson correlation test and stepwise regression test- were used in the spss software environment. Based on the findings of the present study, the rate of literacy and critical thinking of undergraduate students at Bu-Ali Sina University is higher than the average (3). Also, the results of Pearson correlation tests and stepwise regression show that there is a direct correlation between literacy and students' critical thinking; in other words, the higher the level of Media Literacy, the more cognitive thinking will increase and if the level of literacy skills is lower, the student's critical thinking will be at a low level too, and it is obvious that all components of the Media Literacy can predict the student's critical thinking.

Keywords: Media Literacy, Critical Thinking, Students

چکیده: هدف از اجرای این پژوهش، شناسایی رابطه میزان سواد رسانه‌ای با تفکر انتقادی دانشجویان کارشناسی دانشگاه بوعلی سینا است. این پژوهش، از نظر هدف، کاربردی و از نظر ماهیت، توصیفی - همبستگی است. جامعه آماری پژوهش، شامل همه دانشجویان کارشناسی دانشگاه بوعلی سینا همدان بود که در سال تحصیلی ۹۷-۹۸ مشغول به تحصیل بودند. بر اساس جدول کرجسی و مورگان، تعداد ۵۰۰ نفر از آنها با استفاده از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای نسبی به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. اطلاعات با استفاده از دو پرسشنامه (پرسشنامه محقق‌ساخته سنجش سواد رسانه‌ای و پرسشنامه استاندارد تفکر انتقادی ریکتس، ۲۰۰۵) گردآوری و روایی محتوای آنها نیز تأیید شد. پایایی پرسشنامه‌ها نیز با محاسبه ضریب آلفای کرونباخ ۰/۷۴ و ۰/۸۵ به دست آمد. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از همبستگی پیرسون و آزمون رگرسیون گام‌به‌گام نشان داد که بین سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی دانشجویان رابطه مستقیم وجود دارد. به عبارت بهتر هرچه میزان سواد رسانه‌ای افزایش پیدا کند تفکر انتقادی نیز افزایش پیدا خواهد کرد و اگر سطح مهارت سواد رسانه‌ای پایین‌تر باشد، تفکر انتقادی دانشجویان نیز در سطح پایینی خواهد بود. همچنین مشخص شد همه مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای توانایی پیش‌بینی میزان تفکر انتقادی دانشجویان را دارند.

واژگان کلیدی: سواد رسانه‌ای، تفکر انتقادی، دانشجویان

* دانشیار گروه علوم تربیتی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه بوعلی سینا (نویسنده مسئول):
fseraji@basu.ac.ir

** کارشناسی ارشد برنامه‌ریزی درسی، گروه علوم تربیتی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه بوعلی سینا
*** کارشناسی ارشد برنامه‌ریزی درسی، گروه علوم تربیتی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه بوعلی سینا
**** کارشناسی ارشد برنامه‌ریزی درسی، گروه علوم تربیتی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه بوعلی سینا

مقدمه و بیان مسئله

بر همگان روشن است که امروز، عصر انفجار اطلاعات است. در پایان قرن بیستم به علت تغییر و تحولات بسیار عظیم علمی- فناوری، جهان دچار دگرگونی‌های بسیار شد که در همه زمینه‌های زندگی بشر همچون مسائل سیاسی، اقتصادی، اجتماعی تأثیرگذار بود. جهان تحت تأثیر این تحولات شکل جدیدی به خود گرفت و با پیدایش شبکه‌های نوین ارتباطی و تأثیرپذیری همه ابعاد زندگی بشر از این انقلاب فناورانه، جامعه جدیدی شکل گرفت که برخی پژوهشگران آن را «جامعه اطلاعاتی» نامیده‌اند (شجاعی و امیرپور، ۱۳۹۱). در عصر حاضر و با توجه به تلاقی دو پدیده بسیار مهم «فناوری و رسانه» در عرصه فرهنگ جهانی، روش‌های یادگیری ما درباره جهان نیز در این فرهنگ به چالش کشیده شده و آموزش، معنا و مفهوم دیگری پیدا کرده است؛ بدین معنا که دیگر صرف توانایی خواندن و نوشتن کلمات چاپی برای سواد داشتن کافی نیست؛ بلکه افراد باید توانایی تحلیل انتقادی پیام‌های قدرتمند فرهنگ چندرسانه‌ای را داشته باشند و با آشکال و شیوه‌های رسانه‌ای مختلف عقاید خود را بیان کنند. در عصر ارتباطات و اطلاعات، وفور انواع برنامه‌ها و پیام‌ها و هجوم آنها به سمت مخاطبان، ایجاب می‌کند که آنها به دانشی برای انتخاب پیام‌ها و برنامه‌های مناسب رسانه‌ای مجهز باشند تا از حالت انفعال و مصرف‌کننده صرف خارج شوند و بر اساس نیازهای اطلاعاتی خودشان دست به انتخاب بزنند، نه اینکه خود را در معرض هرگونه پیامی قرار دهند. افزایش توانایی گزینش و رویارویی با این فرایند پیچیده و فراگیر از طریق تکوین و تکامل سواد رسانه‌ای قابل حصول تلقی می‌شود. هم‌زمان با ورود به قرن حاضر، دستگاه‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی به‌طور فزاینده‌ای دچار پیچیدگی و همه‌جانبه‌گرایی شده‌اند. این پیچیدگی‌ها موجب شده‌اند تا پیام‌های تولیدشده در رسانه‌های جمعی، مخاطبان خود را در گوشه و کنار جهان دچار نوعی سردرگمی و تردید در انتخاب پیام‌ها کنند؛ بنابراین ضرورت داشتن تفکر منتقدانه از رسانه‌ها در حوزه مذکور به‌مثابه تفکر انتقادی برای درک تولیدات رسانه‌های جمعی بسیار ضرورت دارد (عبدلی سلطان‌احمدی، علیزاده و حداد، ۱۳۹۶).

بنابراین در عصر حاضر که ارتباطات مبتنی بر اطلاعات، مرزهای جغرافیایی را درنوردیده و تحولاتی شگرف را در عرصه جهانی رقم زده است، رسانه در مقام ابزاری سودمند می‌تواند به انسان قرن ۲۱ کمک کند تا با استفاده از آخرین دستاوردهای علمی به زندگی دلخواه، آرمانی و پربار دست یابد و چنانچه ابزار مزبور

به‌اشتباه یا با سوءنیت به کار گرفته شود می‌تواند چون نیرویی ویران‌کننده و مصیبت‌بار عمل کند (ایبک و اسلان، ۲۰۱۵). برای اینکه بتوان در برابر رسانه‌های متکثر موجود مخاطبی داشت که بتواند در کنار بهره‌مندی آگاهانه و فعالانه از پیام‌های رسانه‌ای، زندگی خود را در برابر چالش‌ها و پیامدهای مخرب آن محافظت کند؛ باید مهارتی نوین آموخته شود که از آن با نام سواد رسانه‌ای^۲ یاد می‌شود. سواد رسانه‌ای علاوه بر توانایی ملحوظ در سواد سنتی که همان مهارت خواندن و نوشتن است، توانایی تحلیل و ارزشیابی پیام و قدرت انتقال اطلاعات موجود در پیام به دیگران را در قالب‌های مختلف و با ابزارهای گوناگون در انسان پدید می‌آورد. همچنین با توانمند کردن فرد جهت درک شیوه کار و نحوه معنی‌سازی رسانه یعنی ماهیت پیام و هدف‌های تولید آن و نیز تأثیر رسانه بر مخاطب و تکنیک‌هایی گوناگون که برای این امر به کار گرفته می‌شود، او را از مصرف‌زدگی صرف خارج کرده و از سبک زندگی او در برابر اثرات مخرب رسانه صیانت می‌کند (پاتر^۳؛ ترجمه اسدی و همکاران، ۱۳۹۱، ۴۵).

بر این اساس در چنین عصری که حجم انبوهی از اطلاعات متفاوت وجود دارد، ضرورت داشتن قابلیت سواد رسانه‌ای با دید انتقادی در افراد بر هیچ‌کس پوشیده نیست. سواد رسانه‌ای توانایی دسترسی و استفاده از رسانه‌ها، تولید پیام و ارتباط با رسانه‌ها، تحلیل و ارزیابی انتقادی محتوای رسانه‌ها تعریف شده است. سواد رسانه‌ای می‌تواند ابزاری ارزشمند در جهت گسترش مهارت تفکر انتقادی تلقی شود که مخاطب منفعل را به مخاطب فعال و گزینشگر تبدیل می‌کند؛ به‌ویژه در عصری که رسانه‌ها در حال انتقال نقش‌های مشترک، جهان‌بینی مشترک و ارزش‌های مشترک به مخاطبان هستند (اوکسترند^۴؛ ۲۰۰۹). سواد رسانه‌ای شامل چهار مؤلفه دسترسی، استفاده، فهم انتقادی و تولید پیام‌های رسانه‌ای است: مؤلفه دسترسی بر یک فرایند اجتماعی و پویا استوار است و به فرصت‌های استفاده از رسانه‌ها مربوط می‌شود. باید به‌گونه‌ای درست میان دسترسی‌های فیزیکی به رسانه‌ها و محتوایی آنها و نیز توانایی نظری و عملی استفاده از رسانه‌ها تمایز قائل شد؛ مؤلفه استفاده از رسانه، واسطه‌ای

1. Aybek & Aslan

2. Media Literacy

3. Potter

4. Oxstrand

برای برقراری ارتباط بین افراد و رسانه‌هاست، این مؤلفه به بعد فنی سواد رسانه‌ای اشاره دارد و مهارتی است که به توانایی مخاطبان در استفاده از رسانه‌ها تأکید می‌کند؛ بعد دیگر صلاحیت‌های رسانه‌ای، فهم انتقادی است که به فهم و ارزیابی انتقادی از رسانه‌ها و محتوای رسانه‌ای اشاره دارد. این قابلیت واسطه بین افراد و محتواست و به بعد شناختی سواد رسانه‌ای توجه دارد و خرده‌مهارت‌های رمزگشایی، تحلیل و ارزیابی را در برمی‌گیرد؛ توانایی مخاطب در تولید پیام‌های رسانه‌ای به صورت چاپی یا الکترونیکی جنبه دیگر سواد رسانه‌ای است که به کاربر رسانه اجازه می‌دهد، پیام‌هایی با رمزگان مختلف خلق، تولید و منتشر کند و آنها را برای رسانه‌های گوناگون به کار گیرد (تیلور، ۲۰۱۱).

بنابراین تفکر، اساس سواد رسانه‌ای است و تفکر انتقادی یک فرایند قضاوت خودتنظیم و هدفمند است که در نتیجه تفسیر، تحلیل، ارزشیابی و استنباط شکل می‌گیرد. تفکر انتقادی توضیح ملاحظات بدیهی، مفهومی، متدولوژیکی، معیاری و زمینه‌ای قضاوت است. توانایی تفکر و اندیشه مستدل و منطقی پیرامون مسائل و تشخیص و قضاوت صحیح درباره آنها به منظور دستیابی به زندگی موفق و سعادت‌مند است (قاضی‌مرادی، ۱۳۹۱). انجمن روان‌شناسی آمریکا^۱ (۱۹۹۰) تفکر انتقادی را قضاوت خودساخته و هدفمندی تلقی می‌کند که به تفسیر، تحلیل، ارزیابی و استنباط منجر می‌شود، به علاوه تکیه بر شواهد مستدل، مدارک عینی و دقیق و ملاحظه ساختار و قوانین از پایه‌های آن است. واتسون و گلیزر^۲ (۲۰۰۰) مهارت‌های پنجگانه‌ای را به شرح زیر برای تفکر انتقادی ارائه کرده‌اند که در تحلیل سواد رسانه‌ای به شدت به چشم می‌خورد:

تحلیل: تحلیل مهارتی که شامل توانایی پردازش اطلاعات و تعیین اعتبار آنهاست. تحلیل در پرسشنامه تفکر انتقادی دارای دو معنی است: اول، درک کردن و بیان معانی با طیف گسترده‌ای از تجارب، موقعیت‌ها، اطلاعات، رویدادها، قضاوت‌ها، باورها و قواعد است؛ دوم، شامل رمزگشایی، پیدا کردن معانی، شناخت و فهم واقعی درباره یک چیز، پیدا کردن ارتباط میان جمله‌ها، پرسش‌ها، مفاهیم، باورها، تجارب، بررسی دلایل، نقطه نظرات و کشف و تحلیل موقعیت‌ها است (صفری مطلق، ۱۳۹۲).

1. Tylor

2. American Psychological Association

3. Watson & Glaser

استنباط: استنباط عبارت است از تشخیص عناصر در یک موضوع و شناخت دلایل در استنتاج‌ها، حدس‌ها و پیش‌فرض‌ها. همچنین شامل ملاحظه اطلاعات موثق و استخراج نتایج منطقی است. واتسون و گلنزر (۲۰۰۰) معتقدند که استنباط نتیجه‌ای است که فرد از پدیده‌های به وقوع پیوسته به دست می‌آورد. همچنین توانایی تشخیص داده‌های درست و نادرست از میان اطلاعات داده شده است.

ارزشیابی: ارزشیابی عبارت است از شناسایی دلایلی که برای بیان تجارب، احساسات، قضاوت‌ها، باورها یا نقطه نظرات شخصی به کار می‌رود. همچنین قدرت منطقی برای شناسایی میان توصیف‌ها، پرسش‌ها، نقد منطقی، به کار بردن روش منطقی و قضاوت مبتنی بر ملاحظات متنی را شامل می‌شود (صفری مطلق، ۱۳۹۲).

استدلال استقرایی: در استدلال استقرایی از مطالعه حکم جزئی، حکم کلی، استنباط می‌شود؛ مانند مطالعه وضع افراد انسان و نتیجه‌گیری برای کل انسان‌ها، استقراء بر دو قسم تام و ناقص است. در استقراء تام تمام افراد یا اشیاء تشکیل‌دهنده یک مجموعه مورد بررسی قرار می‌گیرد و سپس نتیجه یا حکم نهایی استخراج می‌شود. ولی در استقراء ناقص فقط با مشاهده تعدادی از نمونه‌ها، حکم نهایی برای همه صادر می‌شود. در استدلال استقرایی، دانشمندان روی مجموعه‌ای خاص از حوادث کار می‌کنند تا اصول کلی را تدوین کنند. به عبارت دیگر، آنها از مفاهیم یکپارچه ساز استفاده می‌کنند تا حوادثی را که قبلاً دیده نشده‌اند به‌عنوان حوادث مرتبط با حوادث دیگر در نظر بگیرند. استدلال استقرایی پایه‌ای برای تفکر است که به انسان کمک می‌کند تا دنیای پیچیده اطراف خود را بفهمد و در آن زندگی کند. استقراء یک روند فکری جزء به کل است (اریشتی و اردم، ۲۰۱۷).

استدلال قیاسی: در استدلال قیاسی فرد می‌خواهد از مطالعه حکم کلی، حکم جزئی را استنباط کند. در اصطلاح منطق، قیاس از قضایایی تشکیل می‌شود که قبول آنها مستلزم پذیرفتن نتیجه معینی است. استدلال قیاسی به دو قسمت اقترانی و استثنایی تقسیم می‌شود (صفری مطلق، ۱۳۹۲).

تفکر انتقادی که از پایه‌های اصلی سواد رسانه‌ای محسوب می‌شود، فرایندی است که به‌موجب آن نظرات، اطلاعات و منابعی که آن اطلاعات را فراهم می‌آورد، ارزیابی می‌کند و به‌طور منسجم و منطقی آنها را نظم می‌بخشد، با عقاید و اطلاعات دیگر

مرتبط می‌سازد، منابع دیگر را در نظر می‌گیرد و برای مفاهیم ضمنی آنها را مورد ارزیابی قرار می‌دهد (آندولینا، ۲۰۰۱). تفکر انتقادی سبب می‌شود که فرد از مدارک و شواهد موجود بالاترین درک را داشته باشد و فرد با درک کردن می‌تواند نظرات و معانی را که در ورای هر چیز مهم وجود دارد، آشکار کند (جانسون، ۲۰۱۳).

امروزه با توجه به ضریب نفوذ اینترنت و همه‌گیر شدن رسانه‌های مجازی، دانشجویان بخش زیادی از فعالیت‌های روزمره و آموزشی خود را از رسانه‌های فضای مجازی مانند گیم‌ها، شبکه‌های اجتماعی و ابزارهای دسترسی به اطلاعات انجام می‌دهند. این استفاده اگر با اندیشه، مدیریت و تدابیر حساب شده صورت نگیرد، ممکن است برای آنها پیامدهای نامناسبی شامل اعتیاد اینترنتی، انحرافات اخلاقی، آسیب‌های جسمانی، اتلاف وقت، کاهش تمرکز، چندپارگی توجه و افت تحصیلی داشته باشد. براین اساس فردی که دارای سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی باشد همواره می‌کوشد در جهت ایجاد تغییرات اجتماعی مطلوب گام بردارد و عکس‌العمل خود را در برابر رسانه‌ها اعلام کند. او تنها بیننده صرف رسانه نیست، بلکه نگاهی دقیق، عمیق و منتقدانه به پیام‌های موجود در رسانه‌ها دارد و از هدف‌های نهفته رسانه‌ها آگاه است؛ این نشان‌دهنده دارا بودن مهارت تفکر انتقادی در این افراد است که یکی از مؤلفه‌های اساسی سواد رسانه‌ای است. بنابراین در پژوهش حاضر تلاش می‌شود به پرسش‌های ذیل پاسخ داده شود: میزان سواد رسانه‌ای دانشجویان کارشناسی دانشگاه بوعلی سینا چقدر است؟ میزان تفکر انتقادی دانشجویان کارشناسی دانشگاه بوعلی سینا چقدر است؟ چه رابطه‌ای بین سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی دانشجویان کارشناسی دانشگاه بوعلی سینا وجود دارد؟

پیشینه پژوهش

باباپیرعلی (۱۳۹۷) در پژوهشی نقش سواد رسانه‌ای را در تجزیه و تحلیل انتقادی جوانان از پیام‌های اقناعی تلویزیون بررسی کرد و به این نتیجه دست یافت که مخاطبان به شدت تحت تأثیر پیام‌های رسانه‌ای قرار دارند و این شدت در مخاطبان با تحصیلات بالا کمتر است؛ زیرا سواد رسانه‌ای به مخاطبان با تحصیلات بالا کمک

1. Andolina

2. Johnson

کرده است تا بتوانند میزان تفکر انتقادی خود را در برابر رسانه‌ها افزایش داده و در نتیجه کمتر حالت منفعلانه در برابر پیام‌ها داشته باشند، بنابراین رابطه مستقیمی بین دو متغیر دیده شد. بوربور، فقیهی و یزدان‌پناه (۱۳۹۷) نیز در پژوهش خود رابطه میزان سواد رسانه‌ای با میزان رشد مهارت‌های اجتماعی و تفکر انتقادی را در جوانان بررسی کردند و به این نتیجه دست یافتند که سواد رسانه‌ای دیجیتالی بر تمامی ابعاد مهارت‌های اجتماعی (احترام به دیگران، رعایت مقررات، انجام وظیفه، فعالیت گروهی و تحمل‌پذیری) و تفکر انتقادی جامعه مورد مطالعه تأثیر مثبت و معنی‌داری داشته است. همچنین حسنان (۱۳۹۶) در پژوهشی رابطه سواد رسانه‌ای با تفکر انتقادی در دانشجویان را مطالعه کرد و دریافت که بین سواد رسانه‌ای با میزان تفکر انتقادی در دانشجویان رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد که با افزایش سواد رسانه‌ای تفکر انتقادی آنان نیز رشد پیدا می‌کند. عبدلی سلطان‌احمدی و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهشی با عنوان «تأثیر آموزش سواد رسانه‌ای بر مهارت‌های تفکر انتقادی دانش‌آموزان» به این نتیجه دست یافتند که آموزش سواد رسانه‌ای بر هر پنج مهارت تفکر انتقادی (تحلیل، استنباط، ارزشیابی، استقرا و قیاس) در بین دانش‌آموزان تأثیر معنی‌داری داشته است. مالکی و صنیع ثالث (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان «بررسی رابطه استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات با تفکر انتقادی در دانشگاه علوم پزشکی شهرکرد، به این نتیجه رسیدند که بین استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات با تفکر انتقادی رابطه همبستگی مثبت و معنی‌داری وجود دارد؛ به عبارتی هر اندازه میزان سواد رسانه‌ای دانشجویان بالاتر باشد میزان تفکر انتقادی آنان نیز بالاتر خواهد بود. کلانتری و مؤمنی (۱۳۹۴) نیز در پژوهشی با عنوان «سواد رسانه‌ای به مثابه سود-دفع ضرر» به این نتیجه رسیدند که با نیازسنجی و آموزش سواد رسانه‌ای به جوانان می‌توان از فرصت‌های جهان رسانه‌ای خوب استفاده کرد و بخش‌های مضر آن را دفع کرد؛ زیرا زمانی که کاربر از توانایی تجزیه و تحلیل و تفکر انتقادی مطلوب‌تری برخوردار باشد، به راحتی می‌تواند از این رسانه جهانی شده به نفع خویش بهره‌برداری کند. نتایج پژوهش حاجی‌حیدری و یزدیان (۱۳۹۰) با عنوان «سواد رسانه‌ای انتقادی: بررسی موردی سطح سواد رسانه‌ای دانشجویان دانشکده صداوسیما» نشان داد که رویکرد انتقادی سواد رسانه‌ای در مواردی به کار برده شده است، اما آنچه در این پژوهش آشکار شد نبود انسجام در آموزش انتقادی یکپارچه و منظم به دانشجویان است و در نتیجه توانمندی انتقادی نامتوازن دانشجویان در هنگام مواجهه با پیام‌های

رسانه‌ای ایجاد شده است که این نتیجه مبین رابطه معنی‌دار بین سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی دانشجویان است.

پریرا و مورا^۱ (۲۰۱۸) در پژوهش خود با عنوان «ارزیابی مهارت‌های سواد رسانه‌ای: مطالعه موردی روی جوانان پرتغالی دریافتند که رسانه‌ها تمام جوانب زندگی جوانان پرتغالی را تحت تأثیر قرار داده‌اند. همچنین جوانانی که از انواع رسانه‌ها استفاده می‌کنند از مهارت تجزیه و تحلیل یا تفکر انتقادی در سطح پایینی قرار دارند و در این مهارت سطح دانش پایه‌ای آنها در بیشتر موارد در پایین‌ترین سطح مقیاس قرار دارد. این خود عاملی است که این جوانان در هنگام استفاده از شبکه‌های اجتماعی در معرض آسیب‌های اعم از؛ آسیب‌های اجتماعی، فردی و خانوادگی قرار بگیرند و برای در امان ماندن از این نوع آسیب‌ها باید مهارتی به نام «مهارت سواد رسانه‌ای» به این افراد آموزش داده شود زیرا در قرن حاضر وسایل ارتباط جمعی روزبه‌روز گسترده و متنوع‌تر می‌شوند داشتن مهارت سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی بیش‌ازپیش ضروری است. بولگر و دویسون^۲ (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان «وعده، چالش‌ها و آینده سواد رسانه‌ای» به این نتیجه دست یافتند که سواد رسانه‌ای در دنیای حاضر به یک مرکز جاذبه تبدیل شده است. با وجود رسانه‌های مختلف با مطرح شدن اخبار گوناگون و بمباران خبرهای رسانه‌ای که هیچ‌کس در کمین آن در امان نیست. جوانان از اصلی‌ترین اقشار آسیب‌پذیر در مقابل این‌گونه رسانه‌ها قرار دارند و برای مقابله با این آسیب‌ها باید سیاست‌گذاری‌های مناسبی انجام شود مثل آموزش مهارت سواد رسانه‌ای به‌ویژه در مراکز آموزشی همانند مدرسه‌ها و دانشگاه‌ها و در این سیاست‌گذاری‌ها باید معلمان و والدین نیز حضور داشته باشند. بر اساس نتایج این پژوهش و با اتکا بر پژوهش‌های پیشین می‌توان گفت آموزش سواد رسانه‌ای در مقابل کاهش آسیب‌های استفاده از انواع رسانه‌ها مثبت بوده است چراکه رابطه سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی جوانان مثبت اعلام شده است. در پژوهش چیونگ و همکاران^۳ (۲۰۱۷) با عنوان «بررسی تأثیر برنامه آموزشی بر سواد رسانه‌ای جوانان» به تفاوت معنی‌داری بین رفتار گروه آزمودنی با گروهی که مورد آزمون قرار نگرفته بود، دیده شد؛ بنابراین می‌توان نتیجه گرفت جوانانی که مورد آموزش سواد رسانه‌ای قرار

1. Pereira & Moura

2. Bulger & Davison

3. Cheung at al

گرفته‌اند در نسبت با گروه‌های دیگر از رفتار رسانه‌ای (قدرت تجزیه و تحلیل، تفکر انتقادی محتوای رسانه‌ای) مطلوب‌تری برخوردار هستند. بنابراین در پژوهش مشخص شد آموزش درست سواد رسانه‌ای به جوانان با تفکر انتقادی کاربران رابطه مستقیم معنی‌داری وجود دارد. اشمیت^۱ (۲۰۱۵) نیز در پژوهشی با عنوان «آموزش سواد رسانه‌ای در سطح دانشگاه» دریافت که دانشجویان هنگام استفاده از شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌ها در معرض انواع محتوای رسانه‌های مختلف قرار دارند و مهم‌ترین راه برای آموزش سواد رسانه‌ای آموختن شیوه تجزیه و تحلیل و تفکر انتقادی و تولید محتوای رسانه‌ای به دانشجویان است؛ زیرا تنها با آموزش درست سواد رسانه‌ای می‌توان این قشر را از معرض انواع آسیب‌های اجتماعی این رسانه‌ها دور کرد. پس از آموزش‌های مورد نظر مشخص شد سطح سواد رسانه‌ای آنان از وضعیت مطلوبی برخوردار است. نتایج پژوهش لیم و همکاران^۲ (۲۰۱۴) با عنوان «آیا امروز جوانان سنگاپور سواد رسانه‌ای دارند؟» نشان داد جوانان سنگاپوری توانسته‌اند به‌خوبی در زمینه سواد رسانه‌ای آموزش ببینند و مهارت‌های اولیه، تفکر انتقادی، آگاهی و اعتماد به نفس در این مهارت را به‌عنوان مصرف‌کنندگان رسانه‌ها به دست آورده‌اند. ویلسون^۳ (۲۰۱۲) در پژوهشی با عنوان «سواد رسانه‌ای آموزش و امکانات که در بین دانشجویان تربیت معلم» دریافت که این دانشجویان از نظر برخورداری از سواد رسانه‌ای در بعد توانایی تفکر انتقادی و تجزیه و تحلیل در حد پایین قرار دارند، از این رو برنامه‌ای را در جهت آموزش سواد رسانه‌ای برای دانشجویان این دانشگاه ارائه کرد. پانگ^۴ (۲۰۰۷) نیز در پژوهشی که با روش پیمایشی انجام داد به این نتیجه دست یافت، افرادی که در دوره‌های آموزش سواد رسانه‌ای شرکت کرده بودند میزان آگاهی بیشتر و تفکر انتقادی بالاتری داشتند نسبت به افرادی که در دوره‌های مزبور شرکت نکرده بودند؛ بنابراین نتیجه گرفت آنچه در بحث سواد رسانه‌ای بسیار مهم است نیازسنجی صحیح و آموزش درست و گام‌به‌گام آن به جوانان است. فیورشتاین^۵ (۲۰۰۳) در پژوهشی با عنوان «سواد رسانه‌ای در حمایت از تفکر انتقادی» دریافت که آموزش و یادگیری سیستماتیک سواد رسانه‌ای از تفکر انتقادی افراد درباره برنامه‌های

1. Schmidt

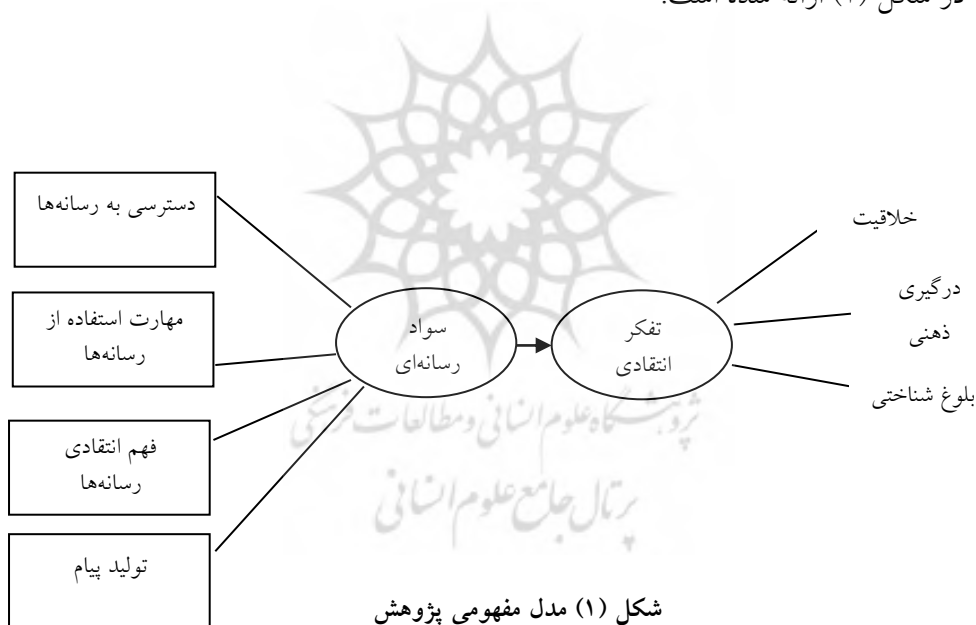
2. Lim et al

3. Wilson

4. Phang

5. Feuerstein

تلویزیونی و تبلیغات رسانه‌ها حمایت می‌کند و باعث واقع‌گرایانه بودن نوع نگاه آنان نسبت به برنامه‌های مختلف رسانه‌ها می‌شود. براین اساس در یک جمع‌بندی از مبانی نظری و پیشینه‌های انجام گرفته می‌توان گفت، با وجود پژوهش‌های مختلف در حوزه سواد رسانه‌ای و ارزیابی موضوع مورد نظر از جنبه‌های گوناگون و در نتیجه نگرانی و دغدغه مسئولان، متخصصان و خانواده‌ها در رابطه با آسیب‌های حوزه مورد نظر، همچنان نیاز است به اجرای پژوهش‌هایی در خصوص چگونگی روابط سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی در آینده می‌تواند باعث کاهش آسیب‌های این حوزه شود. بنابراین با توجه به مرور مبانی نظری و پیشینه‌های پژوهشی می‌توان روابط میزان سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی در پژوهش حاضر را محتمل و مستقیم دانست؛ از این رو مدل مفهومی در شکل (۱) ارائه شده است.



هدف‌ها و پرسش‌های پژوهش

هدف کلی از اجرای این پژوهش، شناسایی رابطه میزان سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی دانشجویان کارشناسی دانشگاه بوعلی سینا بود. پرسش‌های پژوهش به‌قرار زیر است:

- ۱- وضعیت سواد رسانه‌ای دانشجویان مقطع کارشناسی دانشگاه بوعلی سینا چگونه است؟
- ۲- میزان تفکر انتقادی دانشجویان مقطع کارشناسی دانشگاه بوعلی سینا چگونه است؟
- ۳- چه رابطه‌ای بین دسترسی به رسانه‌ها و تفکر انتقادی در دانشجویان کارشناسی دانشگاه بوعلی سینا وجود دارد؟
- ۴- چه رابطه‌ای بین مهارت‌های استفاده از رسانه‌ها و تفکر انتقادی در دانشجویان کارشناسی دانشگاه بوعلی سینا وجود دارد؟
- ۵- چه رابطه‌ای بین مهارت‌های فهم انتقادی پیام‌های رسانه‌ای و تفکر انتقادی در دانشجویان کارشناسی دانشگاه بوعلی سینا وجود دارد؟
- ۶- چه رابطه‌ای بین مهارت‌های تولید پیام‌های رسانه‌ای و تفکر انتقادی در دانشجویان کارشناسی دانشگاه بوعلی سینا وجود دارد؟
- ۷- کدام یک از مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای توانایی پیش‌بینی تفکر انتقادی دانشجویان کارشناسی را دارند؟

روش پژوهش

در این پژوهش از روش توصیفی- همبستگی استفاده شده است. پژوهش همبستگی روشی است که قصد آن کشف و روشن ساختن روابط متغیرها از یک گروه مورد آزمودنی به صورت ضریب همبستگی است. جامعه آماری پژوهش دانشجویان کارشناسی دانشگاه بوعلی سینا همدان به تعداد ۷۰۸۷ نفر بود. حجم نمونه با استفاده از جدول کرجسی و مورگان و به روش نمونه‌گیری طبقه‌ای نسبی ۵۰۰ نفر تعیین شد. در ادامه برای گردآوری داده‌های مورد نیاز از یک پرسشنامه محقق‌ساخته (سنجش سواد رسانه‌ای) و یک پرسشنامه استاندارد (تفکر انتقادی ریکتس، ۲۰۰۵) استفاده شده است. برای تعیین روایی آنها از روایی محتوایی بهره گرفته شد و همچنین پایایی پرسشنامه‌های مذکور با استفاده از آلفای کرونباخ به ترتیب ۰/۷۴ و ۰/۸۵ محاسبه شد. سپس داده‌های گردآوری شده با استفاده از شاخص‌های آمار توصیفی و استنباطی مانند فراوانی، میانگین، درصد، آزمون کالموگرف-اسمیرنوف، آزمون T تک‌گروهی، آزمون همبستگی پیرسون و آزمون رگرسیون گام‌به‌گام در محیط نرم‌افزار SPSS تجزیه و تحلیل شد.

یافته‌ها

با استفاده از روش‌های آمار توصیفی و آمار استنباطی مناسب، داده‌های گردآوری شده، تجزیه و تحلیل شد.

توزیع پاسخگویان بر حسب سن و جنسیت

بر اساس داده‌های به دست آمده، اکثر نمونه مورد مطالعه یعنی ۱۷۴ نفر (۳۴/۸ درصد) ۲۰ سال سن دارند. ۱۲۷ نفر (۲۵/۴ درصد) ۲۱ سال، ۱۰۸ نفر (۲۱/۸ درصد) ۲۲ سال، ۳۹ نفر (۷/۸ درصد) ۱۹ سال و ۲۴ نفر (۴/۸ درصد) بیشتر از ۲۲ سال هستند. همچنین جنسیت ۵۳/۴ درصد از پاسخگویان، مرد و ۴۶/۶ درصد زن است.

پیش‌فرض استفاده از آزمون‌های آماری پارامتریک

جدول (۱) نتیجه آزمون کالموگروف - اسمیرونوف برای نرمال بودن توزیع داده‌ها

متغیر	تعداد نمونه	مقدار Z	سطح معنی داری
تفکر انتقادی	۵۰۰	۱/۰۲۳	۰/۲۴۶
سواد رسانه‌ای	۵۰۰	۱/۳۳۱	۰/۰۵۸

با توجه به نتایج آزمون کالموگروف - اسمیرونوف در جدول (۱) می‌توان گفت که متغیرهای اصلی پژوهش یعنی تفکر انتقادی و سواد رسانه‌ای نرمال هستند؛ زیرا سطح معنی داری مقادیر Z در هریک از متغیرها بزرگ‌تر از ۰/۰۵ است ($p > 0.05$). بنابراین می‌توان از آزمون‌های پارامتریک برای تحلیل پرسش‌های پژوهش استفاده کرد.

پرسش ۱ - وضعیت سواد رسانه‌ای دانشجویان مقطع کارشناسی دانشگاه بوعلی

سینا چگونه است؟

جدول (۲) بررسی وضعیت سواد رسانه‌ای دانشجویان دانشگاه بوعلی سینا با استفاده از آزمون t

تک‌گروهی

شاخص متغیر	میانگین مشاهده شده	انحراف استاندارد	میانگین آماری ^۱	مقدار آماره t	درجه آزادی	سطح معنی‌داری
سواد رسانه‌ای	۳/۲۳	۰/۶۱	۳	۸/۵۷	۴۹۹	**۰/۰۰۰۱
تفکر انتقادی	دسترسی به رسانه‌ها	۳/۱۸	۳	۵/۲۰	۴۹۹	**۰/۰۰۰۱
	میزان استفاده از رسانه‌ها	۳/۳۹	۳	۱۱/۳۲	۴۹۹	**۰/۰۰۰۱
	تفکر انتقادی در مورد رسانه‌ها	۳/۲۵	۳	۷/۷۸	۴۹۹	**۰/۰۰۰۱
	تولید پیام‌های رسانه‌ای	۳/۱۱	۰/۶۵	۳	۳/۹۹	۴۹۹

* در سطح ۰/۰۵ معنی‌دار است. ** در سطح ۰/۰۱ معنی‌دار است.

بر اساس نتایج آزمون t تک‌گروهی در جدول (۲) میانگین سواد رسانه‌ای دانشجویان مقطع کارشناسی دانشگاه بوعلی سینا ۳/۲۳ با انحراف معیار ۰/۶۱ به دست آمده است که از میانگین آماری (۳) بزرگ‌تر است و این تفاوت در سطح ۰/۰۱ معنی‌دار است؛ زیرا ($p < ۰/۰۱$) بنابراین با ۹۹ درصد اطمینان می‌توان گفت که میزان سواد رسانه‌ای دانشجویان مقطع کارشناسی دانشگاه بوعلی سینا بالاتر از حد متوسط (۳) است. همچنین میانگین مؤلفه دسترسی به رسانه‌ها ۳/۱۸ با انحراف معیار ۰/۷۷، استفاده از رسانه‌ها ۳/۳۹ با انحراف معیار ۰/۷۷، تفکر انتقادی در مورد رسانه‌ها ۳/۲۵ با انحراف معیار ۰/۷۳ و تولید پیام‌های رسانه‌ای ۳/۱۱ با انحراف معیار ۰/۶۵ به دست آمده است که از میانگین آماری (۳) بزرگ‌تر هستند و این تفاوت‌ها در سطح ۰/۰۵ معنی‌دار است؛ زیرا ($p < ۰/۰۵$) بنابراین با ۹۹ درصد اطمینان می‌توان گفت که میزان سواد رسانه‌ای و مؤلفه‌های آن یعنی دسترسی به رسانه‌ها، میزان استفاده از رسانه‌ها، تفکر انتقادی در مورد رسانه‌ها و تولید پیام‌های رسانه‌ای دانشجویان مقطع کارشناسی دانشگاه بوعلی سینا بالاتر از حد متوسط (۳) است.

^۱ میانگین آماره هر گویه در مقیاس پرسشنامه‌های سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی ۳ است؛ زیرا $۱۵:۵ = ۳+۱$

پرسش ۲- میزان تفکر انتقادی دانشجویان مقطع کارشناسی دانشگاه بوعلی سینا چگونه است؟

جدول (۳) بررسی وضعیت تفکر انتقادی دانشجویان دانشگاه بوعلی سینا با استفاده از آزمون t

تک‌گروهی

شاخص متغیر	میانگین مشاهده شده	انحراف استاندارد	میانگین آماری	مقدار آماره t	درجه آزادی	سطح معنی داری
تفکر انتقادی	۳/۳۸	۰/۳۸	۳	۲۲/۳۹	۴۹۹	**۰/۰۰۰۱
خلاقیت	۳/۳۰	۰/۳۲	۳	۲۰/۶۵	۴۹۹	**۰/۰۰۰۱
بلوغ شناختی	۳/۳۶	۰/۶۱	۳	۱۳/۳۴	۴۹۹	**۰/۰۰۰۱
درگیری ذهنی	۳/۴۸	۰/۴۸	۳	۲۲/۶۳	۴۹۹	**۰/۰۰۰۱

* در سطح ۰/۰۵ معنی دار است. ** در سطح ۰/۰۱ معنی دار است.

نتایج آزمون t تک‌گروهی در جدول (۳) نشان می‌دهد میانگین تفکر انتقادی دانشجویان مقطع کارشناسی دانشگاه بوعلی سینا ۳/۳۸ با انحراف معیار ۰/۳۸ به دست آمده است که از میانگین آماری (۳) بزرگ‌تر است و این تفاوت در سطح ۰/۰۱ معنی دار است؛ زیرا ($p < ۰/۰۱$) بنابراین با ۹۹ درصد اطمینان می‌توان گفت که میزان تفکر انتقادی دانشجویان مقطع کارشناسی دانشگاه بوعلی سینا بالاتر از حد متوسط (۳) است. همچنین میانگین مؤلفه خلاقیت ۳/۳۰ با انحراف معیار ۰/۳۲، بلوغ شناختی ۳/۳۶ با انحراف معیار ۰/۶۲ و درگیری ذهنی ۳/۴۸ با انحراف معیار ۰/۴۸ به دست آمده است که از میانگین آماری (۳) بزرگ‌تر هستند و این تفاوت‌ها در سطح ۰/۰۱ معنی دار است؛ زیرا ($p < ۰/۰۱$) بنابراین با ۹۹ درصد اطمینان می‌توان گفت که میزان تفکر انتقادی و مؤلفه‌های آن یعنی خلاقیت، بلوغ شناختی و درگیری ذهنی دانشجویان مقطع کارشناسی دانشگاه بوعلی سینا بالاتر از حد متوسط (۳) است.

پرسش ۳- چه رابطه‌ای بین دسترسی به رسانه‌ها و تفکر انتقادی دانشجویان وجود دارد؟

جدول (۴) بررسی رابطه دسترسی به رسانه‌ها و تفکر انتقادی دانشجویان با استفاده از آزمون همبستگی پیرسون

رابطه متغیرها	تعداد	ضریب همبستگی	سطح معنی‌داری
رابطه دسترسی به رسانه‌ها و تفکر انتقادی دانشجویان	۵۰۰	۰/۵۵۴	**۰/۰۰۰۱

** در سطح ۰/۰۵ معنی‌دار است. ** در سطح ۰/۰۱ معنی‌دار است.

نتایج آزمون همبستگی پیرسون در جدول (۴) نشان داد که بین دسترسی به رسانه‌ها و تفکر انتقادی دانشجویان ($p=۰/۰۰۰۱$ و $r=۰/۵۵۴$) رابطه مثبت و معنی‌داری در سطح ۰/۰۱ وجود دارد؛ به عبارتی با ۹۹ درصد اطمینان می‌توان گفت که با افزایش دسترسی دانشجویان به رسانه‌ها، میزان تفکر انتقادی آنان افزایش می‌یابد و برعکس.

پرسش ۴- چه رابطه‌ای بین مهارت‌های استفاده از رسانه‌ها و تفکر انتقادی دانشجویان وجود دارد؟

جدول (۵) بررسی رابطه مهارت‌های استفاده از رسانه‌ها و تفکر انتقادی دانشجویان با استفاده از آزمون همبستگی پیرسون

رابطه متغیرها	تعداد	ضریب همبستگی	سطح معنی‌داری
رابطه مهارت‌های استفاده از رسانه‌ها و تفکر انتقادی دانشجویان	۵۰۰	۰/۵۸۸	**۰/۰۰۰۱

** در سطح ۰/۰۵ معنی‌دار است. ** در سطح ۰/۰۱ معنی‌دار است.

نتایج آزمون همبستگی پیرسون در جدول (۵) نشان داد که بین مهارت‌های استفاده از رسانه‌ها و تفکر انتقادی دانشجویان ($p=۰/۰۰۰۱$ و $r=۰/۵۸۸$) رابطه مثبت و معنی‌داری در سطح ۰/۰۱ وجود دارد؛ به عبارتی با ۹۹ درصد اطمینان می‌توان گفت که با افزایش مهارت‌های استفاده از رسانه‌ها، میزان تفکر انتقادی آنان افزایش می‌یابد و برعکس.

پرسش ۵- چه رابطه‌ای بین مهارت‌های فهم انتقادی پیام‌های رسانه‌ای و تفکر انتقادی دانشجویان وجود دارد؟

جدول (۶) بررسی رابطه مهارت‌های فهم انتقادی پیام‌های رسانه‌ای و تفکر انتقادی دانشجویان با استفاده از آزمون همبستگی پیرسون

رابطه متغیرها	تعداد	ضریب همبستگی	سطح معنی داری
رابطه مهارت‌های فهم انتقادی پیام‌های رسانه‌ای و تفکر انتقادی دانشجویان	۵۰۰	۰/۵۹۲	**۰/۰۰۰۱

* در سطح ۰/۰۵ معنی دار است. ** در سطح ۰/۰۱ معنی دار است.

نتایج آزمون همبستگی پیرسون در جدول (۶) نشان داد که بین مهارت‌های فهم انتقادی پیام‌های رسانه‌ای و تفکر انتقادی دانشجویان ($p=۰/۰۰۰۱$ و $r=۰/۵۹۲$) رابطه مثبت و معنی داری در سطح ۰/۰۱ وجود دارد؛ به عبارتی با ۹۹ درصد اطمینان می‌توان گفت که با افزایش مهارت‌های فهم انتقادی پیام‌های رسانه‌ای توسط دانشجویان، میزان تفکر انتقادی آنان افزایش می‌یابد و برعکس.

پرسش ۶- چه رابطه‌ای بین مهارت‌های تولید پیام‌های رسانه‌ای و تفکر انتقادی دانشجویان وجود دارد؟

جدول (۷) بررسی رابطه مهارت‌های تولید پیام‌های رسانه‌ای و تفکر انتقادی دانشجویان با استفاده از آزمون همبستگی پیرسون

رابطه متغیرها	تعداد	ضریب همبستگی	سطح معنی داری
رابطه مهارت‌های تولید پیام‌های رسانه‌ای و تفکر انتقادی دانشجویان	۵۰۰	۰/۴۸۷	**۰/۰۰۰۱

* در سطح ۰/۰۵ معنی دار است. ** در سطح ۰/۰۱ معنی دار است.

نتایج آزمون همبستگی پیرسون در جدول (۷) نشان داد که بین مهارت‌های تولید پیام‌های رسانه‌ای و تفکر انتقادی دانشجویان ($p=0/0001$ و $r=0/487$) رابطه مثبت و معنی‌داری در سطح $0/01$ وجود دارد؛ به عبارتی با ۹۹ درصد اطمینان می‌توان گفت که با افزایش مهارت‌های تولید پیام‌های رسانه‌ای توسط دانشجویان، میزان تفکر انتقادی آنان افزایش می‌یابد و برعکس.

پرسش ۷- کدام یک از مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای توانایی پیش‌بینی تفکر انتقادی دانشجویان را دارند؟

برای پیش‌بینی تفکر انتقادی دانشجویان بر اساس میزان سواد رسانه‌ای آنان و همچنین مقایسه شدت تأثیر مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای بر میزان تفکر انتقادی آنان از تحلیل رگرسیون چندمتغیره هم‌زمان استفاده شده است. پیش از انجام رگرسیون لازم است پیش‌فرض‌های رگرسیون رعایت شود. اولین و مهم‌ترین پیش‌فرض رگرسیون، خطی بودن روابط متغیرهای مستقل و وابسته است. بر اساس آنچه در ضریب پیرسون مطرح شده است، روابط متغیرهای مستقل و متغیر وابسته خطی است (پرسش‌های پژوهش). همچنین توزیع متغیر وابسته نیز نرمال است. علاوه بر این، از آماره دوربین- واتسون^۱ برای سنجش مستقل بودن همبستگی باقیمانده استفاده شده است. مقدار آماره دوربین - واتسون برابر با $1/95$ است که نشان می‌دهد باقیمانده‌ها با هم همبستگی ندارند^۲ و مستقل از هم هستند. همچنین، واریانس خطاها با هم برابر و ثابت است. برای آگاهی از چگونگی روابط هم خطی^۳ بین متغیرهای مستقل از آماره تولرنس استفاده شده است. بر اساس شاخص‌های هم خطی بودن (تولرنس^۴ و تورم واریانس (VIF))؛ بین متغیرهای پیش‌بین هم خطی وجود نداشته و نتایج حاصل از مدل رگرسیون قابل اتکا است. بنابراین شرایط استفاده از رگرسیون برقرار هست. مقدار F مشاهده شده در رگرسیون در سطح $0/01$ معنی‌دار بوده ($p<0/01$)؛ یعنی

۱. Durbin-Watson

۲. مقدار این آماره بین ۰ تا ۴ است. اگر باقیمانده‌ها با یکدیگر همبستگی نداشته باشند، این آماره نزدیک به ۲ خواهد بود.

۳. در رگرسیون چند متغیره هیچ یک از متغیرهای مستقل نباید رابطه خطی با سایر متغیرهای مستقل داشته باشند.

۴. ضریب تولرنس بین ۰ و ۱ در نوسان است. بنابراین، هرچه ضریب تولرنس نزدیک به ۱ باشد، میزان هم خطی کمتر است.

می‌توان گفت که مدل رگرسیونی پژوهش، مدل مناسبی برای تبیین متغیر وابسته است و متغیرهای پژوهش می‌توانند تغییرات متغیر وابسته را توضیح دهند. بنابراین مفروضات استفاده از رگرسیون برقرار است.

جدول (۸) رگرسیون چندمتغیره هم‌زمان بین مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی دانشجویان

دوربین واتسون	ضریب تعیین اصلاح شده R^2	ضریب تعیین R^2	ضریب همبستگی (R)	سطح معنی داری	آماره F	میانگین مجذورات	درجه آزادی df	مجموع مجذورات SS	شاخص‌ها
۱/۹۵	۰/۴۴۰	۰/۴۴۴	۰/۶۶۷	۰/۰۰۰۱	۹۸/۹۵	۸/۱۹۸	۴	۳۲/۷۹۱	رگرسیون
						۰/۰۸۳	۴۹۵	۴۱/۰۰۹	باقیمانده
							۴۹۹	۷۳/۸۰۱	کل

با توجه به مقدار R^2 تعدیل‌شده در جدول (۸)، مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای، در مجموع ۴۴ درصد از واریانس نمره‌های تفکر انتقادی دانشجویان را تبیین می‌کنند. به عبارت دیگر، فقط ۴۴ درصد از تغییرات میزان تفکر انتقادی دانشجویان، ناشی از مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای آنان است.

جدول (۹) نتایج تحلیل رگرسیون چندمتغیره هم‌زمان برای پیش‌بینی تفکر انتقادی دانشجویان بر اساس مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای

مفروضه‌های هم‌خطی		سطح معنی داری	t	ضرایب استاندارد	ضرایب غیراستاندارد		
تورم واریانس VIF	تولرنس Tolerance				Beta	B	
		۰/۰۰۰۱	۲۸/۳۴۸		۰/۰۷۲	۲/۰۲۹	مقدار ثابت
۲/۲۳۶	۰/۴۴۷	۰/۰۰۲	۳/۱۲۳	۰/۱۵۶	۰/۰۲۵	۰/۰۷۷	دسترسی به رسانه‌ها
۲/۳۸۴	۰/۴۱۹	۰/۰۰۰۱	۴/۹۸۰	۰/۲۵۸	۰/۲۶	۰/۱۲۸	مهارت استفاده از رسانه‌ها
۲/۸۹۳	۰/۳۴۶	۰/۰۰۱	۳/۳۵۹	۰/۱۹۱	۰/۰۳۰	۰/۱۰۰	فهم انتقادی پیام‌های رسانه‌ای
۱/۴۵۳	۰/۶۸۸	۰/۰۰۰۱	۴/۷۱۱	۰/۱۹۰	۰/۰۲۴	۰/۱۱۲	مهارت تولید پیام‌های رسانه‌ای

به‌منظور شناسایی و مقایسه شدت و جهت تأثیر مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای، ضرایب بتا نیز محاسبه شده است. با توجه به مقادیر Beta و سطح معنی‌داری مقادیر t در جدول (۹)، همه مؤلفه‌های دسترسی به رسانه‌ها، مهارت استفاده از رسانه‌ها، فهم انتقادی پیام‌های رسانه‌ای و مهارت تولید پیام‌های رسانه‌ای بر میزان تفکر انتقادی دانشجویان تأثیر داشته و وارد مدل رگرسیون شدند، بنابراین همه مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای، توانایی پیش‌بینی میزان تفکر انتقادی دانشجویان را دارند. تأثیر مؤلفه دسترسی به رسانه‌ها مثبت و به اندازه ۰/۱۵۶، تأثیر مؤلفه مهارت استفاده از رسانه‌ها مثبت و به اندازه ۰/۲۵۸، تأثیر فهم انتقادی پیام‌های رسانه‌ای مثبت و به اندازه ۰/۱۹۱ و تأثیر مهارت‌های تولید پیام‌های رسانه‌ای نیز مثبت و به اندازه ۰/۱۹۰ است. با توجه به اینکه سطح معنی‌داری مقدار t به دست آمده کمتر از ۰/۰۵ است، این مؤلفه‌ها سهم معنی‌داری در پیش‌بینی میزان تفکر انتقادی دانشجویان دارند و بیشترین تأثیر مربوط به مهارت استفاده از رسانه‌ها (۰/۲۵۸) و کمترین تأثیر مربوط به دسترسی به رسانه‌ها- (۰/۱۵۶) است. ضرایب متغیرهای مؤثر در مدل، در زیر آمده است. مدل نهایی عبارت است از:

$$= \text{فهم انتقادی پیام‌های رسانه‌ای}(۰/۱۹۱) + \text{مهارت استفاده از رسانه‌ها}(۰/۲۵۸) + \text{دسترسی به رسانه‌ها}(۰/۱۵۶)$$

میزان تفکر انتقادی

$$+ ۲/۰۲۹ \text{ (مهارت تولید پیام‌های رسانه‌ای)} + ۰/۱۹۰$$

بحث و نتیجه‌گیری

در عصر حاضر، رسانه‌ها در اشکال مختلف و با پیام‌های متنوع مخاطبان را در فرایندهای شناختی، عاطفی و هیجانی عمیق درگیر می‌کنند. این رسانه‌ها خواه در قالب ارائه متن، صدا، تصویر، ویدئو یا ترکیبی از آنها و خواه با درگیر کردن مخاطب در فعالیت‌های جدی، فرصت‌های تفریحی، آموزشی، انگیزشی، ارزیابی، تجاری و فکری متنوعی را برای مخاطب فراهم می‌آورند. دامنه این رسانه‌ها می‌تواند روزنامه، فیلم، رادیو، تلویزیون، کتاب، شبکه‌های اجتماعی، پایگاه‌های خبری اینترنتی و بازی‌های رایانه‌ای را دربرگیرد. بنابراین، در روند پرشتاب جهان امروز، فناوری ارتباطی با سرعتی غیرقابل تصور پیشرفت کرده و چهره جهان را تغییر داده است و این گستردگی به‌طوری است که جهان تازه‌ای در حال شکل‌گیری است؛ زیرا دیگر برخلاف گذشته فناوری ارتباطی فقط در دست متخصصان نیست و در زندگی روزمره

افراد معمولی به‌ویژه جوانان به یک نیاز تبدیل شده است. بر این اساس، در روند گسترش رسانه‌های نوین ارتباطی در جوانان، کاربران این رسانه‌ها برای استفاده مناسب از فرصت‌های رسانه‌ای و تبدیل تهدیدهای آن به فرصت‌های جدید باید چگونگی دسترسی و استفاده از رسانه‌ها را بیاموزند و با نقد آنها بر توان تفسیر و ایجاد فهم شخصی خود بیفزایند و فهم خود را در قالب محتواهای رسانه‌ای برای مصرف خود و دیگران تولید و ارائه کنند. چنین فرصت‌هایی به‌ویژه با توسعه ابزارهای نسل دوم وب، نرم‌افزارهای منبع باز و تسهیل دسترسی به اینترنت و ابزارهای رایانه‌ای تسهیل شده است. مجموعه این قابلیت‌ها که فرد برای دسترسی و استفاده، نقد و تولید پیام‌های رسانه‌ای به‌صورت ارزیابانه و خلاقانه به کار می‌گیرد، سواد رسانه‌ای نامیده می‌شود.

بنابراین، پایه اصلی سواد رسانه‌ای، تفکر انتقادی است. تفکر انتقادی، یک فرایند قضاوت خودتنظیم و هدفمند است که در نتیجه تفسیر، تحلیل، ارزشیابی و استنباط شکل می‌گیرد. تفکر انتقادی توضیح ملاحظات بدیهی، مفهومی، متدولوژیکی، معیاری و زمینه‌ای قضاوت است. توانایی تفکر و اندیشه مستدل و منطقی پیرامون مسائل و تشخیص و قضاوت صحیح درباره آنها به‌منظور دستیابی به زندگی موفق و سعادت‌مند است. در همین خصوص، واتسون و گلنزر (۲۰۰۰) مهارت‌های پنجگانه؛ تحلیل، استنباط، ارزشیابی، استدلال استقرایی و استدلال قیاسی را برای تفکر انتقادی ارائه کرده‌اند که در تحلیل سواد رسانه‌ای به‌شدت احساس می‌شود. از این‌رو، هدف از اجرای این پژوهش، شناسایی رابطه میزان سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی دانشجویان کارشناسی دانشگاه بوعلی سینا بوده است. در این رابطه، نخست وضع موجود سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی ۵۰۰ نفر از دانشجویان کارشناسی با استفاده از پرسشنامه محقق‌ساخته سواد رسانه‌ای و پرسشنامه استاندارد تفکر انتقادی ریتکس (۲۰۰۵) ارزیابی شد. یافته‌های پژوهش نشان داد بین سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی با ضریب همبستگی ۰/۶۶۵ و با اطمینان ۹۹ درصد رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد و چون ضریب همبستگی بالای ۰/۵ است این رابطه قوی است. همچنین بین متغیر سواد رسانه‌ای با ابعاد متغیر تفکر انتقادی نیز رابطه معنی‌دار مستقیم دیده شد. به بیان دیگر، شواهد کافی وجود دارد برای اینکه بگوییم دو متغیر سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی در جامعه مورد بررسی باهم ارتباط دارند و این ارتباط، تصادفی نیست. پس می‌توان نتیجه گرفت که اگر دانشجویان از سواد رسانه‌ای بیشتری برخوردار باشند، به‌مراتب از

تفکر انتقادی افزون‌تری بهره‌مند خواهند بود و مسلماً این امر بر مؤلفه‌هایی که دارای شدت همبستگی با سواد رسانه‌ای هستند تأثیرگذار خواهد بود؛ زیرا نتایج نشان‌دهنده آن است که دانشجویان در دسترسی و استفاده از رسانه‌ها، وضع مطلوب و در نقد رسانه‌ها و تولید پیام‌های رسانه‌ای، دارای مهارت‌های لازم نیستند. همچنین میزان تفکر انتقادی و مؤلفه‌های آن یعنی خلاقیت، بلوغ شناختی و درگیری ذهنی دانشجویان مقطع کارشناسی دانشگاه بوعلی سینا بالاتر از حد متوسط است؛ بنابراین همه مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای، توانایی پیش‌بینی میزان تفکر انتقادی دانشجویان را دارند. بر این اساس، تأثیر مؤلفه دسترسی به رسانه‌ها مثبت و به اندازه ۰/۱۵۶، تأثیر مؤلفه مهارت استفاده از رسانه‌ها مثبت و به اندازه ۰/۲۵۸، تأثیر فهم انتقادی پیام‌های رسانه‌ای مثبت و به اندازه ۰/۱۹۱ و رابطه مهارت‌های تولید پیام‌های رسانه‌ای نیز مثبت و به اندازه ۰/۱۹۰ است. این یافته‌ها با نتایج پژوهش‌های باباپیرعلی (۱۳۹۷)؛ بوربور و همکاران (۱۳۹۷)؛ حسنان (۱۳۹۶)؛ مالکی و صنیع ثالث (۱۳۹۵)؛ حاجی‌حیدری و یزدیان (۱۳۹۰)؛ پیرا و مورا (۲۰۱۸)؛ ولگر و دویسون (۲۰۱۸)؛ چینگ و همکاران (۲۰۱۷) و اشمیت (۲۰۱۵) همسویی دارد.

پیشنهادها

- ۱- تألیف بسته‌های آموزشی سواد رسانه‌ای متناسب با نیازهای دانشجویان با تأکید بر نقش تفکر انتقادی در جهت ارتقای میزان سواد رسانه‌ای دانشجویان.
- ۲- توجه به نقش تفکر انتقادی به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای که نقش مهمی را در خلاقیت دانشجویان دارد و خودداری از انتقال صرف اطلاعات به دانشجویان در دانشگاه.
- ۳- برگزاری جلسه‌های نقد و بررسی رسانه‌های مختلف و همچنین دعوت از استادان علوم ارتباطات برای ارائه سمینار در مورد نقش رسانه‌ها در توسعه هدف‌های آموزشی- پژوهشی دانشجویان، در جهت تقویت مهارت‌های سواد رسانه‌ای.
- ۴- طراحی دوره‌های آموزشی سواد اطلاعاتی - رسانه‌ای و ارائه آن به‌عنوان یکی از پیش‌نیازهای اساسی پژوهش در تمامی رشته‌های تحصیلی در مقاطع مختلف دانشگاهی.

- ۵- با توجه به گسترش فناوری اطلاعات و ارتباطات و رسانه‌های جمعی باید از این رسانه‌ها برای ارتقای سطح سواد رسانه‌ای دانشجویان در مؤلفه‌های تفکر انتقادی و تولید پیام‌های رسانه‌ای استفاده شود.
- ۶- برگزاری کارگاه‌های آموزشی سواد رسانه‌ای در دانشگاه‌ها در جهت ارتقای سطح سواد رسانه‌ای دانشجویان در مؤلفه‌های تفکر انتقادی و تولید پیام‌های رسانه‌ای.
- ۷- مهیا کردن بسترهای قانونی کلاس آموزش سواد رسانه‌ای در جهت گنجاندن در برنامه‌های درسی دانشگاه‌ها.
- ۸- تشکیل کارگروهی برای مطالعه، پژوهش و شناسایی تجربیات کشورهای پیشرو در امر آموزش سواد رسانه‌ای مثل کانادا، ژاپن و دیگر کشورهای پیشگام در این حوزه با هدف نهادینه کردن تفکر انتقادی در برنامه‌های آموزش سواد رسانه‌ای.
- ۹- برگزاری مداوم و منظم نشست‌ها و همایش‌های تخصصی مرتبط با موضوعات سواد رسانه‌ای از سوی نهادهای مرتبط همچون وزارت علوم تحقیقات و فناوری و سازمان صداوسیما به صورت سالیانه و آموزش مهارت‌های مطالعه یا تماشای انتقادی رسانه‌های مختلف به دانشجویان از طریق این نهادها.

منابع

- باباپیرعلی، سمیه (۱۳۹۷) نقش سواد رسانه‌ای در تجزیه و تحلیل و الگوپذیری مخاطبان از تبلیغات اقناعی تلویزیون. ماهنامه مدیریت رسانه، ۴۳، ۹۱-۱۱۰.
- بوربور، سمیه؛ فقیهی، مهدی و یزدان‌پناه، احمدعلی (۱۳۹۷). بررسی اثربخشی سواد رسانه‌های دیجیتالی بر رشد مهارت‌های اجتماعی دانش‌آموزان (مطالعه موردی: دانش‌آموزان تشکیلات فرزنانگان متوسطه دوره اول کرج). مطالعات کاربردی در علوم مدیریت و توسعه، ۳ (۱۰)، ۱۵۶-۱۸۳.
- پاتر، دلبیو. جیمز (۱۳۹۱). نظریه سواد رسانه‌ای، رهیافتی شناختی؛ ترجمه ناصر اسدی، محمد سلطانی فر و شهناز هاشمی. تهران: انتشارات سیما شرق.
- تقی‌زاده، عباس و کیا، علی اصغر (۱۳۹۳). نیازسنجی برنامه آموزش سواد رسانه‌ای در مدارس. فصلنامه مطالعات فرهنگ ارتباطات، ۱۵ (۲۶)، ۸۰-۱۰۱.
- حاجی‌حیدری، حامد و یزدیان، امیر (۱۳۹۰). سنجش و کاربست الگوی پنج سطحی سواد رسانه‌ای انتقادی: مطالعه موردی دانشجویان دانشکده صداوسیما جمهوری اسلامی ایران. فصلنامه جهانی رسانه، ۶ (۲)، ۳۰-۵۷.
- حسنان، اکرم (۱۳۹۶) رابطه سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی با خلاقیت و مهارت‌های فراشناختی در دانشجویان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق.
- سراجی، فرهاد و شریفی، مجید (۱۳۹۷). بررسی وضع موجود سواد رسانه‌ای دانشجویان و شناسایی نیازهای آموزشی دانشجویان کارشناسی دانشگاه بوعلی سینا در زمینه سواد رسانه‌ای. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه بوعلی سینا همدان.
- سراجی، فرهاد؛ هدایتی منظور، جواد و افضل‌ی، افشین (۱۳۹۷). بررسی رابطه بین میزان استفاده از فضای مجازی با توانایی‌های شناختی و تفکر انتقادی دانشجویان دانشگاه بوعلی سینا در سال تحصیلی ۹۶-۹۵. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه بوعلی سینا همدان.
- شجاعی، مهناز و امیرپور، مهناز (۱۳۹۱). بررسی وضعیت سواد رسانه‌ای دانشجویان خراسان شمالی در جامعه اطلاعاتی. فصلنامه مطالعات جامعه‌شناختی جوانان، ۳ (۷)، ۴۳-۵۶.

- صفری مطلق، حمید (۱۳۹۲). بررسی رابطه بین توانایی‌های شناختی و مهارت‌های تفکر انتقادی دانشجویان دانشگاه بوعلی سینا همدان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه بوعلی سینا همدان.
- عبدلی سلطان‌احمدی، جواد؛ علیزاده، رقیه و حداد، زهرا (۱۳۹۶). تأثیر آموزش سواد رسانه‌ای بر مهارت‌های تفکر انتقادی دانش‌آموزان. فصلنامه مطالعات رسانه‌ای، ۱۳ (۴۶)، ۱۱۹-۱۳۴.
- قاضی مرادی، حسن (۱۳۹۱). درآمدی بر تفکر انتقادی. تهران: نشر ذات.
- کلانتری، عبدالحسین و مؤمنی، حسن (۱۳۹۴). سواد رسانه‌ای به‌مثابه سود-ضرر. فصلنامه مهندسی فرهنگی، ۹ (۸۳)، ۱۱۱-۱۲۵.
- مالکی، شهاب و صنیع‌ثالث، زهره (۱۳۹۵). بررسی رابطه بین استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات با تفکر انتقادی در دانشگاه علوم پزشکی شهرکرد. فصلنامه راهبردهای توسعه در آموزش عالی، ۳ (۲)، ۵۶-۶۴.
- Aybek, B. & Aslan, S. (2015). Examination of the relationship between the critical thinking dispositions of prospective teachers and their attitudes towards multicultural education trends. 3rd International Congress on Curriculum and Instruction, Adana.
- Andolina, Milk (2001). *Critical thinking for working students*. Tcolumiga Tdelmar press.
- American Psychological Association Commission on Violence and Youth. By Gentry, Jacquelyn; Eron, Leonard D. (1993). *American Psychologist*, 48 (2), Feb 1993, 89.
- Bulger, M. & Davison, P. (2018). The promises, Challenges and Futures of Media Literacy. *Journal of Media Literacy Education*, 10 (1) 1-21.
- Cheung, C. (2017). Promoting media literacy education in China: A case study of a primary school. *International Journal of Adolescence & Youth*, 21 (2), 215-217.
- Erişti, B. & Erdem, C. (2017). Development of a media literacy skills scale. *Contemporary Educational Technology*, 8 (3), 249-267.
- Feuerstein, M. (2003). Media literacy in support of critical thinking. *Journal of Educational Media*, 24 (1), 43-54.
- Johnson, G. M. (2013). Tactile input features of hardware: Cognitive processing in relation to digital device. *International Journal of Research and Reviews in Applied Sciences*, 41 (2), 464-469.
- Lim, S. S. et al (2014) Critical literacy, self-protection and delinquency: The challenges of participatory media for youths at-risk. *Learning, Media & Technology*, 38 (2).

- Oxstrand, B. (2009). *Media literacy education - A discussion about Media Department of Journalism and Mass Communication, University of Gothenburg, Sweden*. Education in the Western countries, Europe and Sweden.
- Parsons, P. (2007). Indirect measures: Institutional data, surveys, interviews, and advisoryboards. In W. G. Christ (Ed.), *Assessing media education: A resource handbookfor educators and administrators*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Pereira, S. & Moura, P. (2018). Assessing Media Literacy Competences: A study with Portugues Young People. *Journal of Educational Technology & Society*, 14 (4), 95-119.
- Phang, Anna (2006). *Add a dose of Media Literacy in the Media Diplomas Curriculum and Syllabus*. www.esd.sp.edu.sg/eetc/eetc07/docs/JTP/Medialiteracy_annaphang.pdf.
- Piette, J. & Giroux, L. (1997). The theoretical foundations of media education programs. In R. Kubey (Ed.), *Media Literacy in the Information Age: Current Perspectives*. *Information and behavior*, 6, 89-134. New Brunswick, NJ: Transaction.
- Singh, J. (2012). *Placing media and information literacy at the core of instruction. Paper presented at the International Conference on Media and Information Literacy for Knowledge Societies*. Moscow, Russian Federation.
- Schmidt, H. (2015). The media and the literacies: media literacy, information literacy. *Journal of Effective Teaching*, 12 (1), 64-77.
- Taylor, K. (2011). The Implementation of Media Literacy: An Analysis of the Media Literacy Curricula of Ontario. *Health Communication*, 21 (1), 23-36.
- Watson, B. & Glaser, E. M. (2000). *Measurethe ability to thinking critical and problem solve*. Harvard: univ press.
- Wilson C. (2012). Media and information literacy: Pedagogy and possibilities. *Comunicar*, 20 (39), 15- 22.