

## *The Role of Media Literacy Education in Improving the Communication Skills of Undergraduate Students*

*By: Sultan Parviz, M.A. <sup>✉</sup>, Ali Asghar Bayani, Ph.D.\* ,  
Hossein Fakuri, Ph.D.\*\* & Hassan Saemi, Ph.D.\*\*\**

### **Abstract:**

The purpose of this research was to analyze the role of media literacy education in improving the communication skills of undergraduate students. In this research, which was conducted with a mixed approach (qualitative-quantitative), Delphi method was used in the qualitative part and survey method was used in the quantitative part. The tool for collecting information in the qualitative part was interview and in the quantitative part, questionnaire. The statistical population of the qualitative part is faculty members specializing in the field of education and psychology curriculum planning, as well as English written documents related to media literacy, and in the quantitative part, faculty members and professors in the fields of psychology and educational sciences of universities and higher education institutions whom were in Golestan province. The samples in the qualitative part were selected purposefully by conducting 17 semi-structured interviews until data saturation, and in the quantitative part, 322 people were selected by available sampling method. For data analysis in the qualitative part, conventional content analysis and Delphi method were used, and in the quantitative part, the structural equation model was used. From the analysis of the findings, 30 concepts, 7 subcategories and 3 main categories were obtained. The results showed that media literacy education plays a role in improving students' communication skills, including: improving mental skills and knowledge, managing media and information, and training the ideal citizen.

**Keywords:** *Curriculum, Media Literacy, Communication Skills, Education, Students, Model Design*

✉ Education Science, Islamic Azad University, Azadshahr Branch, Iran [soltanparviz12@gmail.com](mailto:soltanparviz12@gmail.com)

\* Associate Prof. In Education Science, Islamic Azad University, Azadshahr Branch, Iran [aabayani@yahoo.com](mailto:aabayani@yahoo.com)

\*\* Assistant Prof. In Education Science, Islamic Azad University, Azadshahr Branch, Iran [dr-h-fakoori@yahoo.com](mailto:dr-h-fakoori@yahoo.com)

\*\*\* Assistant Prof. In Education Science, Islamic Azad University, Azadshahr Branch, Iran [saemi.61.h@gmail.com](mailto:saemi.61.h@gmail.com)



## نقش طراحی الگوی برنامه درسی آموزش سواد رسانه‌ای در ارتقای مهارت‌های ارتباطی دانشجویان دوره کارشناسی

سلطان پرویز<sup>✉</sup>، علی اصغر بیانی<sup>\*</sup>، حسین فکوری<sup>\*\*</sup>، حسن صائمی<sup>\*\*\*</sup>

### چکیده

هدف از پژوهش حاضر، تحلیل نقش طراحی الگوی برنامه درسی آموزش سواد رسانه‌ای در ارتقای مهارت‌های ارتباطی دانشجویان دوره کارشناسی بوده است. در این پژوهش که با رویکرد آمیخته (کیفی - کمی) انجام گرفته، در بخش کیفی، از روش دلفی و در بخش کمی، از روش پیمایشی استفاده شده است، ابزار گردآوری اطلاعات نیز در بخش کیفی، مصاحبه و در بخش کمی، پرسشنامه بوده است. جامعه پژوهش را در بخش کیفی، اعضای هیئت علمی متخصص در حوزه برنامه‌ریزی درسی تعلیم و تربیت و روان‌شناسی، همچنین اسناد مکتوب لاتین مرتبط با سواد رسانه‌ای و در بخش کمی، اعضای هیئت علمی و حق‌التدریس در رشته‌های روان‌شناسی و علوم تربیتی دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی استان گلستان را تشکیل داده‌اند. فرایند نمونه‌گیری در بخش کیفی، به صورت هدفمند تا اشباع داده‌ها ادامه یافته؛ که بر این اساس، ۱۷ مصاحبه نیمه‌ساختار یافته انجام گرفته است و در بخش کیفی، با روش نمونه‌گیری در دسترس تعداد ۳۲۲ نفر انتخاب شده‌اند. برای تحلیل داده‌ها در بخش کیفی، از تحلیل محتوای قراردادی و روش دلفی و در بخش کمی، از روش مدل معادلات ساختاری استفاده و از تحلیل یافته‌ها ۳۰ مفهوم، ۷ زیر مقوله و ۳ مقوله اصلی به دست آمده است. بر اساس نتایج، نقش آموزش سواد رسانه‌ای در ارتقای مهارت‌های ارتباطی دانشجویان، موارد زیر را شامل می‌شود: بهبود مهارت‌های ذهنی و دانش، مدیریت رسانه و اطلاعات و تربیت شهروند مطلوب.

**کلیدواژه‌ها:** برنامه درسی، سواد رسانه‌ای، مهارت‌های ارتباطی، آموزش، دانشجویان،

طراحی الگو

soltanparviz12@gmail.com  
aabayani@yahoo.com  
dr-h-fakoori@yahoo.com  
saemi.61.h@gmail.com

✉ نویسنده مسئول: دانشجوی دکتری، گروه علوم تربیتی، واحد آزادشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، آزادشهر، ایران  
\* دانشیار گروه علوم تربیتی، واحد آزادشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، آزادشهر، ایران  
\*\* استادیار گروه علوم تربیتی، واحد آزادشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، آزادشهر، ایران  
\*\*\* استادیار گروه علوم تربیتی، واحد آزادشهر، دانشگاه آزاد اسلامی، آزادشهر، ایران  
تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۴/۱۰ پذیرش نهایی: ۱۴۰۲/۷/۱۸

DOI: 10.22082/CR.2023.2006038.2564

DOR: 20.1001.1.25382977.1402.30.115.3.6

### مقدمه

جهان با ورود به عصر رسانه‌ها و شکل‌گیری جامعه اطلاعاتی، دوران جدیدی را آغاز کرده است. در نظام نوین جهانی، ما در عصر رسانه‌ها زندگی می‌کنیم؛ عصری که در آن رسانه‌های گروهی، جزء جدایی‌ناپذیر زندگی هستند و آنچه که رسانه‌ها به‌عنوان اطلاعات به ما انتقال می‌دهند، به اشکال مختلف، بر نحوه زندگی، اندیشه و احساسات ما و فرزندانمان تأثیرگذار است. این، تغییرات در عصر کنونی شتاب گرفته است و ما اینک شهروند دورانی هستیم که دانش و فناوری با سرعتی فوق‌تصور پیشرفت می‌کنند. از این‌رو، نیاز به دانشگاه و آموزش و پرورشی داریم که فراگیران را برای رویارویی با چالش‌های این زندگی در حال تغییر و غیر قابل پیش‌بینی آماده سازد. به‌عبارت‌دیگر، زیستن در این فضا به دانش و مهارتی به نام سواد رسانه‌ای نیاز دارد (محمودی کوکنده، ۱۳۹۰). سواد رسانه‌ای، درک و استفاده از رسانه‌های جمعی به‌صورت قاطعانه یا غیرقاطعانه و درک آگاهانه و انتقادی از رسانه‌ها، تکنیک‌های به کار گرفته‌شده و اثرات آنها، همچنین توانایی خواندن، تجزیه و تحلیل و ارزیابی و تولید ارتباط در شکل‌های مختلف رسانه‌ها، برای مثال، تلویزیون، چاپ، رادیو، رایانه و... است (امیری و همکاران، ۱۳۹۸). به‌بیان‌دیگر، مهارت‌های رسانه‌ای - ارتباطی و سواد‌های متعدد، در مجموع، با مفهومی به‌عنوان سواد رسانه‌ای یا رسانه‌ها ادغام شده‌اند (حسینی پاکدهی و شبیری، ۱۳۹۶).

در حال حاضر سواد رسانه‌ای مفهومی کلی است که طیف وسیعی از فلسفه‌های آموزش متفاوت، نظریه‌ها، چارچوب‌ها، رویه‌ها، محیط‌ها، روش‌ها، اهداف و پیامدها را در بر می‌گیرد. سواد رسانه‌ای توانایی دسترسی، تحلیل، ارزیابی و پردازش فعال اطلاعات در اشکال مختلف پیام‌های مکتوب، دیداری و شنیداری است (هویز<sup>۱</sup>، ۱۹۹۶). به‌همین دلیل، یکی از ضروریات زندگی اجتماعی تلقی می‌شود و اهمیت آن کمتر از سواد خواندن و نوشتن نیست، چراکه به‌واسطه سواد رسانه‌ای، گزینش صحیح از پیام‌های رسانه‌ای میسر خواهد شد. نهادهای اجتماعی - آموزشی، همچون دانشگاه، آموزش و پرورش و مراکز آموزشی به‌عنوان متولیان امر آموزش و پرورش، در این زمینه نقش عمده‌ای ایفا می‌کنند (علیخانی و کریمی، ۱۳۹۶).

آموزش سواد رسانه‌ای به دانشجویان اهداف متعددی را دنبال می‌کند که مهم‌ترین آنها، ایجاد تفکر خلاقانه، انتقادی و موشکافانه نسبت به محتوا و عملکرد

رسانه‌ها، شناخت اشکال بصری و استفاده از آن در کنار سایر مهارت‌هاست. موضوعی که در این عصر اهمیت زیادی دارد، نحوه برخورد و استفاده ما از پیشرفت‌های پرشتاب و خیره‌کننده فناوری اطلاعات و ارتباطات در شئون مختلف زندگی است. در این میان، رسانه‌ها می‌توانند همچون ابزاری مفید، انسان معاصر را یاری دهند تا با استفاده از آخرین پدیده‌های علمی، زندگی دلخواه، آرمانی، پر بار و پر تلاشی را تجربه کنند. این در حالی است که اگر این ابزار به غلط، نادرست و یا با سوءنیت به کار گرفته شود، می‌تواند همچون نیرویی ویران‌کننده و مصیبت‌بار عمل کند (صالحی امیری و رجبی، ۱۳۸۷).

یکی از مواردی که آموزش سواد رسانه‌ای می‌تواند به آن یاری رساند، مهارت‌های ارتباطی است. مهارت‌های ارتباطی به‌عنوان فرایندهای پیچیده‌ای تعریف می‌شوند که فرد را قادر می‌سازند به‌گونه‌ای عمل کند که دیگران آن را مناسب می‌دانند. مهارت‌ها قابلیت‌های مورد نیاز برای انجام رفتارهای هدفمند و موفق هستند (هارجی و همکاران، ترجمه فیروزبخت و خشایاربیگی، ۱۳۹۰). مهارت‌های ارتباطی را شامل ارتباط کلامی و غیرکلامی برای برقراری ارتباط، شرکت در فعالیت‌های اجتماعی، مشارکت در روابط بین‌فردی صمیمی و نزدیک و بیان ایده‌ها می‌دانند. مک‌گراو<sup>۱</sup> معتقد است که توانایی برقراری ارتباط صحیح، یک مهارت ضروری برای افرادی است که به‌طور واضح، صادقانه و محترمانه ارتباط برقرار می‌کنند، ممکن است فردی بالاترین عملکرد را داشته باشد، اما افرادی که در شرایط فشار روحی قادر به برقراری ارتباط صحیح نیستند، یا موفق به ایجاد ارتباط نمی‌شوند. با افزایش مهارت‌ها، برای عملکرد بالاتر تلاش می‌کنند (به نقل از نخستین، ۱۴۰۱).

هدف مراکز آموزشی در قرن بیست‌ویکم، آموزش شهروندانی متفکر و منتقد برای توسعه دموکراسی است و دانشجویان توسعه‌دهندگان دموکراسی و عدالت اجتماعی هستند؛ بنابراین، بازسازی دانشجویان، می‌تواند اولین گام به سوی آموزش رسانه‌ای باشد تا همه دانش‌آموزان بتوانند برای زندگی در قرن حاضر مهیا شوند (زبیاکلام مفرد و محمدی، ۱۳۹۳).

باتوجه‌به آنچه در بالا به آن اشاره شد، پژوهش حاضر، درصدد پاسخ به این پرسش اساسی است که نقش طراحی برنامه درسی آموزش سواد دانشجویان رسانه‌ای در مهارت‌های ارتباطی دانشگاه‌ها چیست؟

### پیشینه پژوهش

نیاز شدید به آموزش سواد رسانه‌ای در دهه اخیر، بیش از هر زمان دیگری احساس می‌شود چراکه رسانه با در بر گرفتن شبکه‌های اجتماعی، مهارت‌های ارتباطی را نیز به حوزه‌های فعالیت خود اضافه کرده است و طیف وسیع‌تری از اتفاقات رخ داده در جامعه را نسبت به گذشته دربر می‌گیرد، حال آنکه اگر این فضا به درستی مدیریت نشود فاجعه رخ می‌دهد.

چالشگر کردآسیابی و اشکورکیایی (۱۴۰۰) در پژوهشی با عنوان «سواد رسانه‌ای در - بین - دانشجویان: مطالعه نظام‌یافته» در یافته‌اند که مبحث سواد رسانه‌ای در اولویت آموزشی مراکز نبوده و دانشجویان معمولاً از سواد رسانه‌ای در حد متوسط برخوردار بوده‌اند و عواملی نظیر میزان تحصیلات، سواد بصری، سابقه کار، رشته تحصیلی، عادت رسانه‌ای و استفاده رسانه‌ای به ترتیب بیشترین تأثیر را بر سواد رسانه‌ای داشته‌اند و مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای دانشجویان در سه حیطه دسترسی و استفاده، نگاه انتقادی به رسانه و تولید پیام‌های رسانه‌ای بررسی شده‌اند. برای تحقق بخشیدن به هر کدام از این موارد، دانشگاه‌ها، رسانه‌ها، نهادهای مدنی و صنفی باید به آموزش‌های عالی در این زمینه بپردازند. نظروسی و همکاران (۱۳۹۹) پژوهشی را با عنوان «طراحی الگوی سواد رسانه‌ای در ورزش» انجام داده‌اند. یافته‌ها، رژیم سواد رسانه‌ای ورزشی را در قالب الگویی ارائه می‌کنند که طبق آن، برجسته‌سازی مقوله ورزش، مدیریت محتوای پیام (شرایط علی) و گنجاندن آموزش سواد رسانه‌ای در محتوای رسانه‌های جمعی به‌ویژه رسانه ملی (شرایط زمینه‌ای)، منجر به توانمندسازی در مصرف رسانه‌ای و ارتقای مهارت‌های اجتماعی در مخاطبان ورزشی می‌شود. از طرف دیگر، بی‌توجهی سیاستگذاران و درک نشدن اهمیت سواد رسانه‌ای به‌عنوان موانع فراگیری سواد رسانه‌ای در ورزش مطرح می‌شوند.

امیری و همکاران (۱۳۹۸) به مطالعه راهکارهای افزایش سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی معلمان پرداخته‌اند. راهکارهای این مطالعه در قالب ۴ مهارت: دسترسی، استفاده و کاربرد، تجزیه و تحلیل و ارزیابی و تولید ارائه شده‌اند. ولی‌زاده و جعفری (۱۳۹۸) در پژوهشی با عنوان «نقش کتاب درسی تفکر و سواد رسانه‌ای در ارتقای ابعاد سواد رسانه‌ای دانش‌آموزان مقطع متوسطه دوره دوم شهر اردبیل» دریافته‌اند که کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای در ارتقای سواد رسانه‌ای و ابعاد چهارگانه آن در میان دانش‌آموزان نقش دارد. بر اساس مدل

مفهومی پژوهش و با رجوع به آرای اندیشمندان این حوزه می‌توان مدعی شد که بعد ادراکی و زیبایی‌شناختی سواد رسانه‌ای، کاملاً حصولی و قابل آموزش است، چنان‌که می‌توان با بهره‌گیری از کتاب «تفکر و سواد رسانه‌ای» در این زمینه به مهارت رسید، مهارتی که به‌طور قطع، در پرورش بعد احساسی و اخلاقی دانش‌آموزان مؤثر خواهد بود. از سوی دیگر، نهادهای تأثیرگذار در بحث آموزش، در ترویج بعد زیبایی‌شناختی سواد رسانه‌ای نقش بسزایی دارند و می‌توانند با بهره‌گیری از دانش و مهارت‌های تخصصی خود، مروج و مبلغ این بعد از سواد رسانه‌ای باشند.

عبداله‌ی بکتاش و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان «تحلیل محتوای کتاب درسی تفکر و سواد رسانه‌ای پایه دهم بر اساس آموزش سواد رسانه‌ای» دریافته‌اند که در این کتاب، در مجموع ۱۱۰ مورد مرتبط با آموزش سواد رسانه‌ای وجود دارد که از این تعداد ۴۳ مورد (۳۹/۹۰ درصد) متعلق به مؤلفه‌های ناظر بر اهداف آموزش سواد رسانه‌ای است و که در میان مؤلفه‌های ناظر بر اهداف آموزش سواد رسانه‌ای، مؤلفه مهارت پرسشگری در باب پیام‌های رسانه‌ای با ۲۴ مورد (۵۵/۸۱ درصد) بیشترین فراوانی را به خود اختصاص داده است؛ همچنین، در میان مؤلفه‌های ناظر بر محتوای آموزش سواد رسانه‌ای، مؤلفه آشنایی با شیوه‌های اقناع مخاطب در گونه‌های مختلف رسانه با ۱۴ مورد (۲۰/۸۹ درصد) بیشترین فراوانی را دارد.

اجاق (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان «آموزش سواد رسانه‌ای به کودکان...» دبستان دریافته است که شیوه آموزش باید از حالت یک‌سویه به چندسویه و از تک‌گویی به گفت‌وگویی تغییر کند؛ همچنین لازم است محتوای آموزشی در دو سطح نظری و عملی به کودکان یاد داده شود. در سطح نظری، کودکان متناسب با سن خود، مبانی مفهومی رسانه را با تأکید بر مفهوم بازنمایی و واژگان اصلی علم مطالعات رسانه یاد می‌گیرند و با شناخت روش نشانه‌شناسی از آن برای تحلیل رسانه‌ها استفاده می‌کنند. در سطح عملی نیز مهارت تولید رسانه‌ای، نقد و بازخورد دادن را یاد می‌گیرند. سه شاخص اصلی برای انتخاب محتوای مناسب نظری و عملی، عبارت از یادگیری مفهوم بازنمایی، خودکارآمدی و بازاندیشی هستند.

در خارج از ایران نیز نیراج<sup>۱</sup> (۲۰۱۹) در پژوهشی، به بررسی مشکلات خبرنگاران و روزنامه‌نگاران در تولید محتوا پرداخته است. یافته‌های پژوهش

1. Neeraj

او حاکی از آن است که سواد رسانه‌ای در میان روزنامه‌نگاران با بی‌توجهی کامل روبه‌روست. همچنین روزنامه‌نگاران با چارچوب‌های مربوط به رسانه، تجزیه و تحلیل رسانه‌ها و رسانه‌های مدرن آشنا نیستند و حدود ۷۸ درصد آنان، ضمن استفاده از رسانه‌های اجتماعی، اطلاعاتی را که از طریق منابع غیرقابل اعتماد تهیه شده‌اند، اتخاذ می‌کنند.

لوسیدی<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۱۷) در پژوهشی با عنوان «بررسی اثربخشی مداخله سواد رسانه‌ای بر رفتار دوپینگ و مصرف مکمل‌های ورزشی در نوجوانان ایتالیا» دریافته‌اند که سواد رسانه‌ای در کاهش نگرش مثبت نسبت به دوپینگ و استفاده از مواد نیروزا در نوجوانان مؤثر است.

اشمیت<sup>۲</sup> (۲۰۱۳) در پژوهشی تأکید کرده است که آموزش سواد رسانه‌ای در دانشگاه‌ها باید نحوه تحلیل پیام رسانه‌ای و درک صحیح اهداف آن را به دانشجویان آموزش دهد.

صالح<sup>۳</sup> (۲۰۱۲) با مطالعه وضعیت سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی دانشجویان دانشگاه کپ‌تاون دریافته است که دانشجویان این دانشگاه از نظر سطح سواد رسانه‌ای در حد مطلوبی نیستند و از همین رو، به‌منظور افزایش سطح سواد رسانه‌ای آنان لازم است برنامه‌های آموزشی متنوعی بر اساس فرایند نیازسنجی اجرا شود. بررسی‌ها نشان می‌دهد که تاکنون الگویی برای برنامه درسی آموزش سواد رسانه‌ای برای دانشجویان دانشگاه‌ها تدوین و طراحی نشده است، این در حالی است که دانشجویان به‌ویژه در آینده ضرورت دارد که با مهارت‌های مرتبط با سواد رسانه‌ای آشنا باشند در غیر این صورت نمی‌توانند موفق عمل کنند. به‌بیان دیگر، در عصر جهانی شدن و هوشمندسازی دانشگاه‌ها اگر دانشجویان در سواد رسانه‌ای از مهارت لازم برخوردار نباشند، نمی‌توانند در آینده مثمر واقع شوند؛ لذا با تدوین برنامه درسی آموزش سواد رسانه‌ای برای دانشگاه‌ها گام‌های علمی و عملی را می‌توان در این زمینه مؤثری برداشت.

### چارچوب نظری پژوهش

نظریه‌هایی در خصوص سواد رسانه‌ای ارائه شده‌اند که یکی از مهم‌ترین آنها، نظریه پاتر است. از نظر پاتر (پاتر، ترجمه یزدیان و همکاران، ۱۳۹۱: ۴۸) سواد رسانه‌ای الگویی چندعاملی است که ساختارهای دانش، منبع شخصی،

1. Lucidi

2. Schmidt

3. Saleh

وظایف پردازش اطلاعات و مهارت‌ها و توانایی‌ها را در بر می‌گیرد. بر اساس دیدگاه پاتر، ارتباط این عوامل، فضایی - حلزونی (نه سطحی) است؛ در هر برش عرضی، یکی از عوامل سواد رسانه‌ای قرار دارند و از این‌رو، هر یک از این عوامل، عامل دیگر را پشتیبانی می‌کنند. ساختارهای دانش منظومه به هم پیچیده‌های از دانسته‌های مخاطبان است که ویژگی‌های خاصی دارد: نخست آنکه این منظومه توده‌های بی‌شکل و درهم برهم از اطلاعات نیست و مخاطبان در شکل‌دهی به آن وضعیت فعالیت دارند. دوم آنکه دانسته‌ها در این بافت به هم پیچیده ارزش برابر و یکسان ندارند. برخی اطلاعات مهم‌تر هستند و برخی ارزش کمتری در وضعیت ساختارهای دانشی دارند. عامل پشتیبانی‌کننده منبع شخصی در برابر پیام و محتوای رسانه‌ها شامل پنج حوزه در منظومه دانش است: محتوای رسانه‌ای<sup>۱</sup>، تأثیر رسانه‌ای<sup>۲</sup>، صنایع رسانه‌ای<sup>۳</sup>، جهان واقعی<sup>۴</sup> و خود<sup>۵</sup> (طلوعی، ۱۳۹۱: ۸۴-۸۳).

از منظر پاتر، سواد رسانه‌ای در بهترین شکل می‌تواند مخاطب را در پردازش اطلاعات در سه شکل‌گزينش‌گری، همتاسازی و سازه‌های معنایی یاری دهد. در گزينش‌گری، مخاطب تصمیم می‌گیرد با پیام روبه‌رو شود یا آن را نادیده بگیرد. این تصمیم‌گیری، جنبه‌ای کاملاً اختیاری دارد و در صورتی که مخاطب تصمیم به استفاده از پیام بگیرد پیام برای او حامل معنا می‌شود به عبارت دیگر، مخاطب هر پیام را با معنایی هم‌تا می‌سازد و در نتیجه در این سطح، نمادهای آشکار و پنهان اطلاعات را کشف و شناسایی می‌کند. از سوی دیگر در مرحله گزينش‌گری، تمرکز مخاطب بر روی بررسی پیام‌های دریافتی از رسانه‌ها در محیط است. از دیدگاه پاتر منظور از محیط، جهان واقعی و منابع رسانه‌های دیگر، است؛ به عبارت دیگر پذیرفتن و یا حتی نپذیرفتن پیام از سوی مخاطب، به میزان انطباق آن با منابع رسانه‌های دیگر و جهان واقعی بستگی دارد. در مرحله دوم، مخاطب بر مفاهیم انسجام‌یافته نمادها در پیام متمرکز می‌شود؛ یعنی به پیام‌هایی روی می‌آورد که با مفاهیم آموخته شده او در گذشته هماهنگ هستند و در مرحله سوم مخاطب بار دیگر به اولین بخش مدل پاتر یعنی ساختارهای دانش می‌پردازد و سعی می‌کند ساختار خود را مطابق با آن گسترش دهد (طلوعی، ۱۳۹۱: ۸۴-۸۳).

در خصوص مهارت‌های ارتباطی نیز نظریه‌هایی ارائه شده است. طبق نظریه مبادله اجتماعی، افراد زمانی از تعاملات اجتماعی خود رضایت پیدا می‌کنند

1. media contend  
2. media effect

3. media industries  
4. real world

5. self



که تعادل بلندمدتی بین ارزش‌ها و ادراکات آنها وجود داشته باشد. در این نظریه عوامل مهمی باید در نظر گرفته شوند. این سود یا از دست دادن روابط بین فردی است و به‌عنوان یک قاعده، همه افراد زمانی که از آن رابطه منتفع می‌شوند به ارتباط خود با دیگران ادامه می‌دهند. عامل دیگر جانشین در ارتباطات انسانی است. عامل دیگر میزان پاداشی است که از یکدیگر دریافت می‌کنند. اگر موقعیت دیگری پاداش بیشتری داشته باشد، اتصال قدیمی را قطع و یک اتصال جدید را شروع می‌کنند. عامل دیگر در این نظریه، ارزیابی رابطه است. در یک رابطه کوتاه‌مدت، افراد نسبت به زمان ازدواج یکدیگر را متفاوت ارزیابی می‌کنند و حتی سطوح مقایسه‌ای آنان نیز تفاوت می‌یابد. به همین دلیل انگیزه‌ها و علایق افراد در یک رابطه بلندمدت مزایای زیادی نسبت به روابط کوتاه مدت دارد (کاظمی، ۱۳۹۶).

بر اساس نظریه برابری، افراد زمانی از برقراری ارتباط با دیگران راضی خواهند بود که بین گفته‌ها و برداشت آنها از موقعیت تعادل وجود داشته باشد. این داده‌ها و برداشت‌ها از نظر فکری، کمی و همچنین کیفی مهم هستند؛ بنابراین وقتی یکی از طرفین احساس می‌کند بین قیمتی که می‌پردازد نسبت به دیگری تفاوت وجود دارد و در عین حال تصورات او از رابطه کمتر از قیمت است، احساس ناراضی می‌شود. بر اساس این نظریه، نگرش مردان و زنان نسبت به برابری و نابرابری متفاوت است. آنچه ممکن است برای یکی استرس‌زا تلقی شود برای دیگری موفقیت است. به همین دلیل، بیش از آنکه نابرابری بر روابط افراد تأثیر منفی بگذارد، این احساس نابرابری است که مضر تلقی می‌شود (مظاهری و رضاخانی، ۱۳۹۶).

بر اساس نظریه جامعه‌شناسی زیستی<sup>۱</sup>، رفتار افراد به‌شدت تحت تأثیر میراث ژنتیکی آنهاست. به همین دلیل، بسیاری از رفتارهای مختلف افراد در روابط بین فردی، ناشی از میراث تکاملی متفاوت آنهاست. عشق، دوستی، صمیمیت یا خصومت مفاهیمی هستند که بشر را در طول تاریخ قادر به بقای خود کرده‌اند و بنابراین به شدت تحت تأثیر عوامل ژنتیکی قرار دارند. بر این اساس، عوامل ژنتیکی رفتار اجتماعی اساسی انسان را توجیه می‌کنند (کاظمی، ۱۳۹۶).

## روش‌شناسی پژوهش

مطالعه حاضر مبتنی بر رویکرد آمیخته (کیفی - کمی) بوده است. در گام کیفی، با بهره‌گیری از روش دلفی اطلاعات لازم از طریق مصاحبه جمع‌آوری شده‌اند. جامعه هدف، متشکل از اعضای هیئت علمی رشته‌های علوم تربیتی و روان‌شناسی دانشگاه‌های استان گلستان، شامل ۱۷ نفر بوده است؛ که برای انتخاب مشارکت‌کنندگان از روش نمونه‌گیری هدفمند استفاده شده و داده‌ها از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختار یافته تا مرحله اشباع گردآوری شده‌اند. نقطه اشباع نظری برای انتخاب نمونه‌ها در پژوهش حاضر ۱۷ مورد به دست آمده است. روش تحلیل محتوای قراردادی<sup>۱</sup> برای تجزیه و تحلیل داده‌ها به این شکل عمل می‌کند که کدها و طبقات به‌طور مستقیم و به‌صورت استقرایی از داده‌های خام استخراج می‌شوند (قاسمی و همکاران، ۱۳۹۶).

در جریان کدگذاری اولیه، خطبه‌خط داده‌ها بررسی شده‌اند و به هر جمله مرتبط با رویداد، یک کد اختصاص یافته است. در مرحله بعد، پس از طبقه‌بندی کدهای اولیه، کدهای مشابه در زیر طبقات جای گرفته‌اند. در نهایت نیز برای تحلیل مفاهیم، مقولات و موضوعات کلیدی از نرم‌افزار تحلیل داده‌های کیفی MAXQDA استفاده شده است.

همچنین به‌منظور سنجش صحت داده‌ها از معیارهای گوبا<sup>۲</sup> و لینکلن<sup>۳</sup> (۱۹۸۲) شامل اعتبارپذیری<sup>۴</sup>، انتقال‌پذیری و تناسب<sup>۵</sup>، تأییدپذیری<sup>۶</sup> و قابلیت اعتماد و حسابرسی<sup>۷</sup>، استفاده شده است (والترز<sup>۸</sup>، ۲۰۱۰).

علاوه بر این، برای اطمینان از صحت و اعتبار داده‌ها و مفاهیم استخراج شده، از بازنگری شرکت‌کنندگان بهره گرفته شده و تأییدپذیری مفاهیم به دست آمده از سوی افراد متخصص و استادانی که در زمینه کار کیفی دارای تجربه کافی بوده‌اند، کنترل و تأیید شده است؛ اعتماد و حسابرسی مراحل پژوهش به‌طور دقیق ثبت و گزارش شده است تا امکان پیگیری آن برای دیگران فراهم آید و همچنین به‌منظور انتقال‌پذیری و تناسب به توصیف غنی و کامل مراحل کار پرداخت شده است.

روش پژوهش در گام کمی، پیمایشی بوده است به‌این‌ترتیب که پس از کشف عناصر برنامه درسی آموزش سواد رسانه‌ای برای دانشجویان دانشگاه فرهنگیان، پرسشنامه محقق‌ساخته بر اساس اطلاعات حاصل از مرحله کیفی،

1. conventional content analysis

2. Guba

3. Lincoln

4. credibility

5. transferability

6. confirmability

7. dependability

8. Waltz

تهیه شده و بر روی نمونه مورد نظر اجرا شده است. جامعه آماری گام کمی در پژوهش حاضر، از اعضای هیئت علمی و حق‌التدریس در رشته‌های روان‌شناسی و علوم تربیتی دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی تشکیل شده که در گلستان، تعداد ۲۰۰۰ نفر را شامل می‌شود. حجم نمونه نیز در گام کمی، بر اساس جدول کرجسی و مورگان ۳۲۲ نفر بوده و با توجه به شیوع کرونا و فراهم نبودن امکانات از روش در دسترس استفاده شده است.

### یافته‌های پژوهش

#### کیفی

در پاسخ به این پرسش که ضرورت‌های طراحی الگوی برنامه درسی آموزش سواد رسانه‌ای برای دانشجویان دوره کارشناسی چیست؟ ۳۰ مفهوم، ۷ زیرمقوله و ۳ مقوله به دست آمده است که در جدول ۱ مشاهده می‌شود. این مفاهیم که با توجه به جامعه هدف، متشکل از اعضای هیئت علمی رشته‌های علوم تربیتی و روان‌شناسی دانشگاه‌های استان گلستان، به دست آمده‌اند.

جدول ۱. مفاهیم، زیرمقوله‌ها و مقوله‌های پاسخ به پرسش نقش برنامه درسی سواد رسانه‌ای در ارتقای مهارت‌های ارتباطی

**Table 1. Concepts, subcategories and categories of answers to the question of the role of the media literacy curriculum in improving communication skills**

مقوله‌های اصلی The main components	زیرمقوله‌ها Subcategories	مشارکت‌کنندگان Contributors	مفاهیم Concepts	ردیف Row	
مدیریت رسانه و اطلاعات	مصرف رسانه‌ای مناسب	(۲، ۸، ۹)	آگاهی از رژیم مصرف رسانه‌ای	۱	
		(۲، ۹، ۱۲ و ۱۷)	توانایی تشخیص پیام‌های رسانه‌ای	۲	
		(۲، ۴ و ۷)	ایجاد تصویر همه‌جانبه از رسانه‌ها	۳	
		(۸، ۹ و ۱۶)	ارتباط فعال و پویا با رسانه‌ها	۴	
		(۷، ۹، ۱۲، ۱۶ و ۱۷)	ترویج استفاده نقادانه، مسئولانه و اخلاقی از رسانه‌ها	۵	
	مدیریت اطلاعات	مدیریت اطلاعات	(۲، ۹ و ۱۲)	توانایی تجزیه و تحلیل و ارزیابی اطلاعات	۶
			(۴، ۱۰، ۱۵ و ۱۶)	تشخیص نیازهای اطلاعاتی	۷
			(۱۶ و ۱۷)	سرعت بیشتر در تبادل و طبقه‌بندی اطلاعات	۸
			(۲، ۱۶ و ۱۷)	بهبود کیفیت دریافت اطلاعات	۹

نقش طراحی الگوی  
برنامه درسی آموزش  
سواد رسانه‌ای  
در ارتقای مهارت‌های  
ارتباطی دانشجویان  
دوره کارشناسی

ردیف Row	مفاهیم Concepts	مشارکت‌کنندگان Contributors	زیرمقوله‌ها Subcategories	مقوله‌های اصلی The main components
۱۰	تبدیل تهدید به فرصت	(۹ و ۷، ۴)	ارتقای سلامت روانی	مدیریت رسانه و اطلاعات
۱۱	افزایش سلامت جسمی و روانی	(۱۷ و ۸)		
۱۲	آرامش و لذت از زندگی	(۱۴ و ۸، ۶)		
۱۳	تشخیص تهدیدها و چالش‌های زندگی	(۱۳ و ۴)		
۱۴	صرفه‌جویی در زمان و انرژی	(۱۶ و ۶)		
۱۵	آگاهی از بایدها و نبایدهای فضای مجازی	(۹ و ۷، ۴، ۲، ۱)	مدیریت فضای مجازی	
۱۶	آشنایی بیشتر با فضای رسانه‌ای و مجازی	(۱۱ و ۸، ۴، ۲)		
۱۷	استفاده صحیح از امکانات و فناوری	(۹ و ۷، ۶، ۲)		
۱۸	کمک به تصمیم‌گیری و تصمیم‌سازی	(۷)	ارتقای مهارت‌های ذهنی	بهبود مهارت‌های ذهنی و دانش
۱۹	ایجاد روحیه انتقادی در مخاطبان	(۹ و ۲)		
۲۰	استقلال فکری مخاطبان	(۲)		
۲۱	افزایش قدرت انتخاب و پالایش محتوا	(۱۷ و ۹، ۷)		
۲۲	ارتقای سطح آگاهی و علمی افراد	(۱۶ و ۹)	دانش‌افزایی	
۲۳	فراگیری علوم جدید	(۱۷ و ۱۶، ۱۳)		
۲۴	ارتقای مهارت‌های فردی	(۱۵ و ۱۱، ۹)		
۲۵	کمک به حل مشکلات آموزشی و تربیتی	(۱۳ و ۸، ۳)	تربیت نیروی انسانی	تربیت شهروند مطلوب
۲۶	آماده‌سازی جوانان برای آینده	(۱۴ و ۱)		
۲۷	کمک به تربیت شهروندی مناسب	(۱۷ و ۱۳، ۵)		
۲۸	کمک به ایجاد سبک زندگی سالم	(۱۶ و ۶، ۴)	بهبود وضعیت زندگی	
۲۹	کمک به ایجاد معیارهای درست زندگی	(۱۷ و ۹)		
۳۰	ارتقای سطح فرهنگ جامعه	(۱۳ و ۱۰، ۴)		

همان‌طور که جدول ۱ نشان می‌دهد، نقش برنامه درسی سواد رسانه در ارتقای مهارت‌های ارتباطی دانشجویان، از سه مقوله اصلی مدیریت رسانه و اطلاعات، بهبود مهارت‌های ذهنی و دانش و بهبود شرایط زمینه‌ای تشکیل شده است. مدیریت رسانه و اطلاعات، زیرمقوله‌های: مصرف رسانه‌ای مناسب، مدیریت اطلاعات، ارتقای سلامت روانی و مدیریت فضای مجازی را شامل می‌شود و زیرمقوله مصرف رسانه‌ای، مفاهیم: آگاهی از رژیم مصرف رسانه‌ای، توانایی تشخیص پیام‌های رسانه‌ای، ایجاد تصویر همه‌جانبه از رسانه‌ها، ارتباط فعال و پویا با رسانه‌ها و ترویج استفاده نقادانه، مسئولانه و اخلاقی از رسانه‌ها دربر می‌گیرد.

### آگاهی از رژیم مصرف رسانه‌ای

در این خصوص ۱۷ نفر مشارکت کرده بودند، مشارکت‌کننده شماره ۲ گفته است: «سواد رسانه‌ای سبب ارتقای آگاهی دانشجویان نسبت به رژیم مصرف رسانه‌ای و یا تعیین میزان و نحوه مصرف غذای رسانه‌ای از منابع رسانه‌ای گوناگون می‌شود و از این جهت اهمیت ویژه‌ای می‌یابد.»

### توانایی تشخیص پیام‌های رسانه‌ای

مشارکت‌کننده شماره ۱۲ در این مورد می‌گوید: «جنبه دیگر ضرورت سواد رسانه‌ای هم این است که افراد بتوانند پیام‌های رسانه‌ای را رصد کنند و محتوای پیام را تشخیص دهند. هم محتوای آشکار و هم محتوای پنهان را تشخیص دهند تا بتوانند آگاهانه‌تر در مورد استفاده از آن تصمیم بگیرند.»

### ایجاد تصویر همه‌جانبه از رسانه‌ها

مشارکت‌کننده شماره ۴ اعتقاد دارد: «سواد رسانه‌ای به‌عنوان مهارتی ضروری به دانشجویان کمک می‌کند تا به‌طور مستقل فکر کنند و تصویری همه‌جانبه و کافی از رسانه‌ها داشته باشد و به مخاطب این امکان را می‌دهد که با آگاهی کامل پیام‌های رسانه‌ای را پردازش کند و به دانش موجود در هر رسانه‌ای دست یابد.»

### ارتباط فعال و پویا با رسانه‌ها

در این خصوص مشارکت‌کننده شماره ۸ می‌گوید: «سواد رسانه‌ای می‌تواند مصرف رسانه‌ای ما را لذت بخش‌تر کند و رابطه انفعالی با رسانه‌ها را تبدیل به یک رابطه فعال و پویا کند. این هم یک جنبه مهم از ضرورت و اهمیت سواد رسانه‌ای است.»

### ترویج استفاده نقادانه، مسئولانه و اخلاقی از رسانه‌ها

در این خصوص مشارکت‌کننده شماره ۹ گفته است: «لاجرم باتوجه‌به زندگی رسانه‌ای، کیفیت اطلاعات دریافتی، بر انتخاب‌های ما و پیامدهای آن اثر می‌گذارد؛ بنابراین باید به دنبال راهبردهای ملی سوادآموزی رسانه‌ای باشیم و استفاده نقادانه، مسئولانه و اخلاقی از پیام‌های رسانه‌ای را در میان شهروندان تشویق و ترویج کنیم.»

زیرمقوله دوم مدیریت رسانه و اطلاعات، مدیریت اطلاعات از مفاهیم توانایی تجزیه و تحلیل و ارزیابی اطلاعات، تشخیص نیازهای اطلاعاتی، سرعت بیشتر در تبادل و طبقه‌بندی اطلاعات و بهبود کیفیت دریافت اطلاعات تشکیل شده است.

### توانایی تجزیه و تحلیل و ارزیابی اطلاعات

در این خصوص مشارکت‌کننده شماره ۱۲ می‌گوید: «با توجه به اینکه ما از همین ابتدا در دانشگاه فرهنگیان به دنبال تربیت معلم هستیم باید معلمانی مسلط بر دانش سواد رسانه‌ای تربیت کنیم. معلم و دانشجو باید نقش فعالی در زمینه سواد رسانه‌ای داشته باشند و توانایی تحلیل و نقد رسانه‌ها را داشته باشند. دانشجویان و معلمان در کنار علمی که می‌آموزند باید مهارت سواد رسانه‌ای را بیاموزند.»

### تشخیص نیازهای اطلاعاتی

مشارکت‌کننده شماره ۱۵ در این مورد بیان می‌دارد: «این خیلی مهم است که دانشجویان نیازهای اطلاعاتی خود را تشخیص دهند و در راه رفع این نیاز بکوشند. در غیر این صورت ممکن است فرد اطلاعاتی را دنبال کند که تناسبی با وضعیت او ندارد و درواقع رسانه‌ها او را گمراه کنند. رسانه‌های گمراه‌کننده هم این روزها کم نیستند.»

### سرعت بیشتر در تبادل و طبقه‌بندی اطلاعات

در این خصوص مشارکت‌کننده شماره ۱۶ معتقد است: «بشر امروزی، بشری کاملاً با تکنولوژی و مختار است که از بین بمباران بسیار زیاد اطلاعاتی که دارد صورت می‌گیرد، به اخباری که علاقه‌مند به آن است، بیشتر توجه می‌کند و به این ترتیب، تکثر اطلاعات شاید در واقع اثرات مثبت و منفی زیادی داشته باشد و اینجاست که سواد رسانه‌ای به فرد کمک می‌کند سرعت بیشتری در تبادل و طبقه‌بندی اطلاعات داشته باشد و بر اساس آن بتواند طبقه‌بندی اطلاعات باید خلاقیت‌های فکری خودش را در این زمینه‌ها بروز دهد.»

### بهبود کیفیت دریافت اطلاعات

در این خصوص مشارکت‌کننده شماره ۲ می‌گوید: «باید کیفیت دریافت اطلاعات بهبود یابد. از طریق سواد رسانه‌ای می‌توان کیفیت دریافت اطلاعات را بهبود بخشید. دانشجو معلمان هم باید با دقت بهترین و با کیفیت‌ترین رسانه‌ها را انتخاب کنند و اطلاعات با بهترین کیفیت را برای خودشان دریافت کنند. اینجاست که سواد رسانه‌ای محقق می‌شود.»

زیرمقوله سوم مدیریت رسانه و اطلاعات، ارتقای سلامت روانی است که از مفاهیم: تبدیل تهدید به فرصت، افزایش سلامت جسمی و روانی، آرامش و لذت از زندگی، تشخیص تهدیدها و چالش‌های زندگی و صرفه جویی در زمان و انرژی تشکیل شده است.

### تبدیل تهدید به فرصت

مشارکت‌کننده شماره ۴ در این خصوص اظهار می‌کند: «یکی دیگر از موارد ضرورت آن است که دانشگاه‌ها، به‌ویژه دانشگاه فرهنگیان، معلمانی را تربیت کنند که از فرصت‌های رسانه بهره بگیرند و تهدیدها و چالش‌ها را به دانش‌آموزان گوشزد کنند و بتوانند در عین حال تهدیدها را به فرصت تبدیل کنند.»

### افزایش سلامت جسمی و روانی

مشارکت‌کننده شماره ۷ معتقد است: «رسانه حتی می‌تواند در افزایش سلامت مردم نقش داشته باشد و سلامت جسمی و روانی را تحت تأثیر قرار دهد. برنامه‌های مربوط به سلامت در رسانه‌ها کم نیستند. دانشجویمان هم

می‌توانند از این ظرفیت در راه سلامت جسمی و روانی خود استفاده کنند. این هم یک ظرفیت دیگر رسانه‌ای است.»

### آرامش و لذت از زندگی

مشارکت‌کننده شماره ۶ در این مورد اظهار می‌کند: «در باب ضرورت باید بگویم باتوجه‌به اینکه در عصری زندگی می‌کنیم که دنیای بدون مرز صفت بارز آن است؛ لذا برای آرامش و لذت از زندگی این امر بسیار ضرورت دارد. باید برای ارتقای سواد رسانه‌ای خود از ابزارهای لازم بهره‌مند شویم. فرد باید متناسب با هر دوره، مهارت‌های لازم را برای بهره‌مندی از امکانات آن باید کسب کند، زیرا، سواد رسانه‌ای یکی از پیش‌نیازهای استفاده از امکانات و تکنولوژی‌ها برای رفع مشکلات در هر زمان است.»

### تشخیص تهدیدها و چالش‌های زندگی

مشارکت‌کننده شماره ۱۳ در این خصوص بیان می‌دارد: «زندگی ما خالی از چالش و ابهام نیست، خالی از تهدید نیست. پس باید با آنها کنار آمد و حل‌شان کرد. با کمک رسانه می‌توان حتی تهدیدهای زندگی را تشخیص داد، چالش‌ها را تشخیص داد و در مورد آن اقدام کرد.»

### صرفه‌جویی در زمان و انرژی

مشارکت‌کننده شماره ۶ در این مورد اذعان می‌کند: «سواد رسانه‌ای باعث می‌شود که انسان با صرفه‌جویی در زمان و انرژی، با سرعت بیشتری در حال پیشرفت و توسعه فردی باشد. خلاصه از آنجا که زندگی در هر عصر و احساس رضایت از آن مستلزم آموختن مهارت‌هایی است و ما در عصر فناوری اطلاعات زندگی می‌کنیم، برای استفاده از این روش نیازمند مهارت رسانه‌ای هستیم.»  
زیرمقوله چهارم مدیریت رسانه و اطلاعات از زیرمقوله‌های آگاهی از بایدونبایدهای فضای مجازی، آشنایی بیشتر با فضای رسانه‌ای و مجازی و استفاده صحیح از امکانات و فناوری تشکیل شده است.



### آگاهی از بایدها و نبایدهای فضای مجازی

مشارکت‌کننده شماره ۱ در این مورد می‌گوید: «یک دانشجو و معلم که سکندار فردای کشتی تعلیم و تربیت هستند باید سواد رسانه‌ای داشته باشند. بایدها و نبایدهای فضای مجازی را خود باید بدانند و بتوانند به نسل آینده منتقل کنند.»

### آشنایی بیشتر با فضای رسانه‌ای و مجازی

مشارکت‌کننده شماره ۱۱ در این مورد اظهار می‌کند: «باتوجه به اینکه در عصر اطلاعات زندگی می‌کنیم و فضای مجازی در زندگی ما نقش بارزی دارد، باید از این فضا و کم‌وکیف آن آگاه باشیم. دانشجویان و معلمان نیز باید از فضای مجازی و رسانه‌ای، آگاه و در این زمینه بهروز باشند تا بتوانند دانش‌آموزان را به سمت‌وسوی مناسب سوق دهند.»

### استفاده صحیح از امکانات و فناوری

مشارکت‌کننده شماره ۲ در این خصوص اظهار می‌دارد: «امروزه فناوری جدید بر تمام زندگی ما حاکم شده و در همه موارد از آن استفاده می‌کنیم. فناوری جزء گریزناپذیر زندگی ماست. در چنین وضعیتی چاره‌ای نیست جز اینکه فناوری را بشناسیم و به درستی به کار بگیریم. دانشجویان و معلمان هم با کودکان و نوجوانان سرو کار دارند، باید در این زمینه بهروز باشند و از امکانات و فناوری به طریق صحیح آن استفاده کنند.»

مقوله اصلی دوم ضرورت سواد رسانه‌ای بهبود مهارت‌های ذهنی و دانش است. این مقوله، از زیرمقوله‌های: ارتقای مهارت‌های ذهنی و دانش‌افزایی است. زیرمقوله ارتقای مهارت‌های ذهنی از مفاهیم: کمک به تصمیم‌گیری و تصمیم‌سازی، ایجاد روحیه انتقادی در مخاطبان، استقلال فکری مخاطبان، افزایش قدرت انتخاب و پالایش محتوا تشکیل شده است.

### کمک به تصمیم‌گیری و تصمیم‌سازی

مشارکت‌کننده شماره ۷ در این مورد اظهار می‌دارد: «با این رویکرد، دانشجویان در فضای باز رسانه‌ای در فرایند تصمیم‌گیری و تصمیم‌سازی آن‌هم با دانش آن‌چنانی مشارکت خواهند داشت. سواد رسانه‌ای می‌تواند در این زمینه به دانشجویان کمک زیادی بکند.»

### ایجاد روحیه انتقادی در مخاطبان

مشارکت‌کننده شماره ۹ در این مورد معتقد است: «رسانه‌ها اگر درست به رسالت خود عمل کنند، باید تفکر انتقادی را به مخاطبان آموزش دهند و ترویج کنند. در این مورد نیز سواد رسانه‌ای باید به طور نقادانه فراگرفته شود تا مخاطبان با نگاه انتقادی به مطالب رسانه‌ها توجه کنند و چشم‌وگوش بسته هر مطلبی را نپذیرند. دانشجویان نیز با آموزش سواد رسانه‌ای می‌توانند از این نگاه انتقادی و روحیه انتقادی برخوردار باشند.»

### استقلال فکری مخاطبان

مشارکت‌کننده شماره ۲ در این باره می‌گوید: «ضرورت دیگر، استقلال فکری مخاطب است. فراگیری سواد رسانه‌ای اگر به نحو درستی انجام شود باید این استقلال فکری را ایجاد کند. باید فرد باید بتواند بدون سوگیری و تعصب در مورد مطالب اظهار نظر کند. خب اینجا، دانشجویان هم با فراگیری سواد رسانه‌ای می‌توانند این استقلال فکری را به دست آورند و در برخورد با پیام‌های رسانه‌ای آگاهانه عمل کنند.»

### افزایش قدرت انتخاب و پالایش محتوا

مشارکت‌کننده شماره ۱۷ در این خصوص می‌گوید: «سواد رسانه‌ای از جهتی به فرد قدرت انتخاب می‌دهد. اینکه برای کدام رسانه وقت بگذارد و برای کدام نه، همه مربوط به سواد رسانه‌ای است. اگر به دانشجو این سواد آموزش داده شود، می‌تواند دست به انتخاب بزند و در واقع محتوای مورد علاقه خود را پالایش کند. این موضوع اهمیت ویژه‌ای دارد.»

زیرمقوله دوم بهبود مهارت‌های ذهنی و دانش، دانش‌افزایی است که از مفاهیم ارتقای سطح آگاهی و علمی افراد، فراگیری علوم جدید و ارتقای مهارت‌های فردی تشکیل شده است.

### ارتقای سطح آگاهی و علمی افراد

مشارکت‌کننده شماره ۱۶ در این خصوص اظهار می‌کند: «جامعه امروز تأثیرات بسیار زیاد رسانه‌ها را در عرصه‌های فکری، اجتماعی و فرهنگی می‌بیند و سواد رسانه‌ای باعث شده است که آگاهی افراد جامعه ارتقای پیدا کند و سواد

علمی نیز بالاتر برود. اگر رسانه‌های قبلی و سنتی نمی‌توانستند نکاتی را بیان کنند، سواد رسانه‌ای آن نقاط خاموش را برای شهروندان نشان می‌دهد.»

### فراگیری علوم جدید

مشارکت‌کننده شماره ۱۳ در این خصوص اظهار می‌دارد: «سواد رسانه‌ای حتی می‌تواند به یادگیری علوم دیگر هم کمک کند، به‌خصوص به یادگیری علوم جدید. وقتی سواد رسانه‌ای داشته باشیم، می‌دانیم چطوری به آموزش‌ها و برنامه‌های علمی دسترسی پیدا کنیم و چطور از این برنامه‌ها استفاده کنیم.»

### ارتقای مهارت‌های فردی

مشارکت‌کننده شماره ۹ در این مورد اذعان می‌کند: «باتوجه به تنوع بسیار زیاد رسانه‌ها، سواد رسانه‌ای به کمک مخاطبان می‌آید؛ البته نه به لحاظ مصونیت‌بخشی و حمایت‌گری از آنان، بلکه به لحاظ مجهز و توانمند کردن مخاطبان در مواجهه با پیام‌های رسانه‌ای و دست یافتن به قدرت‌گزینش‌گری و انتخاب‌گزینش‌ها و پیشنهادهای سالم و ارتقای مهارت‌های فردی به‌منظور تفسیر و تحلیل پیام‌های رسانه‌ای.»

سومین مقوله اصلی ضرورت سواد رسانه‌ای برای دانشجویان کارشناسی، بهبود شرایط زمینه‌ای است که از دو زیرمقوله تربیت نیروی انسانی و بهبود وضعیت زندگی تشکیل شده است. زیرمقوله تربیت نیروی انسانی از مفاهیم کمک به حل مشکلات آموزشی و تربیتی، آماده‌سازی جوانان برای آینده و کمک به تربیت شهروندی مناسب شکل گرفته است.

### کمک به حل مشکلات آموزشی و تربیتی

در این خصوص مشارکت‌کننده شماره ۳ معتقد است: «سواد رسانه‌ای حتی می‌تواند در تربیت هم نقش داشته باشد و به حل مشکلات آموزشی و تربیتی کمک کند. مثلاً وقتی دانش‌آموز قسمتی از درس را متوجه نمی‌شود، اگر سواد رسانه‌ای داشته باشد، می‌داند چگونه آن را در رسانه‌ها را پیدا کند و به‌عنوان یک کار کمک آموزشی از این قسمت استفاده کند، در موارد دیگر هم همین‌طور.»

### آماده‌سازی جوانان برای آینده

مشارکت‌کننده شماره ۱۴ در این خصوص می‌گوید: « [دانشجو] بایدونبایدهای فضای مجازی را باید بداند و بتواند به نسل آینده منتقل کند. آینده را نمی‌توان با قانون اجبار و تهدید ساخت. آینده را باید با روشنگری ساخت. عصر حاضر عصر انفجار اطلاعات است و در این زمان، داشتن سواد رسانه‌ای برای همه مخصوصا دانشجو معلمان احساس می‌گردد.»

### کمک به تربیت شهروندی مناسب

مشارکت‌کننده شماره ۵ در این مورد می‌گوید: «رسانه‌ها با شیوه‌های گوناگونی فرایندهای فکری مخاطبانشان را تحت تأثیر قرار می‌دهند؛ بنابراین، داشتن سواد رسانه‌ای یکی از شرایط شهروندی در عصر حاضر است. کسانی که سواد رسانه‌ای دارند به‌طور خودجوش روحیه انتقادی در آنها ایجاد می‌شود و این افراد به‌جای ارتباط منفعلانه درگیر ارتباط فعال می‌شوند.»

زیرمقوله دوم بهبود شرایط زمینه‌ای، بهبود وضعیت زندگی است که از مفاهیم کمک به ایجاد سبک زندگی سالم، کمک به ایجاد معیارهای درست زندگی و ارتقای سطح فرهنگ جامعه تشکیل شده است.

### کمک به ایجاد سبک زندگی سالم

مشارکت‌کننده شماره ۴ در این خصوص بیان می‌کند: «امروزه در قرن ۲۱ زندگی بشر با تکنولوژی عجین شده و این یک امر جدانشدنی است. تکنولوژی سبک زندگی افراد را تحت تأثیر قرار داده است. امروزه، پراکندگی اطلاعات، فضای مجازی و یا همان رسانه‌های جمعی، سبک جدیدی را به وجود آورده‌اند؛ بنابراین، رسانه می‌تواند سبک زندگی افراد را تغییر دهد و دانشجویان می‌توانند از این برای ایجاد سبک زندگی سالم استفاده کنند.»

### کمک به ایجاد معیارهای درست زندگی

مشارکت‌کننده شماره ۱۷ در این مورد معتقد است: «رسانه‌ها حتی معیارهای زندگی ما را تعیین می‌کنند. به‌طور ناخودآگاه، زندگی ما تحت تأثیر رسانه‌هاست. خب اگر رسانه این‌قدر تأثیر گذار است، ما می‌توانیم برای ایجاد معیارهای درست زندگی از آن استفاده کنیم. دانشجویی هم که به دنبال پرورش آینده‌سازان است، می‌تواند از این استفاده کند.»

### ارتقای سطح فرهنگ جامعه

مشارکت‌کننده شماره ۱۰ در این خصوص می‌گوید: «دانشجویان می‌توانند به تغییر رسوم نامناسب فرهنگی کمک کنند. می‌توانند سطح فرهنگ جامعه را ارتقای بدهند. از طرف دیگر، رسانه هم در این مورد نقش بسزایی دارد. سواد رسانه‌ای باعث می‌شود رسانه‌هایی به افراد معرفی شوند که به ارتقای فرهنگ کمک می‌کنند.»

### کمی: آزمون الگوی ضرورت برنامه درسی سواد رسانه‌ای ویژگی‌های جمعیت‌شناختی گروه نمونه

جدول ۲ نشان می‌دهد که از لحاظ جنسیت، ۶۴/۶ درصد افراد مرد و ۳۵/۴ درصد زن نیز هستند. از لحاظ سن ۷/۲ درصد کمتر از ۲۸ سال، ۲۸/۳ درصد بین ۲۸-۳۹ سال، ۴۵/۶ درصد بین ۴۸-۳۹ سال و ۱۹ درصد بالای ۴۸ سال هستند.

جدول ۲. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی گروه نمونه مهارت‌های ارتباطی

**Table 2. Demographic characteristics of the sample group communication skills**

متغیر	زیرمتغیرها	فراوانی	درصد
جنسیت	مرد	153	64.6
	زن	84	35.4
	کل	237	100
سن	کمتر از ۲۸ سال	17	7.2
	۲۹-۳۸ سال	67	28.3
	۳۹-۴۸ سال	108	45.6
	بالاتر از ۴۸ سال	45	19
	کل	237	100

برای ارزیابی الگوی ضرورت برنامه درسی سواد رسانه‌ای، تحلیل عاملی تأییدی سلسله مراتبی مبنی بر واریانس، با استفاده از پکیج نرم‌افزاری Smart PLS V 3.2.9 به کار فته است. سازه ضرورت برنامه‌ریزی درسی سواد

رسانه‌های سازهای سه مرتبه‌ای است که با رویکرد شاخص‌های تکرار شده مورد بررسی قرار گرفته است. در ارزیابی مدل اندازه‌گیری، روایی سازه (روایی همگرا<sup>۱</sup> و روایی افتراقی<sup>۲</sup>) و پایایی آنها سنجیده شده است. جدول ۳، نتایج ارزیابی روایی همگرا سازه‌های مرتبه سوم الگوی سواد رسانه‌ای را در مرتبه سوم نشان می‌دهد.

همانطور که جدول ۳، آمده است، بارهای عاملی استاندارد شده بین ۰/۷۶۵ و ۰/۹۶۲ قرار دارند. همچنین ضریب پایایی ترکیبی نیز برای تمامی سازه‌های سوم بزرگتر از ۰/۸۰ است، به عبارت دیگر مدل‌های اندازه‌گیری پایا هستند. اگر میانگین واریانس استخراج شده AVE<sup>۳</sup> بیشتر از ۰/۵ باشد، روایی همگرای مدل اندازه‌گیری تأیید می‌شود که در همه سازه‌ها میانگین واریانس استخراج شده بیشتر از حداقل مقدار قابل قبول است.

جدول ۳. بارهای عاملی متغیرهای مشاهده شده مرتبه سوم الگوی ضرورت برنامه درسی سواد رسانه‌ای مهارت‌های ارتباطی

Table 3. Factor loadings of the observed variables of the third order model of the necessity of the media literacy curriculum communication skills

AVE	پایایی ترکیبی	آلفای کرونباخ	بارعاملی	گویه	سازه‌ها
0.806	0.954	0.939	0.860	q1	مصرف رسانه‌ای
			0.877	q2	
			0.902	q3	
			0.882	q4	
			0.962	q5	
0.760	0.927	0.894	0.877	q6	مدیریت اطلاعات
			0.828	q7	
			0.902	q8	
			0.877	q9	
0.733	0.944	0.926	0.845	q10	ارتقای سلامت روانی
			0.846	q11	
			0.860	q12	
			0.886	q13	
			0.954	q14	

1. Convergent Validity

2. Discriminant Validity

3. Average Variance Extracted

پژوهش‌های ارتباطی،  
سال ۱۴۰۲،  
شماره ۳ (پیاپی ۱۱۵)،  
پایه ۱۴۰۲

ادامه جدول ۳.

AVE	پایایی ترکیبی	آلفای کرونباخ	بارعاملی	گویه	سازه‌ها
0.669	0.858	0.753	0.843	q15	مدیریت فضای مجازی
			0.843	q16	
			0.765	q17	
0.755	0.925	0.892	0.895	q18	ارتقای مهارت‌های ذهنی
			0.886	q19	
			0.838	q20	
			0.854	q21	
0.772	0.910	0.857	0.887	q22	دانش‌افزایی
			0.843	q23	
			0.906	q24	
0.743	0.896	0.827	0.856	q25	تربیت نیروی انسانی
			0.873	q26	
			0.855	q27	
0.757	0.903	0.841	0.865	q28	بهبود وضعیت زندگی
			0.914	q29	
			0.829	q30	

در کنار ارزیابی روایی همگرا و پایایی، ارزیابی کامل ابزار اندازه‌گیری به بررسی روایی افتراقی نیز نیاز دارد جدول ۴، نتایج روایی افتراقی با معیار فرنل و لارکر را برای سازه‌های مرتبه سوم سازه الگوی ضرورت برنامه درسی سواد رسانه‌ای نشان می‌دهد.

نقش طراحی الگوی  
برنامه درسی آموزش  
سواد رسانه‌ای  
در ارتقای مهارت‌های  
ارتباطی دانشجویان  
دوره کارشناسی

جدول ۴. نتایج ارزیابی روایی افتراقی: سازه‌های مرتبه سوم الگوی ضرورت  
برنامه درسی سواد رسانه‌ای مهارت‌های ارتباطی

**Table 4. The results of differential validity evaluation:  
third order structures of the media literacy curriculum  
necessity model communication skills**

سازه‌ها	1	2	3	4	5	6	7	8
۱. مصرف رسانه‌ای مناسب	0.898							
۲. مدیریت اطلاعات	0.438	0.871						
۳. ارتقا سلامت روانی	0.463	0.465	0.879					
۴. مدیریت فضای مجازی	0.413	0.302	0.538	0.818				
۵. ارتقای مهارت‌های ذهنی	0.427	0.346	0.467	0.375	0.869			
۶. دانش‌افزایی	0.406	0.246	0.274	0.084	0.529	0.879		
۷. تربیت نیروی انسانی	0.296	0.332	0.34	0.182	0.257	0.305	0.862	
۸. بهبود وضعیت زندگی	0.404	0.401	0.396	0.279	0.452	0.325	0.339	0.87

همان‌گونه که در جدول ۴ مشاهده می‌شود، ریشه دوم میانگین واریانس استخراج شده برای تمامی سازه‌ها، بیشتر از همبستگی با سایر سازه‌هاست، به عبارت دیگر، معیار فرنل و لارکر (۱۹۸۲) در تمامی سازه‌ها محقق شده است؛ بنابراین روایی افتراقی سازه‌های مرتبه سوم سازه ابعاد الگوی ضرورت برنامه درسی سواد رسانه‌ای تأیید می‌شود؛ همچنین این جدول نشان می‌دهد که بین سازه‌های مرتبه سوم الگوی ضرورت برنامه درسی سواد رسانه‌ای، هم خطی وجود ندارد چون ضرایب همبستگی بین سازه‌ها کوچکتر از ۰/۷ است؛ به این ترتیب، روایی سازه و افتراقی سازه‌های مرتبه سوم الگوی ضرورت برنامه درسی سواد رسانه‌ای تأیید می‌شود.



جدول ۵، نتایج ارزیابی روایی همگرایی سازه‌های مرتبه دوم سازه الگوی ضرورت برنامه درسی سواد رسانه‌ای را نشان می‌دهد.

جدول ۵. بارهای عاملی متغیرهای مشاهده شده مرتبه دوم الگوی ضرورت برنامه درسی سواد رسانه‌ای مهارت‌های ارتباطی

**Table 5. Factor loadings of the observed variables of the second order model of the necessity of the media literacy curriculum communication skills**

AVE	پایایی ترکیبی	آلفای کرونباخ	بارعاملی	گویه	سازه‌ها
0.576	0.844	0.756	0.786	مصرف رسانه‌ای مناسب	مدیریت رسانه و اطلاعات
			0.735	مدیریت اطلاعات	
			0.821	ارتقا سلامت روانی	
			0.688	مدیریت فضای مجازی	
0.761	0.864	0.692	0.910	ارتقای مهارت‌های ذهنی	بهبود مهارت‌های ذهنی و دانش
			0.833	دانش‌افزایی	
0.666	0.799	0.507	0.756	تربیت نیروی انسانی	تربیت شهروند مطلوب
			0.873	بهبود وضعیت زندگی	

همانطور که در جدول ۵ مشاهده می‌شود، بارهای عاملی بین ۰/۶۸۸ و ۰/۹۱۰ قرار دارند (از آنجای که حداقل بار عاملی قابل قبول در مطالعات اکتشافی ۰/۴۰ است)، پایایی شاخص‌ها تأیید می‌شود. ضریب پایایی ترکیبی برای تمامی سازه‌ها، بیشتر از حداقل مقدار قابل قبول (۰/۷۰) و همچنین حداقل میانگین واریانس استخراج شده، بیشتر از ۰/۵۰ است؛ بنابراین پایایی و روایی همگرایی سازه‌های مرتبه دوم سازه الگوی ضرورت برنامه درسی سواد رسانه‌ای تأیید می‌شود.

همانطور که نتایج نشان می‌دهد ریشه دوم میانگین واریانس استخراج شده برای تمامی سازه‌ها، بیشتر از همبستگی آنها با سایر سازه‌هاست، به عبارت دیگر معیار فرنل و لارکر (۱۹۸۱) در تمامی سازه‌ها محقق شده است؛ بنابراین، روایی افتراقی سازه‌های مرتبه دوم سازه ابعاد الگوی ضرورت برنامه درسی سواد رسانه‌ای تأیید می‌شود.

نقش طراحی الگوی  
برنامه درسی آموزش  
سواد رسانه‌ای  
در ارتقای مهارت‌های  
ارتباطی دانشجویان  
دوره کارشناسی

جدول ۶. نتایج ارزیابی روایی افتراقی: سازه‌های مرتبه دوم سازه الگوی  
ضرورت برنامه درسی سواد رسانه‌ای مهارت‌های ارتباطی

**Table 6. The results of differential validity assessment:  
second-order constructs of the necessity model of media  
literacy curriculum communication skills**

سازه‌ها	۱	۲	۳
۱. مدیریت رسانه و اطلاعات	0.759		
۲. بهبود مهارت‌های ذهنی و دانش	0.521	0.876	
۳. تربیت شهروند مطلوب	0.546	0.480	0.816

برای ارزیابی سازه مرتبه اول، چون در مطالعه کنونی سازه مرتبه اول دیگری وجود ندارد، رویکرد شاخص‌های تکرار شده برای ارزیابی سازه مرتبه اول (الگوی ضرورت برنامه درسی سواد رسانه‌ای) به کار رفته است. در این رویکرد متغیرهای مشاهده شده سازه‌های مرتبه دوم به‌عنوان شاخص‌های سازه مرتبه اول به کار می‌روند. یادآور می‌شود، ضرایب مسیر بین سازه مرتبه اول و سازه‌های مرتبه دوم برای محاسبه ضریب پایایی ترکیبی و میانگین واریانس استخراج شده به کار می‌رود؛ همچنین روایی افتراقی (تشخیصی یا واگرا) برای سازه مرتبه اول قابل محاسبه نیست چون روایی افتراقی در حضور سایر سازه‌های مرتبه اول قابلیت بررسی دارد. نتایج تحلیل سازه مرتبه اول را بر اساس رویکرد شاخص‌های تکرار شده نشان می‌دهد.

جدول ۷. بارهای عاملی متغیرهای مشاهده شده سازه الگوی  
ضرورت برنامه درسی سواد رسانه‌ای مهارت‌های ارتباطی

**Table 7. Factor loadings of observed variables of media literacy  
curriculum necessity model construct communication skills**

سازه‌ها	گویه	بار عاملی	آماره تی	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	AVE
مدیریت رسانه و اطلاعات	مدیریت رسانه و اطلاعات	0.897	56.52	0.761	0.856	0.666
	بهبود مهارت‌های ذهنی و دانش	0.775	28.21			
	تربیت شهروند مطلوب	0.770	27.81			

همان‌گونه که در جدول ۷ مشاهده می‌شود بارهای عاملی، ضریب پایایی ترکیبی و میانگین واریانس استخراج شده بیشتر از حداقل مقدار قابل قبول است؛ بنابراین، روایی همگرای سازه الگوی ضرورت برنامه درسی سواد رسانه‌ای تأیید می‌شود. همچنین انجام نمونه‌گیری متوالی با حجم نمونه ۲۳۷ نفر و ۵۰۰۰ تکرار نشان می‌دهد که روابط بین سازه الگوی ضرورت برنامه درسی سواد رسانه‌ای و سازه‌های مرتبه دوم آن، معنادار است.

### بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌ها نشان داد که نقش طراحی برنامه درسی آموزش سواد رسانه‌ای در ارتقای مهارت‌های ارتباطی دانشجویان دوره کارشناسی، مقوله‌های اصلی ارتقای مدیریت رسانه‌ای و اطلاعات، بهبود مهارت‌های ذهنی و دانش و تربیت شهروند مطلوب را در بر می‌گیرد و موجب بروز ایده‌های نو، همگرایی رسانه‌ای، تقویت هویت فرهنگی، مدیریت هوشمندانه و پردازشگری خواهد شد. به‌این ترتیب، نتایج پژوهش حاضر با نتایج پژوهش، هیونز (۱۹۹۶)، طلوعی (۱۳۹۱)، علیخانی و کریمی (۱۳۹۶)، صالح (۲۰۱۲)، امیری و همکاران (۱۳۹۸) همسو و منطبق است. مصرف رسانه‌ای به معنای تعیین میزان و نحوه مصرف غذای رسانه‌ای، توانایی تشخیص محتوای پیام‌های آشکار و پنهان رسانه‌ای و ایجاد تصاویر همه‌جانبه و کافی است تا با آگاهی پیام‌ها را پردازش کند، به دانش موجود در رسانه دست یابد و رابطه انفعالی با رسانه را تبدیل به رابطه‌ای فعال، پویا و اثرگذار سازد و توسعه و بسط نقادانه، مسئولانه اطلاعاتی از رسانه‌ها را در میان شهروندان تشویق و ترغیب کند. هر زمانی که فرد رابطه پویا و فعال را فراگیرد، مهارت‌های ارتباطی بهبود می‌یابد.

مصرف رسانه‌ای یعنی کمک به گیرندگان ارتباطات جمعی تا به شرکت‌کنندگانی فعال و آزاد تبدیل شوند. نه آنکه ایستا، منفعل و تابع نسبت به تصاویر و ارزش‌هایی باشند که در یک جریان یکطرفه از منابع رسانه‌ای انتقال پیدا می‌کند. در این فرایند، هدف، پرورش مخاطبانی است که توانایی و نقد انواع شکل، قالب و محتوای رسانه‌ها را داشته باشند. این توانایی تفکر انتقادی و انتخاب، به بهبود مهارت‌های ارتباطی کمک می‌کند.

مدیریت اطلاعات، به توانایی تجزیه و تحلیل و با ارزیابی و تشخیص اطلاعات می‌پردازد و به سرعت بیشتر در تبادل و طبقه‌بندی اطلاعات و ارتقای کیفیت دریافت آن منجر می‌شود. زمانی که تجزیه و تحلیل و طبقه‌بندی اطلاعات بهتر و با سرعت بیشتری صورت می‌گیرد، افراد فهم بهتری از موقعیت پیدا می‌کنند و در نتیجه بهتر می‌توانند ارتباط برقرار کنند و این به معنای بهبود ارتباط و مهارت‌های ارتباطی است. در واقع این موضوع باعث می‌شود که تهدیدهای رسانه‌ای را بتوان به فرصت تبدیل کرد.

تجزیه و تحلیل مناسب‌تر اطلاعات باعث ارتقای سطح سلامت روانی و جسمانی می‌شود و به تشخیص آسیب‌ها و چالش‌های زندگی کمک می‌کند. بهبود سلامت روانی و جسمانی می‌تواند بهبود مهارت‌های ارتباطی را در پی داشته باشد. از طرف دیگر، در بحث مدیریت فضای مجازی نیز از یک منظر موجب آگاهی از بایدها و نبایدهای فضای مجازی می‌شود و از منظر دیگر، به آشنایی بیشتر و بهتر با فضای رسانه می‌انجامد به فهم بایدها و نبایدهای و استفاده بهینه از امکانات و فناوری نایل کمک می‌کند. این امر خود می‌تواند بهبود ارتباط و گسترش مهارت‌های ارتباطی را در پی داشته باشد.

مقوله دوم، بهبود مهارت‌های ذهنی و دانش از زیرمقوله‌های ارتقای مهارت‌های ذهنی و دانش تشکیل شده که منجر به تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری، استقلال فکری و روحیه انتقادی می‌شود و بازخورد آن، ارتقای قدرت گزینش‌گری و پالایش محتوا خواهد بود و دانش‌افزایی، بهبود و ارتقای مهارت‌های فردی، فراگیری علوم و فنون جدید و ارتقای سطح دانش، بینش و منش افراد، از ثمرات این مقوله است. یکی از این مهارت‌های فردی، مهارت‌های ارتباطی است که کمک می‌کند فرد با دیگران ارتباط بهتر و مناسب‌تری برقرار کند.

مقوله آخر با تربیت شهروند مطلوب نیز به تربیت نیروی انسانی و بهبود وضعیت زندگی پرداخته که تربیت نیروی انسانی مبادرت به آماده‌سازی جوانان برای آینده و مساعدت به حل مشکلات و معضلات آموزشی و تربیتی می‌کند و محصول آن کمک به تربیت شهروند مطلوب و مناسب است. مراد از بهبود وضعیت زندگی، مساعدت برای اتخاذ معیارهای درست و ایجاد سبک زندگی اسلامی - ایرانی است که ارتقای سطح فرهنگ عمومی جامعه را به ارمغان خواهد آورد. شهروند مطلوب خود دارای ویژگی‌هایی است که یکی از آنها، ویژگی‌ها، می‌تواند مهارت‌های ارتباطی مناسب باشد.

موضوع دیگر این است که آینده را نمی‌توان با قانون اجبار و تهدید ساخت، آینده را باید با روشنگری و بصیرت‌افزایی بنا نهاد، زیرا عصر حاضر عصر انفجار اطلاعات، دانش و فناوری است و در این زمان، داشتن سواد رسانه‌ای برای ملت ایران اسلامی و به‌ویژه دانشجویان و معلمان که به‌عنوان قله تغییرات شمرده می‌شوند، ضروری است. چراکه سواد رسانه‌ای می‌تواند مهارت‌های دیگر از جمله مهارت‌های ارتباطی را نیز تقویت کند.

پیشنهاد می‌شود برنامه درسی آموزش سواد رسانه‌ای برای دانش‌آموزان و دانشجویان سایر مقاطع تحصیلی و همچنین اعضای هیئت علمی طراحی و آموزش آن در برنامه‌های رسانه‌ای گنجانده شود تا بتوان از آسیب‌های رسانه‌ای به دانشجویان پیشگیری کرد. همچنین پیشنهاد می‌شود بر کیفیت و کمیت مواد آموزش سواد رسانه نظارت دقیقی صورت پذیرد و مطالب به‌روز گردد.

### محدودیت و نوآوری پژوهش

از محدودیت‌های این پژوهش می‌توان به منحصر کردن مشارکت‌کنندگان به اعضای هیئت علمی و استادان مدعو دانشگاه فرهنگیان و آزاد اسلامی استان گلستان اشاره کرد؛ ضمن اینکه لازم است ضرورت آموزش سواد رسانه‌ای و اهمیت نقش آن در مهارت‌های ارتباطی از سوی رسانه‌ها برای دانشجویان و حتی غیردانشجویان برجسته شود.

### منابع

- اجاق، سیده‌زهره. (۱۳۹۷). آموزش سواد رسانه‌ای به کودکان: معرفی شاخص‌های محتوای آموزش سواد رسانه‌ای در دبستان. *مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، ۱۴(۵۳)، ۲۴۷-۲۲۱.
- امیری، جهاندار؛ اردشیر، زابلی‌زاده و سجاد، کرمی نومیوندی. (۱۳۹۸). راهکارهای افزایش سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی معلمان. *مطالعات رسانه‌ای*، ۱۴(۴۴)، ۲۱-۷.
- چالشگر کردآسیایی، مشرفه و زهرا، اشکور کیایی. (۱۴۰۰). سواد رسانه‌ای در دانشجویان: مطالعه نظام‌یافته. *تعالی بالینی*، ۱۱(۳)، ۳۵-۴۶.

نقش طراحی الگوی  
برنامه درسی آموزش  
سواد رسانه‌ای  
در ارتقای مهارت‌های  
ارتباطی دانشجویان  
دوره کارشناسی

حسینی پاکدهی، علیرضا و حسنی‌السادات، شبیری. (۱۳۹۶). آموزش سواد رسانه‌ای در فضای مجازی، مقایسه وبسایت مדיاسمارتس کانادا و وبسایت سواد رسانه‌ای ایران. *مطالعات رسانه‌های نوین*، ۳(۹)، ۷۶-۳۱.

پاتر، جیمز. (۱۳۹۱). *بازشناسی، رسانه‌های جمعی با رویکرد سواد رسانه‌ای* (ترجمه امیر یزدیان، پیام آزادی و منا نادعلی). تهران: مرکز پژوهش‌های اسلامی صداوسیما.

تقی‌زاده، عباس. (۱۳۹۳). *نقش دوره آموزشی سواد رسانه‌ای بر توانایی پردازش پیام‌های رسانه‌ای دانش‌آموزان مقطع متوسطه، مطالعه موردی دانش‌آموزان سال اول متوسطه شهر کرمان*. پایان‌نامه دکتری، دانشگاه علامه طباطبائی، دانشکده علوم اجتماعی، گروه ارتباطات، تهران.

زیباکلام مفرد، فاطمه و حمداله، محمدی. (۱۳۹۳). بررسی تطبیقی تفکر انتقادی از منظر رابرت انیس و هنری ژیرو با نظریه کاربرد آن برای اصلاح نظام تربیت معلم. *پژوهش‌های کاربردی روان‌شناختی* (روان‌شناسی و علوم تربیتی)، ۵(۳)، ۳۸-۱۹.

سلطانی‌فر، محمد؛ ناصر، اسدی و شهناز، هاشمی. (۱۳۹۱). *نظریه سواد رسانه‌ای رهیافتی شناختی دلیوجیمز پاتر*. تهران: سیمای شرق.  
صالحی امیری، سیدرضا و سیدمسعود، رجبی. (۱۳۸۷). ضرورت سواد رسانه‌ای. *ویژه‌نامه سواد رسانه*، ۲۲، ۳۳-۱۳.

طلوعی، علی. (۱۳۹۱). *سواد رسانه‌ای، درآمدهای بر شیوه سنجش و یادگیری*. تهران: دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها.

عبدالهی بکتاش، رقیه؛ اردیس، اسلامی و کمال، آفانی. (۱۳۹۷). تحلیل محتوای کتاب درسی تفکر و سواد رسانه‌ای پایه دهم بر اساس آموزش سواد رسانه‌ای. *تفکر و کودک*، ۹(۲)، ۴۸-۲۵.

علیخانی، حسین و زهره، کریمی. (۱۳۹۶). آموزش سواد رسانه‌ای. *رشد آموزش فنی و حرفه‌ای و کار دانش*، ۱۲(۳)، ۵۰-۴۷.

- قاسمی، حمید؛ سارا، کشکر؛ نازنین، راسخ و عبدالله، کرمی. (۱۳۹۶). *تحلیل محتوای پیام‌های ارتباطی*. تهران: اندیشه‌آرا.
- کازمی، حمید. (۱۳۹۶). *اثربخشی آموزش مهارت‌های ارتباطی بر کنترل تجربه خلق منفی و شیوه‌های مقابله با استرس در نوجوانان*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه پیام‌نور، تهران.
- محمودی کوکنده، سید محمود. (۱۳۹۰). *بررسی ضرورت آموزش سواد رسانه‌ای کودکان و نوجوانان از نگاه متخصصان حوزه آموزش و پرورش*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی، تهران.
- مظاهری، اکرم و سیمین‌دخت، رضاخانی. (۱۳۹۶). *اثربخشی آموزش مهارت‌های ارتباطی بر افزایش عزت نفس و کاهش تعارضات والد - فرزند*. *پژوهش در نظام آموزشی*، ۱۱(۳۷)، ۱۵۰-۱۳۱.
- نظروپسی، حامد. یکتایار، مظفر. قاسمی، حمید. (۱۳۹۹). *طراحی الگوی سواد رسانه‌ای در ورزش*. *پژوهش‌های ارتباطی (پژوهش و سنجش)*، ۲۷(۱۰۲)، ۱۴۹-۱۲۱.
- نخستین، نسیم. (۱۴۰۱). *مقایسه اثربخشی طرحواره درمانی و رویکرد هیجان‌مدار بر صمیمیت، مهارت‌های ارتباطی و احساس ارزشمندی در زوجین ناسازگار مراجعه‌کننده به مراکز مشاوره شهر تهران*. پایان‌نامه دکتری دانشگاه آزاد اسلامی، اردبیل.
- ولی‌زاده، کمال و علی، جعفری. (۱۳۹۸). *نقش کتاب درسی تفکر و سواد رسانه‌ای در ارتقای ابعاد سواد رسانه‌ای دانش‌آموزان مقطع متوسطه دوره دوم شهر اردبیل*. *پژوهش‌های ارتباطی (پژوهش و سنجش)*، ۲۶(۱۰۰)، ۲۳۳-۲۰۹.
- هیونز. دی لاتز. (۱۳۹۶). *فهم صنایع رسانه‌ای* (ترجمه احسان شاه‌قاسمی). تهران: لوگوس.
- هارجی، اون، دیوید، دیکسون و کریستین، ساندرز. (۱۳۹۰). *مهارت‌های اجتماعی در ارتباط‌های میان‌فردی* (ترجمه مهرداد فیروزبخت و خشایاربیگی). تهران: جوانه رشد.

Hobbs, R. (1996). *Expanding the Concept of Literacy, in Robert Kubey, Media Literacy in the Information Age*. New York, Transaction Press.

Lucidi, F.; Mallia, L.; Alivemini, F.; Chirico, A.; Manganellis, S.; Galli, F.; Biasi, V. & Zelli, A. (2017). The Effectiveness of a New School-Based Media Literacy Intervention on Adolescents Doping Attitudes and Supplements Use. *Frontiers in Psychology*, 2(6), 1-9.

Guba, E. G. & Lincoln, Y. S. (1982). Epistemological and Methodological Bases of Naturalistic Inquiry. *ECTJ*, 30(4), 233-252.

Neeraj, K. (2019). Media Literacy, Journalist and Empowerment of Democracy. *Journal of Media Studies*, 1, 118-125.

Schmidt, H. (2013). The Media and the Literacies: Media Literacy, Information Literacy. *Journal of Effective Teaching*, 12(1), 64-77.

Saleh, I. (2012). Media and Information Literacy in South Africa: Goals and Tools. *Comunicar*, 20(39), 35- 43.

Waltz, C. F.; Strickland, O. & Lenz, E. R. (2010). *Measurement in Nursing and Health Research* (4th Ed.). Springer Publishing Company.