

بررسی تأثیر مهارت‌های زندگی بر سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی با تأکید بر ویژگی‌های جمعیت‌شناختی

● نسرین آقاملا^۱، لیلا نیرومند^۲، نازنین ملکیان^۳، سمیه تاجیک اسماعیلی^۴

چکیده

پژوهش پیش رو با هدف بررسی تأثیر مهارت‌های زندگی بر سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی با تأکید بر ویژگی‌های جمعیت‌شناختی طراحی و اجرا شده است. این پژوهش از نوع کاربردی و روش آن پیمایش است. جامعه آماری پژوهش عبارت است از تمامی شهروندان ساکن شهر تهران که، طبق آمار اسناد ملی، ۸ میلیون و ۹۶۳ هزار نفر اعلام شده است. حجم نمونه، با استفاده از فرمول کوکران، ۳۸۵ نفر برآورد شد. نمونه موردنظر به روش خوشه‌ای چندمرحله‌ای انتخاب شد. ابزار اندازه‌گیری این پژوهش پرسش‌نامه محقق‌ساخته است که روایی آن به شیوه روایی صوری مورد سنجش قرار گرفت و پایایی آن با ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شد. به منظور تحلیل داده‌ها از آزمون تی مستقل و تحلیل واریانس یک‌طرفه استفاده شد. یافته‌های پژوهش نشان داد که ویژگی‌های جمعیت‌شناختی بر مهارت‌های زندگی و سواد رسانه‌ای تأثیر دارند. همچنین بر اساس یافته‌ها، جنسیت بر سواد رسانه‌ای و مهارت‌های زندگی و مؤلفه‌های آن‌ها تأثیری ندارد؛ اما، گروه‌های سنی بر سواد رسانه‌ای و مهارت‌های زندگی و مؤلفه‌های آن‌ها تأثیر دارند. در تبیین یافته‌ها می‌توان گفت که جنسیت افراد نمی‌تواند متغیرهای مؤثر بر سواد رسانه‌ای و مهارت‌های زندگی را تحت تأثیر قرار دهد؛ اما، گروه سنی (جوان، میان سال و سالمند) بر سواد رسانه‌ای و مهارت‌های زندگی تأثیر دارند. علت آن را شاید بتوان در تفاوت در سبک زندگی، میزان دسترسی به رسانه‌ها، و محدودیت زمانی مواجهه با رسانه دانست. همچنین سطح معناداری به دست آمده (۰/۰۰۱) نشان می‌دهد که مؤلفه‌های مهارت‌های زندگی بر سواد رسانه‌ای تأثیرگذارند.

واژگان کلیدی

ویژگی‌های جمعیت‌شناختی (جنسیت و سن)، شهروندان تهرانی، مهارت‌های زندگی، سواد رسانه‌ای، سبک زندگی.

مقدمه

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۱/۲۴ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۳/۲۷

۱. دانشجوی دکتری علوم ارتباطات، گروه علوم ارتباطات، دانشکده علوم انسانی، واحد تهران شرق، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. nasrin.aghmolla@gmail.com

۲. استادیار گروه علوم ارتباطات، دانشکده علوم انسانی، واحد تهران شرق، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. (نویسنده مسئول) ln.niromand@yahoo.com

۳. استادیار گروه علوم ارتباطات، دانشکده علوم انسانی، واحد تهران شرق، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. nz.malekian@gmail.com

۴. استادیار گروه علوم ارتباطات، دانشکده علوم انسانی، واحد تهران شرق، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. s.t.esmaeili@gmail.com

مهارت‌های زندگی^۱ مجموعه‌ای از توانایی‌هایی است که زمینه سازگاری و رفتار مثبت و مفید را فراهم می‌آورند و فرد را قادر می‌کنند مسئولیت‌های نقش‌های اجتماعی را بپذیرد و، بدون لطمه زدن به خود و دیگران، با خواسته‌ها، انتظارات و مشکلات روزانه، به‌ویژه روابط بین‌فردی، به شکل مؤثرتری روبه‌رو شود (WHO², 2003). مهارت‌های زندگی شخص را قادر می‌کنند تا دانش نگرش و ارزش‌های وجودی خود را به توانایی‌های واقعی و عینی تبدیل کند تا بتواند از این توانایی‌ها در استفاده صحیح‌تر نیروهای خود بهره‌گیرد و زندگی مثبت و توأم با شادابی را برای خود و دیگران فراهم کند (بشارتی و امیریان زاده، ۱۳۹۷: ۱۹).

کسب مهارت‌های زندگی در کنار کسب علم و دانش باعث تغییر متناسب نگرش‌ها و ارزش‌ها و تقویت رفتارهای مناسب خواهد شد. مهارت‌های زندگی یادگیری چگونه انجام دادن است؛ دانستن به توانستن و دانش به منش تبدیل می‌شود (بشارتی و امیریان زاده، ۱۳۹۷: ۱۸).

در علم جامعه‌شناسی، از مهارت‌های زندگی با عنوان مهارت‌های اجتماعی یاد می‌شود. این مهارت‌ها به‌عنوان روش عامل پیش‌گیری از آسیب‌های فردی و اجتماعی مورد تأکید بوده‌اند. آموزش مهارت‌های زندگی اثر معنی‌داری بر توانایی‌های رهبری و مدیریت در افراد دارد. افراد هر چقدر بیشتر یاد می‌گیرند و تجربه‌های بیشتری کسب می‌کنند، بیشتر به این واقعیت پی می‌برند که از راه مبادله عواطف و احترام به دیگران و تعامل اجتماعی با آن‌هاست که به احساس رضایت دست می‌یابند و روزبه‌روز بیشتر به یقین می‌رسند که احساس مفید بودن و خوشبختی آن‌ها به میزان رشد اجتماعی‌شان بستگی دارد. با توجه به اینکه انسان موجود اجتماعی است و ادامه زندگی او به صورت انفرادی تقریباً ناممکن است، به محض تولد و با دریافت اولین احساس در رابطه با دیگران قرار می‌گیرد. ابتدا این افراد فقط شامل گروه خانواده هستند، اما به تدریج گروه‌های بزرگ‌تر از جمله دوستان، همکلاسی‌ها، معلمان، هم‌محله‌ای‌ها، همشهری‌ها، هم‌میهمان نیز به این گروه‌ها اضافه می‌شوند؛ لذا، برای ارتباط با دیگر گروه‌ها از طریق ایجاد رابطه، سخن‌گفتن، گوش‌کردن و روش‌های گوناگون باید مهارت‌های لازم را کسب کرد. انسانی که از نظر اجتماعی رشد یافته است به راحتی می‌تواند با استفاده از مهارت‌های اجتماعی با دیگران به خوبی رابطه برقرار کند و زندگی سازگاری داشته باشد.

کسب مهارت‌های زندگی یکی از عناصر اصلی در تمام فرهنگ‌هاست. افرادی که مهارت‌های زندگی از قبیل خودآگاهی، مهارت حل مسئله، مهارت مقابله با استرس و مهارت ارتباط و سایر مؤلفه‌ها را به نحو شایسته‌ای درک کرده‌اند می‌توانند به انتخاب و ارائه رفتارهای مناسب، در زمان و موقعیت معینی، دست بزنند که جدا از فرهنگ افراد نیست.

1. life skills

2. World Health Organization

در کنار مهارت‌های زندگی که پیش‌تر ذکر شد، سواد رسانه‌ای نیز از مباحث مورد توجه در امر رسانه است. امروزه، رسانه‌ها، در برهه‌ای از زمان که به حق عصر ارتباطات و انقلاب اطلاعات نامیده شده، تمام ابعاد زندگی انسان و تمام نقاط جهان را به تسخیر خود درآورده‌اند. دیگر کسی یا جایی را نمی‌توان یافت که از هجوم شگفت‌انگیز رسانه‌ها در امان مانده و آثارشان را به طریقی تجربه نکرده باشد و اعراق نیست اگر اکنون آن‌ها را بخش اجتناب‌ناپذیر و جزء لازم و ضروری زندگی فردی و اجتماعی بدانیم. گستردگی کارکرد و نقش رسانه‌ها تصور دنیای امروز را بدون حضور آن‌ها بسیار مشکل و حتی ناممکن کرده است، به‌گونه‌ای که دیگر نمی‌توان حضور و نفوذ آن‌ها را نادیده گرفت. این گستردگی حضور رسانه‌ها در دنیای امروز، بیش از هر زمان دیگر، موضوع چگونگی استفاده از آن‌ها را مورد توجه قرار می‌دهد. رسانه‌ها از یک سو می‌توانند، با در اختیار گذاشتن انبوهی از اطلاعات و داده‌های مفید، نقشی مؤثر در هدایت انسان به سوی آن سبک زندگی که دلخواه اوست داشته باشند و از سوی دیگر این قابلیت را نیز دارند که، در صورت استفاده نادرست و ناآگاهانه از آن‌ها، رقم‌زننده سیری قهقرایی باشند. بنابراین، استفاده از رسانه‌ها مستلزم داشتن اطلاعات، آگاهی و دانش کافی در زمینه بهره‌وری از پیام‌های رسانه‌ای است که استفاده انسان معاصر از آن‌ها را مؤثرتر و پویاتر کرده، به او کمک می‌کند که تحت تأثیر ارزش‌ها، ایدئولوژی‌ها و القائات خاص رسانه‌ای قرار نگیرد. بنابراین، در دنیای رسانه‌ای شده امروز، که در آن رسانه نه خیر مطلق است نه شر مطلق، سواد رسانه‌ای بهترین مأمی است که با تکیه بر آن می‌توان از اثرات منفی و مخرب رسانه‌ها در امان ماند و از محاسن و فواید آن بهره برد. صاحب‌نظران ارتباطات و رسانه سواد رسانه‌ای را به‌عنوان مهارت و توانایی ضروری برای زیستن در عصر حاضر، که عصر ارتباطات و اطلاعات نام گرفته، مطرح می‌کنند (حسینی پاکدهی و شبیری، ۱۳۹۶: ۳۲).

سواد رسانه‌ای^۱، به‌عنوان مهارت اجتماعی که می‌تواند همراه با تفکر انتقادی و استدلالی مخاطبان را به‌صورت فعال و پویا با پیام‌ها و تولیدات رسانه‌ای آشنا کند، در مطالعات رسانه‌ای می‌تواند مورد تأمل قرار گیرد و اساساً هدف اصلی آن این است که شهروندان جامعه را برای بهره‌برداری مفید و سودمندانه از مسائل زندگی و حیات اجتماعی، سیاسی و فرهنگی آماده کند (خوش‌زبان، سلطانی‌فرو و دلاور، ۱۳۹۸: ۳۸).

هربرت مارشال مک لوهان^۲ اولین بار سال ۱۹۶۵ و در کتاب برای درک رسانه^۳ واژه سواد

1. Media Literacy

2. Herbert Marshall McLuhan

3. Understanding Media

رسانه‌ای را به کار برد؛ آنجا که از فرارسیدن دهکده جهانی^۱ صحبت می‌کند و می‌گوید لازم است در این دوره انسان‌ها به سواد جدیدی به نام سواد رسانه‌ای دست یابند (حسینی پاکدهی و شبیری، ۱۳۹۶: ۳۳). سواد رسانه‌ای عبارتی بود که مک لوهان برای مهارت و توانایی‌های موردنیاز شهروندان دهکده جهانی انتخاب کرد و البته بسیاری از متخصصان ارتباطات نیز از او تبعیت کرده‌اند و این سواد جدید موردنیاز شهروندان عصر ارتباطات و اطلاعات را «سواد رسانه‌ای» می‌نامند (حسینی پاکدهی و شبیری، ۱۳۹۶: ۳۳).

با توجه به زندگی در عصر رسانه‌ای و استفاده روزافزون افراد از رسانه‌ها، به‌ویژه رسانه‌های تعاملی، و افزایش آسیب‌های اجتماعی، ارتقای سطح سواد رسانه‌ای می‌تواند نقش مؤثری در کاهش آسیب‌ها و استفاده نقادانه و هوشمندانه از رسانه‌ها، به‌ویژه رسانه‌های نوظهور، داشته باشد. مؤثرترین راه برای کاهش خطرهای آسیب‌های اجتماعی ناشی از رسانه‌ها، علاوه بر تصویب قوانین، کسب آموزش‌های تخصصی و امنیتی استفاده از رسانه‌ها و در مجموع، ارتقای سطح سواد رسانه‌ای است (نصیری، بخشی و هاشمی، ۱۳۹۱؛ ولی‌زاده و جعفری، ۱۳۹۸: ۲۱۰). هدف «سواد رسانه‌ای» این است که به مردم کمک کند تا، به‌جای آنکه مصرف‌کنندگانی فرهیخته برای رسانه‌ها باشند، به شهروندانی فرهیخته در جامعه اطلاعاتی، که انواع رسانه‌ها قلب تپنده آن هستند، تبدیل شوند. «تک‌تک افراد نمی‌توانند بر روی آنچه رسانه‌ها عرضه می‌کنند کنترل زیادی داشته باشند؛ اما، می‌توانند روش‌های کنترل به شیوه برنامه‌ریزی ذهنی را بیاموزند. بنابراین، هدف سواد رسانه‌ای این است که به مردم نشان دهد چگونه کنترل را از رسانه‌ها به سمت خود معطوف کنند» (حسینی پاکدهی و شبیری، ۱۳۹۶: ۳۳). با توجه به دیدگاه جمعیت‌شناختی و متغیرهای زمینه‌ای مانند جنسیت، سن، درآمد، شغل و تحصیلات، در پژوهش پیش‌رو به مطالعه تأثیر مهارت‌های زندگی بر سواد رسانه‌ای مخاطبان پرداخته شده است.

بنابراین، پژوهش پیش‌رو در پی پاسخ‌گویی به این پرسش طراحی و اجرا شده است که «آیا مؤلفه‌های مهارت‌های زندگی، با تأکید بر ویژگی‌های جمعیت‌شناختی، بر سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی تأثیرگذارند؟». از آنجا که در پژوهش‌های پیشین، تأثیر مهارت‌های زندگی بر سواد رسانه‌ای مورد مطالعه قرار نگرفته، پژوهش پیش‌رو به لحاظ موضوع دارای نوآوری است و از منظر جدیدی به بررسی نقش و تأثیر مهارت‌های زندگی در جنبه‌ای از زندگی شهروندان تحت عنوان سواد رسانه‌ای پرداخته است. نتایج حاصل از این پژوهش می‌تواند، با توجه به اهمیت سواد رسانه‌ای، مورد استفاده کارشناسان حوزه رسانه و جامعه‌شناسان قرار گیرد. در سطور ذیل به اهمیت و ضرورت این پژوهش اشاره است.

اهمیت پژوهش

امروزه رسانه به نوعی پنجره نگاه ما به دنیا تلقی می‌شود و سواد رسانه‌ای به ما این امکان را می‌دهد که بدانیم بازنمایی رسانه از واقعیت تا چه حد دقیق، درست و عادلانه صورت می‌گیرد. در این زمینه، ویژگی‌های جمعیت‌شناختی شهروندان تهرانی نیز می‌تواند اثرگذار باشد. سواد رسانه‌ای به ما کمک می‌کند تا اشکال و محتوای برنامه‌ها را بر ذهنیت و ادراک افراد بررسی و تجزیه و تحلیل کنیم (موحدنسب و قاسمی، ۱۳۹۳). سواد رسانه‌ای نیز از جمله مهارت‌های زندگی محسوب می‌شود و با در نظر گرفتن اهمیت مهارت‌های زندگی و سواد رسانه‌ای در گذران زندگی روزمره، می‌توان اهمیت اجرای پژوهش پیش‌رو را درک کرد؛ چراکه با توجه به نتایج این پژوهش می‌توان به سبک زندگی شهروندان در این خصوص دسترسی پیدا کرد.

تا کنون در زمینه متغیرهای سواد رسانه‌ای و مهارت‌های زندگی جداگانه و در ارتباط با متغیرهای دیگر پژوهش‌های زیادی انجام شده است؛ اما، پژوهشی که هم‌زمان هر دو متغیر مهارت‌های زندگی و سواد رسانه‌ای را مورد مطالعه قرار دهد تا کنون انجام نشده است. لذا، انجام این پژوهش می‌تواند مسئله مهمی مانند جایگاه مهارت‌های زندگی را در سواد رسانه‌ای شهروندان مورد کاوش قرار دهد. همچنین از لحاظ کاربردی، نتایج حاصل از این پژوهش می‌تواند مورد استفاده مدیران و برنامه‌ریزان حوزه سواد رسانه‌ای و مهارت‌های زندگی، پژوهشگران و جامعه‌شناسان حوزه مطالعات شهروندی قرار گیرد. پس از پرداختن به اهمیت و ضرورت پژوهش، لازم است به اهداف و فرضیه‌های پژوهش اشاره شود.

اهداف پژوهش عبارت‌اند از:

- شناخت تأثیر مهارت‌های زندگی با تأکید بر ویژگی‌های جمعیت‌شناختی (سن و جنسیت) بر سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی؛
- شناخت تأثیر مهارت خودآگاهی بر سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی؛
- شناخت تأثیر مهارت همدلی بر سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی؛
- شناخت تأثیر مهارت ارتباط مؤثر بر سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی؛
- شناخت تأثیر مهارت روابط بین‌فردی بر سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی؛
- شناخت تأثیر مهارت تصمیم‌گیری بر سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی؛
- شناخت تأثیر مهارت توانایی حل مسئله بر سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی؛
- شناخت تأثیر مهارت تفکر خلاق شهروندان بر سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی؛
- شناخت تأثیر مهارت تفکر انتقادی بر سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی؛
- شناخت تأثیر مهارت مقابله با هیجان‌های ناخوشایند بر سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی؛
- شناخت تأثیر مهارت توانایی مقابله با استرس بر سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی؛

- شناخت تأثیر مهارت‌های زندگی در بُعد شناختی سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی؛
- شناخت تأثیر مهارت‌های زندگی در بُعد زیبایی شناختی سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی؛
- شناخت تأثیر مهارت‌های زندگی در بُعد احساسی سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی؛
- شناخت تأثیر مهارت‌های زندگی در بُعد اخلاقی سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی.

فرضیه‌های پژوهش

- مهارت‌های زندگی با تأکید بر ویژگی‌های جمعیت‌شناختی (سن و جنسیت) بر سواد رسانه‌ای شهروندان تأثیر دارند.

- مهارت خودآگاهی بر سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی تأثیر دارد.
- به نظر می‌رسد مهارت همدلی بر سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی تأثیر دارد.
- به نظر می‌رسد مهارت ارتباط مؤثر بر سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی تأثیر دارد.
- به نظر می‌رسد مهارت روابط بین فردی بر سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی تأثیر دارد.
- به نظر می‌رسد مهارت تصمیم‌گیری بر سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی تأثیر دارد.
- به نظر می‌رسد مهارت توانایی حل مسئله بر سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی تأثیر دارد.
- مهارت تفکر خلاق شهروندان بر سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی تأثیر دارد.
- مهارت تفکر انتقادی بر سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی تأثیر دارد.
- مهارت مقابله با هیجان‌های ناخوشایند بر سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی تأثیر دارد.
- مهارت توانایی مقابله با استرس بر سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی تأثیر دارد.
- مهارت‌های زندگی در بُعد شناختی سواد رسانه‌ای بر شهروندان تهرانی تأثیر دارد.
- مهارت‌های زندگی در بُعد زیبایی شناختی سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی تأثیر دارد.
- مهارت‌های زندگی در بُعد احساسی سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی تأثیر دارد.
- مهارت‌های زندگی در بُعد اخلاقی سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی تأثیر دارد.

در ادامه به تعریف عملیاتی متغیرهای اصلی پژوهش می‌پردازیم:

مهارت‌های زندگی: نمره‌ای است که فرد پاسخ‌گو از پرسش‌نامه مهارت‌های زندگی به دست می‌آورد. این پرسش‌نامه محقق ساخته است و در آن پرسش‌هایی در زمینه خودآگاهی، همدلی، ارتباط مؤثر، روابط بین فردی، تصمیم‌گیری، توانایی حل مسئله، تفکر خلاق، تفکر انتقادی، مقابله با هیجان‌های ناخوشایند، و توانایی مقابله با استرس مطرح شده است.

سواد رسانه‌ای: نمره‌ای است که فرد از پرسش‌نامه سواد رسانه‌ای به دست می‌آورد و شامل مؤلفه‌های زیباشناختی، شناختی، احساسی و اخلاقی است.

ویژگی‌های جمعیت‌شناختی: شامل متغیرهای زمینه‌ای مانند جنسیت، سن، شغل، تحصیلات و درآمد است. پس از تعاریف عملیاتی، لازم است پیشینه پژوهش مورد بررسی قرار گیرد.

پیشینه پژوهش

پژوهش‌های زیادی در داخل و خارج از کشور در حوزه سواد رسانه‌ای و نقش و اهمیت آن طراحی و اجرا شده‌اند، برای مثال: تحلیل سواد رسانه‌ای بر اساس مدل ec، بررسی رابطه سواد رسانه‌ای با سبک زندگی، بررسی ضرورت آموزش سواد رسانه‌ای کودکان و نوجوانان، تأثیر آموزش سواد رسانه‌ای اجتماعی در یادگیری اجتماعی و احساسی.

همچنین، در راستای هدف پژوهش و بررسی پیشینه پژوهش، به منابع مختلف از جمله کتاب‌ها، مقالات، پایان‌نامه‌ها و وبگاه‌های اینترنتی به زبان انگلیسی و فارسی در زمینه‌های سواد رسانه‌ای و مهارت‌های زندگی مراجعه شده است.

پژوهش‌هایی که به نوعی با موضوع پژوهش در ارتباط بودند مورد مطالعه قرار گرفتند و بر اساس زمان انجام پژوهش در جدول ذیل درج شده‌اند:

جدول ۱. پیشینه پژوهش

ردیف	محقق، سال، روش پژوهش	عنوان	نتیجه	نسبت پیشینه با پژوهش
۱	باهنو و چابکی در زایی (۱۳۹۳) مطالعه موردی سیاست‌های شورای انقلاب فرهنگی روش پژوهش: اسنادی - تحلیلی اسناد نهاد شورای عالی انقلاب فرهنگی	تحلیل سواد رسانه‌ای بر اساس مدل ec مورد مطالعه: سیاست‌های شورای عالی انقلاب فرهنگی	بیشترین میزان توجه در اسناد به مؤلفه استفاده و دسترسی بوده و مؤلفه درک انتقادی و توانایی‌های ارتباطی مخاطبان کمتر مورد توجه قرار گرفته است. نکته قابل توجه در این اسناد استفاده از واژه سواد الکترونیکی، سواد اطلاعاتی، سواد دیجیتالی و عدم استفاده از واژه سواد رسانه‌ای است.	اهمیت سواد رسانه‌ای
۲	فلسفی و نیرومند (۱۳۹۳) روش پژوهش: پیمایشی	بررسی رابطه سواد رسانه‌ای با سبک زندگی مورد مطالعه: نوجوانان ۱۵ تا ۱۸ ساله دبیرستانی منطقه شش تهران	بین سواد رسانه‌ای و ابعاد آن شامل آگاهی از اهداف پنهان پیام‌های رسانه‌ای، درک محتوای پیام‌های رسانه‌ای، گزینش آگاهانه پیام‌های رسانه‌ای، نگاه انتقادی به پیام‌های رسانه‌ای، و در نهایت تجزیه و تحلیل پیام‌های	رابطه سواد رسانه‌ای و زندگی اجتماعی شهروندان

	<p>رسانه‌های باسبک زندگی و ابعاد آن شامل رفتار با والدین، ارتباط با جنس مخالف، تفریحات، رفتار در مدرسه و نوع لباس پوشیدن رابطه‌ای مثبت و معنی‌دار وجود دارد.</p>			۲
<p>ضرورت مطالعه سواد رسانه‌ای</p>	<p>شناخت متخصصان آموزش و پرورش از رسانه‌ها و کاربرد آن‌ها موجب درک بهتر آن‌ها از موضوع سواد رسانه‌ای خواهد شد.</p>	<p>بررسی ضرورت آموزش سواد رسانه‌ای کودکان و نوجوانان از نگاه متخصصان آموزش و پرورش شهر تهران</p>	<p>دهقان شاد و محمودی کوکنده (۱۳۹۰) روش پژوهش: پیمایشی</p>	۳
<p>ضرورت آموزش سواد رسانه‌ای</p>	<p>با استفاده از مباحث کلیدی سواد رسانه‌ای برای آموزش توانمندی‌ها، مریبان می‌توانند دانش‌آموزان را با راهبردهای تجزیه و تحلیل، ارزیابی، ایجاد و اقدامات مسئولانه در دنیای دیجیتال - در کنار مهارت‌های اجتماعی و عاطفی که معمولاً با بسیاری از عواطف اجتماعی، احساسی و اختلالات رفتاری همراه‌اند آشنا کنند.</p>	<p>تأثیر آموزش سواد رسانه‌های اجتماعی در یادگیری اجتماعی و احساسی</p>	<p>پروبوست^۱ (۲۰۱۷) روش پژوهش: آزمایشی</p>	۴
<p>ضرورت توجه رسانه‌ها به سواد رسانه‌ای</p>	<p>فیلترکردن اطلاعات معتبر و اولویت‌بندی اطلاعات مختلف از چالش‌های پردازش پیام‌ها در رسانه‌های اجتماعی است.</p>	<p>بررسی پردازش پیام‌های رسانه‌های اجتماعی در مواقع اضطراری</p>	<p>عمران^۲ (۲۰۱۴)</p>	۵

1. Probst

2. Imran

نگاه یونسکو به سواد رسانه‌ای	پیشنهادهایی برای توسعه، انطباق و اجرای موفق برنامه‌های سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی ارائه شده است.	برنامه آموزشی سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی برای معلمان	ویلسون ^۱ (۲۰۱۲) روش پژوهش: تحلیل محتوا	۶
نحوه مدل‌های ارائه شده در مورد موضوع سواد رسانه‌ای	این مدل شامل ۵ بخش نیروی محرکه راه‌اندازی شبکه، پیکربندی شبکه، مراکز شبکه، ارتباطات شبکه و گسترش شبکه است.	ارتقای سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی در هنگ‌کنگ: راهبرد مدل شبکه‌ای	لی ^۲ (۲۰۱۲)	۷
ضرورت آموزش سواد رسانه‌ای در جوامع	اکثریت جامعه پژوهش معتقد بودند که دولت باید سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی را به منظور رسیدن به بنگلادش دیجیتال ۲۰۲۱ تقویت کند.	ارتقای سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی؛ مطالعه موردی بخش عمومی بنگلادش	بیگم ^۳ (۲۰۱۲)	۸

نوآوری پژوهش

مروری بر سوابق تجربی داخلی و خارجی نشان می‌دهد که پژوهشگران متناسب با موضوع مورد بررسی خود به جنبه‌هایی از نقش مهارت‌های زندگی در ابعاد مختلف زندگی پرداخته‌اند؛ اما، هیچ‌یک از آنان به مطالعه نقش و بررسی مهارت‌های زندگی در سواد رسانه‌ای مبادرت نورزیده‌اند؛ امری که پژوهش پیش رو با مطالعه تأثیر مهارت‌های زندگی بر سواد رسانه‌ای شهروندان، با تأکید بر متغیرهای جمعیت‌شناختی آنان، در صدد دست‌یابی به آن بوده است.

مبانی نظری پژوهش

در این پژوهش، با اشاره به تعریف مهارت‌های زندگی و با رجوع به آرای پاتر^۴ در حوزه سواد رسانه‌ای، به بررسی نقش مهارت‌های زندگی در سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی با تأکید بر ویژگی‌های جمعیت‌شناختی آنان پرداختیم و در پایان، الگوی مفهومی‌ای را که از این نظریه‌ها به دست آمد ارائه کردیم.

1. Wilson

2. Lee

3. Begum

4. Potter

مهارت‌های زندگی

مهارت‌های زندگی یعنی توانمندی‌ها و قابلیت‌های بالفعل شده در برقراری روابط بین فردی و درون فردی مناسب و مؤثر، انجام مسئولیت‌های اجتماعی و شخصی، تصمیم‌گیری صحیح و حل تعارضات و کشمکش‌ها بدون توسل به اعمالی که به خود یا دیگران صدمه می‌زنند. برنامه آموزش مهارت‌های زندگی بر این اصل استوار است که شهروندان حق دارند توانمند شوند و نیازمند آن هستند که بتوانند از خود و علاقه‌هایشان در موقعیت‌های سخت زندگی دفاع کنند. این نوع برنامه‌ها در پیش‌گیری از مخاطرات سلامت نگاهی کلی دارند و به آموزش محدود تنها یک مهارت بسنده نمی‌کنند.

موضوع مهارت‌های زندگی سال ۱۹۷۹ و با اقدامات گیلبرت ب‌وتوین^۱ مطرح شد. وی مجموعه‌ای از دوره‌های آموزشی مهارت‌های زندگی را برای دانش‌آموزان کلاس هفتم تا نهم تدوین کرد که با استقبال فراوان متخصصان بهداشت روانی روبه‌رو شد. این برنامه آموزشی به نوجوانان یاد می‌داد که چگونه با استفاده از مهارت‌های قاطعیت، تصمیم‌گیری و تفکر نقاد در مقابل وسوسه یا پیشنهاد سوء‌مصرف مواد از سوی همسالان مقاومت کنند (بهراری و شفیق‌پور، ۱۳۸۴: ۲۵). سلبی^۲ معتقد است که هدف از آموزش مهارت‌های زندگی افزایش توانایی‌های روحی اجتماعی است؛ مهارت‌هایی که افراد را در اداره مؤثر نیازها، سختی‌ها و فشارهای زندگی توانا کنند (ادیب، ۱۳۸۲: ۱۳). اصطلاح مهارت‌های زندگی به گروه بزرگی از مهارت‌های روانی اجتماعی و میان‌فردی گفته می‌شود که به افراد کمک می‌کنند تصمیماتشان را با آگاهی اتخاذ کنند؛ به‌طور مؤثر ارتباط برقرار کنند و زندگی سالم و بارآور داشته باشند. مهارت‌های زندگی می‌توانند اعمال شخصی و اعمال مربوط به دیگران و نیز اعمال مربوط به محیط اطراف را طوری هدایت کنند که به سلامت بیشتر منجر شود (کردنوقانی و پاشا شریفی، ۱۳۸۴: ۱۳).

آموزش مهارت‌های زندگی فرد را قادر می‌کند تا دانش، ارزش‌ها و نگرش‌ها را به توانایی‌هایی بالفعل تبدیل کند و انگیزه و رفتار سالم داشته باشد و در وضعیت‌های مختلف، با سایرین به نحو مطلوب و شایسته‌ای ارتباط برقرار کند تا نتایج مثبتی به دست آورد. این آموزش فرصت و میدان انجام چنین رفتارهایی را نیز به وجود می‌آورد.

این مهارت‌ها توانایی‌هایی هستند که با تمرین مداوم پرورش می‌یابند و شخص را برای روبه‌رو شدن با مسائل روزانه زندگی و افزایش توانایی‌های روانی و اجتماعی و بهداشتی آماده می‌کنند. سازمان جهانی بهداشت مهارت‌های زندگی را چنین تعریف

1. Gilbert Botvin

2. Selbi

کرده است: «توانایی انجام رفتار سازگارانه و مثبت به گونه‌ای که فرد بتواند با چالش‌ها و ضروریات زندگی روزمره خود کنار بیاید» (World Health Organization, 2003). در تعریف دیگر، می‌توان مهارت‌های زندگی را مجموعه‌ای از مهارت‌ها و شایستگی‌های فردی و گروهی دانست که افراد برای زیستن در هزاره جدید به آن نیازمندند. هم‌زمان با یادگیری تسلط و استقرار، در این مهارت‌ها، فرد، علاوه بر رسیدن به آرامش و تعادل در زندگی فردی و اجتماعی، به ایفای نقش در زندگی خود می‌پردازد. مهارت‌های زندگی در واقع مهارت‌هایی هستند که توانایی اجتماعی و روحی فرد را افزایش می‌دهند و موجب می‌شوند تا او بتواند به نحوی بهتر و مؤثرتر با مشکلات و دشواری‌های زندگی مواجه شود. هر قدر مهارت‌های زندگی فردی بیشتر باشد، بهتر می‌تواند سلامت روان و رفتار خود را حفظ کند و به شیوه‌ای منطقی و کارآمد مشکلات پیش آمده را برطرف کند. مهارت‌های زندگی قدرت سازگاری افراد را افزایش می‌دهند، شخص می‌تواند مسئولیت‌های اجتماعی و شخصی زندگی را بهتر بپذیرد و توانمندی‌هایش را بروز دهد و از آسیب‌های ناشی از ناتوانی در حل مشکلات در امان بماند (نعیم و شریف، ۱۳۹۵: ۲۴-۲۶؛ خسروی، ۱۳۹۸: ۲۷-۲۸).

سازمان جهانی بهداشت^۱ سال ۲۰۰۱ م را سال جهانی «بهداشت روانی» اعلام کرد. سازمان مذکور در این سال شعار «غفلت بس است، مراقبت کنیم» را اعلام کرد. مهارت‌های زندگی فرد را برای برخورد مؤثر با کشمکش‌ها و موقعیت‌های زندگی یاری می‌رساند و به او کمک می‌کنند تا با سایر انسان‌ها، جامعه، فرهنگ و محیط خود مثبت و سازگارانه برخورد کند (میری، ۱۳۹۸: ۲۱).

طبق تعریف سازمان جهانی بهداشت، مهارت‌های زندگی توانایی رفتار مثبت و سازگارانه هستند که افراد را برای مقابله مؤثر با خواسته‌ها و چالش‌های روزمره آماده می‌کنند. در حالت خاص، مهارت‌های زندگی گروهی از مهارت‌های روانی و مهارت‌های بین فردی هستند که افراد را در تصمیم‌گیری آگاهانه، حل مسائل، تفکر انتقادی و تفکر خلاق، ارتباط مؤثر، ایجاد روابط سالم، همدردی با دیگران، مدیریت و کنار آمدن با زندگی خود به شیوه سالم و مولد یاری می‌رسانند. مهارت‌های زندگی ممکن است درباره فعالیت‌های شخصی یا فعالیت‌های مربوط به دیگران باشند. همچنین ممکن است از آن‌ها جهت تغییر محیط به محیطی سالم استفاده شود. مهارت‌های زندگی عبارت‌اند از: خودآگاهی، همدلی، ارتباط مؤثر، روابط بین فردی، تصمیم‌گیری، توانایی حل مسئله، تفکر خلاق، تفکر انتقادی، مقابله با هیجان‌های ناخوشایند، و توانایی مقابله با استرس (WHO, 2003).

1. World Health Organization

ده مهارت از مهارت‌های زندگی عبارت‌اند از:

۱. مهارت خودآگاهی: توانایی شناخت نقاط ضعف و قوت و یافتن تصویری واقع‌بینانه از خود. شناخت نیازها و تمایلات فردی برای آشنایی با حقوق و مسئولیت‌های فردی - اجتماعی است. ۲. مهارت همدلی: درک کردن دیگران و مشکلاتشان در هر شرایطی. این مهارت به دوست داشتن و دوست داشته شدن و در نتیجه، روابط اجتماعی بهتر افراد با یکدیگر می‌انجامد. ۳. مهارت برقراری ارتباط مؤثر: درک بهتر نیازها و احساسات دیگران به شیوه‌هایی که فرد بتواند نیازها و احساسات خودش را نیز در میان بگذارد تا ارتباطی رضایت‌بخش شکل گیرد. ۴. مهارت مدیریت خشم: هر انسانی که در زندگی خود با هیجانات گوناگونی از جمله غم، خشم، ترس، خوشحالی، لذت و موارد دیگر مواجه است که همه این هیجانات بر زندگی او تأثیر می‌گذارند. شناخت و مهار این هیجانات همان مدیریت هیجان است. برای کسب این مهارت فرد به‌طور کامل باید بتواند احساسات و هیجانات دیگران را نیز درک کند و به‌نوعی این هیجانات را مهار کند. ۵. مهارت توانایی ایجاد و حفظ روابط بین فردی: مشارکت و همکاری با دیگران، همراه با اعتماد واقع‌بینانه که، در کنار تقویت دوستی‌ها، دوستی‌های ناسالم را خاتمه می‌دهد تا کسی از چنین روابطی آسیب نبیند. ۶. مهارت رفتار جرئتمندانه: رفتار جرئتمندانه رفتاری بین فردی است که شامل ابراز صادقانه و نسبتاً رک افکار و احساسات است، به‌نحوی که از نظر اجتماعی مناسب باشد و احساسات و آسایش دیگران نیز در آن مد نظر باشد. ۷. مهارت حل مسئله: زندگی سرشار از مسائل ساده و پیچیده است. با کسب این مهارت بهتر می‌توان مشکلات و مسائلی را که هر روز در زندگی رخ می‌دهند حل کرد. ۸. مهارت مقابله با تنش: تنش بخش جدایی‌ناپذیر دنیای امروزی است. در کنار همه تجهیزات که برای زندگی امروزه در اختیار داریم، ضرورت استفاده از روش‌های کنترل تنش انکارناپذیر است. تنش بیش از حد تأثیرات مخربی بر کیفیت زندگی و سلامت بدن دارد. کنترل تنش به آرامش بیشتر، کیفیت زندگی و سلامتی جسم کمک می‌کند. ۹. مهارت تصمیم‌گیری: برای برداشتن هر قدمی در زندگی باید تصمیم‌گیری کنیم. مسیر زندگی انسان را تصمیم‌گیری‌های او مشخص می‌کنند. با آموختن این مهارت اهداف خود را واقع‌بینانه تعیین، و از میان راه‌حل‌های موجود بهترین را انتخاب می‌کنیم و مسئولیت عواقب آن را نیز به عهده می‌گیریم. ۱۰. مهارت تفکر خلاق: مهارت تفکر خلاق همان قدرت کشف، نوآوری و خلق ایده‌های جدید است تا در موارد گوناگون بتوان راهی جدید و مؤثر یافت. با آموختن تفکر خلاق، هنگام مواجهه با مشکلات و دشواری‌ها احساسات منفی را می‌توان به احساسات مثبت تبدیل کرد (Blanco & Díaz, 2006؛ میری، ۱۳۹۸: ۲۱-۲۲).

بر این اساس، در پژوهش پیش‌رو، مهارت‌های زندگی بر اساس مهارت‌های تعریف‌شده از سوی سازمان جهانی بهداشت (مهارت‌های ده‌گانه خودآگاهی، ارتباط مؤثر، همدلی، روابط بین‌فردی، تصمیم‌گیری، حل مسئله، تفکر خلاق، تفکر انتقادی، مقابله با هیجان و مقابله با استرس) در نظر گرفته شده‌اند. در سطور ذیل به سواد رسانه‌ای به اختصار اشاره می‌شود.

سواد رسانه‌ای

طبق آمارهای رسمی مراکز معتبر بین‌المللی، بیش از دوسوم جمعیت جهان حداقل به یکی از رسانه‌های ارتباطی دسترسی دارند و درصد قابل توجهی از مردم کره زمین کاربر رسانه‌هایی مانند رادیو، تلویزیون، روزنامه، کتاب، سینما، اینترنت و... هستند (قادیان انار مرزی، ۱۳۹۸: ۴).

هدف از سواد رسانه‌ای ایجاد توانایی در افراد برای کنترل برنامه‌ریزی رسانه‌ای است. وقتی از واژه برنامه‌ریزی به این معنی استفاده می‌کنیم، منظور برنامه‌های تلویزیونی یا پیام‌های رسانه‌ای نیست (پاتر، ۱۳۹۱: ۶۸). «رسانه‌ها روابط اجتماعی را تولید و بازتولید می‌کنند؛ بنابراین، شناخت رسانه‌ها و داشتن سواد رسانه‌ای به مخاطبان کمک می‌کند تا محیط پیرامون خود را رمزگشایی کنند (قادیان انار مرزی، ۱۳۹۸: ۵).

به عبارت دیگر، هدف سواد رسانه‌ای تشخیص پیام از رسانه‌های متنوعی است که تأثیرات و مفاهیم متفاوتی از خود به جای می‌گذارند. هدف اصلی سواد رسانه‌ای آن است که مهارت پایه سازمان‌دهی اطلاعاتی را به مخاطب انتقال دهد، به نحوی که اطلاعات و آگاهی دریافتی طبقه‌بندی شوند و از این طریق توانایی رویارویی با بمباران اطلاعاتی در افراد به وجود آید. در حقیقت، سواد رسانه‌ای محدودیت ساخت اطلاعاتی و دانش انسان را در برخورد با رسانه‌ها معنا می‌بخشد. شاید بتوان گفت اصلی‌ترین هدف سواد رسانه‌ای این است که یک نوع استفاده مبنی بر آگاهی و فایده‌مند از سپهر اطلاعاتی اطراف داشته باشیم (شکرخواه، ۱۳۸۵: ۲۹).

سواد رسانه‌ای فنی است که ما از طریق آن قادر می‌شویم به‌عنوان مخاطبی فعال و پویا با پیام‌های رسانه‌ای مواجه شویم و در برابر پیام‌های رسانه‌ای قدرت تمیز داشته باشیم. یونسکو بر این باور است که سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی نقشی مهم در ایجاد و توسعه فرهنگ مردم‌سالار و جامعه مدنی فعال دارد (UNESCO, 2013).

نظریه سواد رسانه‌ای پاتر

پاتر از اندیشمندانی است که در حوزه سواد رسانه‌ای نظریه‌های متعددی ارائه کرده است. از نظر او، سواد رسانه‌ای الگویی چندعاملی است و «ساختارهای دانش^۱»، «منبع شخصی^۲»، «وظایف پردازش اطلاعات^۳»، و «مهارت‌ها و توانایی‌ها^۴» عوامل مدل سواد رسانه‌ای هستند. براساس این دیدگاه، ارتباط این عوامل فضایی حلزونی (نه سطحی) است؛ در هر برش عرضی، یکی از عوامل سواد رسانه‌ای قرار دارند و از این رو، هریک از عوامل دیگر را پشتیبانی می‌کند (ولی زاده و جعفری، ۱۳۹۸: ۲۱۷).

سیلوربال^۵ به همراه همکارش ایلسری^۶ در کتاب واژه‌نامه سواد رسانه‌ای^۷ سواد رسانه‌ای را مهارت‌های تفکر انتقادی می‌خوانند که مخاطبان را قادر می‌کند تا اطلاعاتی را که از طریق کانال‌های ارتباطات جمعی دریافت کرده‌اند رمزگشایی کنند. آن‌ها همچنین معتقدند سواد رسانه‌ای مخاطبان را در توسعه نظریه‌های مستقل درباره محتوای رسانه‌ها توانمند می‌کند (پاتر، ۱۳۸۵: ۲۷).

پاتر معتقد است، در سواد رسانه‌ای ما به ساختارهای دانش مستحکم در پنج حوزه نیاز داریم: تأثیرات رسانه‌ای^۸، محتوای رسانه‌ای^۹، صنایع رسانه‌ای، جهان واقعی و خود که منظومه دانش این پنج حوزه پشتیبانی‌کننده منبع شخصی در برابر رسانه است. جالب توجه آنجاست که در سه جزء محتوای رسانه‌ای، تأثیر رسانه‌ای و صنایع رسانه‌ای مستقیماً «رسانه» مورد توجه قرار می‌گیرد. به این ترتیب که در مؤلفه جزء محتوای رسانه‌ای به درون مایه صنایع رسانه‌ای، به ظرف رساننده پیام و ویژگی‌های فناوری آن؛ در جزء محتوای رسانه‌ای به درون مایه رسانه و خبر؛ و در تأثیر رسانه‌ای به پیامدهای رسانه‌ای (شامل: جنبه‌های آسیب رسانه‌ای و سلامت رسانه‌ای) توجه می‌شود. دو بُعد دیگر به بنیادهای منظومه دانش فرد مربوط می‌شوند. در یک سو، جهان واقعی قرار دارد؛ جهانی که پیام نسبی با آن دارد، هرچند از منظر نظریه سازه‌گرایی نسبت این ارتباط آینه‌وار

1. Knowledge Structures
2. Personal Locus
3. Information Processing
4. Competencies And Skills
5. Silverblatt
6. Eliceiri
7. Dictionary Of Media Literacy
8. Media Effects
9. Media Content

نیست. در طرف دیگر مخاطب قرار گرفته است؛ مخاطبی که تنها بخشی از جهان واقعی به فهم او درمی‌آید و هرکدام از مخاطبان واقعیتی از جهان واقعی را تجربه می‌کنند. به همین علت، هرچند جهان واقعی جهانی یکپارچه است، واقعیت پیوندخورده با جهان واقعی چندگانه است. بر این مینا، «خودگزارش دهی» انسان‌ها از جهان واقعی برابر نیست و نکته جالب‌تر آن است که رسانه‌ها واقعیت جهان واقعی را برای انسان پیچیده‌تر می‌کنند. به این ترتیب که، در نقش میانجیگری، در نسبت بین واقعیت و جهان واقعی ابهام بیشتری ایجاد می‌کنند (پاتر، ۱۳۸۵: ۲۹).

ابعاد سواد رسانه‌ای

پاتر سواد رسانه‌ای را شامل چهار بُعد شناختی، عاطفی، زیباشناسی و اخلاقی در نظر گرفته است. هرکدام از این چهار بُعد بر جنبه‌های مختلفی از درک تمرکز می‌کنند.

بُعد شناختی^۱

شمول شناختی یا ادراکی حیطه‌ای است که به فرایندهای ذهنی و فکری مربوط می‌شود. این همان بُعد عقلانی است که به ایجاد مضمونی غنی در فرایند ساختن معنا منتهی می‌شود (قاسمی، ۱۳۸۵: ۸۸). بُعد شناختی مجموعه‌ای از شناخت ساده نشانه‌ها تا درک پیچیده‌ترین پیام‌ها و کشف علل نحوه ارائه خاص آن‌ها به وسیله یک رسانه را دربرمی‌گیرد (خوش‌زبان و همکاران، ۱۳۹۸: ۳۸). به تعبیر دیگر، این بعد را می‌توان ناظر بر این تعریف از ارتباطات به شمار آورد؛ ارتباطات عبارت‌اند از: فراگرد تفهیم و تفاهم و تسهیم معنی مشروط بر مشابَهت معنی بین فرستنده و گیرنده پیام (قادیان انار مرزی، ۱۳۹۸: ۵).

بُعد احساسی^۲

توانایی‌های حسی کاملاً وابسته به احساس و عاطفه افرادند. اما حیطه حسی بُعد دیگری است که لایه بیرونی ادراک را شکل می‌بخشد؛ جایی که مخاطب از طریق یکی از حواس پنج‌گانه در معرض پیام‌های رسانه‌ای قرار می‌گیرد. اما، این موضوع تداعی‌کننده نظریات مک لوهان است که می‌گوید: «هر رسانه در امتداد یکی از این حواس پنج‌گانه است». در این میان، برخی مخاطبان در ارتباطات حسی با پیام‌های رسانه‌ای بسیار قوی هستند؛ پیام‌هایی که برخی از آن‌ها دارای آثار مثبت و پاره‌ای دارای آثار منفی هستند.

1. Cognitive Dimension
2. Emotional Dimension

بُعد زیباشناختی

بُعد زیباشناختی شامل اطلاعاتی دربارهٔ چگونگی تولید پیام است. این اطلاعات مبنای قضاوت ما در برابر این پرسش است که چه کسی بهترین نویسنده، عکاس، بازیگر، خواننده، موسیقی‌دان، کارگردان، و تدوینگر است. این بُعد به ما کمک می‌کند تا دربارهٔ محصولات استادانه و خلاقانه مثل تدوین، ویراستاری، نورپردازی، طراحی، بازیگردانی، صداپردازی، و صفحه‌آرایی قضاوت و داوری کنیم. این مهارت برای بعضی متخصصان ضروری و مهم است (پاتر، ۱۳۹۱: ۶۵).

بُعد اخلاقی^۱

عرضهٔ اخلاقی شامل اطلاعاتی دربارهٔ ارزش‌هاست. این نوع اطلاعات بنیانی را برای قضاوت راجع به درست و غلط برایمان فراهم می‌کند (Potter, 2013: 431). هرچه اطلاعات اخلاقی ما پالوده‌تر باشد، ارزش‌های نهفته در پیام‌های رسانه‌ای را با عمق بیشتری درک می‌کنیم و قضاوت‌هایمان دربارهٔ آن ارزش‌ها دقیق‌تر و منطقی‌تر خواهد شد. برای درک کامل مضامین اخلاقی، شخص باید سواد رسانه‌ای بسیار زیادی داشته باشد. از نظر پاتر، ساختار دانشی قوی باید هر چهار بُعد اطلاعات را دربرگیرد. زمانی که ساختارهای شما قوی و محکم و شامل اطلاعات حاصل از همهٔ این چهار بُعد باشند، می‌توانید بر نقایص و نارسایی‌های پیام‌های رسانه‌ای تمرکز داشته باشید و آن‌ها را دریابید (Potter, 2013: 27). با توجه به اهمیت ویژگی‌های جمعیت‌شناختی، در سطور ذیل به آن‌ها می‌پردازیم.

ویژگی‌های جمعیت‌شناختی

یکی از عوامل بسیار مهم در زمینهٔ تفاوت افراد از نظر تأثیرپذیری جنسیت است. نتیجهٔ ظاهراً قطعی پژوهش‌هایی که در این زمینه مک‌گوایر انجام داده است و سابقه‌ای طولانی نیز دارد این است که آمادگی زنان برای تغییر نگرش به مراتب بیشتر از مردان است. زنان به‌ظاهر تأثیرپذیرتر از مردان هستند. زنان در قیاس با مردان، تقریباً، در هر وضعیت آموزشی مشابه شنوندگان بهتری هستند و بیشتر از مردان یاد می‌گیرند (دادگران، ۱۳۷۴: ۱۴۹). سن نیز از جمله عوامل تأثیرگذار است. افرادی که هنوز جامعه‌پذیر نشده‌اند بیشتر تحت تأثیر پیام‌ها قرار می‌گیرند. میزان سواد و درآمد افراد هم می‌تواند از جمله عوامل تأثیرگذار در تغییر نگرش باشد: هر چقدر میزان سواد و درآمد افراد بیشتر باشد میزان تأثیرپذیری آن‌ها نیز در این زمینه بیشتر است. با توجه به بررسی انجام شده در مبانی نظری باید اشاره کرد که نظریه‌های

1. Moral Dimension

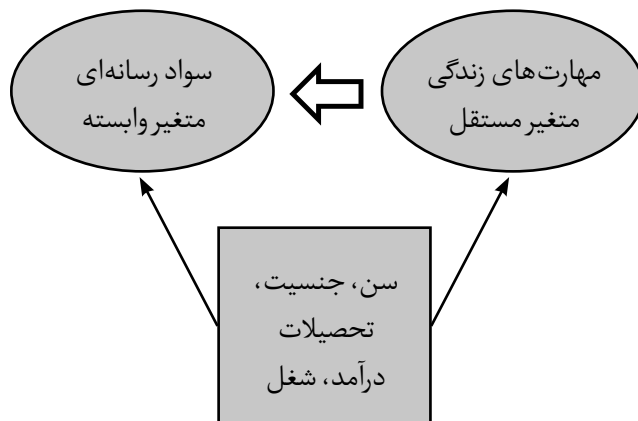
گوناگونی در این زمینه وجود دارد؛ اما، نظریاتی که به موضوع پژوهش نزدیک‌ترند به عنوان چارچوب نظری پژوهش انتخاب شده‌اند که خلاصه‌وار در جدول ذیل آورده می‌شوند.

جدول ۲. چارچوب نظری پژوهش

ردیف	عنوان نظریه	نظریه پرداز	خلاصه نظریه
۱	مهارت‌های زندگی	سازمان جهانی بهداشت	مهارت‌های زندگی شامل خودآگاهی، همدلی، ارتباط مؤثر، روابط بین‌فردی، تصمیم‌گیری، توانایی حل مسئله، تفکر خلاق، تفکر انتقادی، مقابله با هیجان‌های ناخوشایند، و توانایی مقابله با استرس است.
۲	سواد رسانه‌ای	پاتر	سواد رسانه‌ای دارای چهار بُعد شناختی، زیبایی‌شناختی، احساسی و ادراکی است.
۳	ویژگی‌های جمعیت‌شناختی	مک گوایر	زنان در قیاس با مردان، تقریباً، در هر وضعیت آموزشی مشابهی، شنوندگان بهتری هستند و بیشتر یاد می‌گیرند.

مدل مفهومی

مدل مفهومی پژوهش پیش‌رو برای سنجش تأثیر مهارت‌های زندگی، با بهره‌گیری از مؤلفه‌های مورد نظر سازمان جهانی بهداشت و با عنایت به دیدگاه پاتر در حوزه سواد رسانه‌ای، ابعاد (ادراکی، احساسی، شناختی و اخلاقی) را مد نظر قرار داده و بر نقش میانجی متغیرهای جمعیت‌شناختی (سن، جنسیت، تحصیلات، درآمد و شغل) تمرکز کرده است.



شکل ۱. مدل مفهومی تأثیر مهارت‌های زندگی بر سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی با تأکید بر ویژگی‌های جمعیت‌شناختی (محقق ساخته)

روش پژوهش

پژوهش پیش رو، به لحاظ هدف، کاربردی و از نظر روش توصیفی - پیمایشی است. در این پژوهش، برای گردآوری اطلاعات ابتدا با استفاده از روش مطالعات اسنادی و با مراجعه به کتاب‌ها، مقالات، پایان‌نامه‌ها و وبگاه‌های اینترنتی به زبان انگلیسی و فارسی در زمینه‌های سواد رسانه‌ای، مهارت‌های زندگی اطلاعات جمع‌آوری شده‌اند و سپس، به منظور گردآوری اطلاعات آماری، از پرسش‌نامه استفاده شده است. پرسش‌های این پژوهش از نوع بسته و از طریق مقیاس لیکرت است.

روایی و پایایی ابزار اندازه‌گیری

روایی صوری: ابتدا پرسش‌نامه‌های (مهارت‌های زندگی و سواد رسانه‌ای) همراه با اهداف و فرضیه‌های پژوهش به تعدادی از استادان که در زمینه موضوع پژوهش از تجربه و تخصص کافی برخوردار بودند داده شد تا در مورد پرسش‌های پرسش‌نامه و ارتباط آن با اهداف و فرضیه‌های پژوهش قضاوت و داوری کنند. آن‌گاه نظرهای آن‌ها جمع‌آوری و پرسش‌نامه‌ها پس از اصلاح اجرا شدند.

روایی سازه: پرسش‌های پرسش‌نامه مهارت‌های زندگی بر اساس نظریه سازمان جهانی بهداشت (۲۰۰۳) و پرسش‌های سواد رسانه‌ای بر اساس نظریه سواد رسانه‌ای پاتر تنظیم شدند. همچنین پرسش‌نامه با تأکید بر اطلاعات عوامل جمعیت‌شناختی تهیه و تنظیم شد.

جدول ۳. آزمون KMO و کرویت بارتلت

Kmo جهت بررسی کفایت نمونه‌گیری		۰/۷۱۱
آزمون کرویت بارتلت	کای اسکوئر	۷۰۹/۳۵۲
	سطح معناداری	۰/۰۰۱

بر اساس نتایج جدول مذکور، مشخص است که میزان آماره^۱ KMO برای بررسی کفایت نمونه‌گیری برابر با ۰/۷۱۱ محاسبه شده است که اگر این میزان بالاتر از ۰/۶ باشد حاکی از آن است که نمونه انتخاب شده از کفایت لازم برخوردار است. همچنین، آزمون کرویت بارتلت^۲ حاکی از آن بود که میزان کای اسکوئر برابر با ۷۰۹/۳۵۲ به دست آمده که در سطح $P < ۰/۰۱$ معنادار است که مضمون آن حاکی از آن است که داده‌ها توانایی عاملی شدن را دارند و ابزار اندازه‌گیری از روایی لازم برخوردار است.

1. Kayser - Meyer - Oklin

2. Bartlett's Test of Sphericity

یافته‌های پژوهش

در این بخش از مقاله پیش‌رو، به ارائه یافته‌های پژوهش می‌پردازیم:

یافته‌های توصیفی

بر اساس نتایج حاصل از پرسش‌نامه‌های تکمیل شده پژوهش، ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخ‌گویان به شرح ذیل ارائه می‌شود:

بر اساس آماره‌های پژوهش، ۶۶/۱ درصد شهروندان مورد بررسی (معادل ۲۲۶ نفر) مرد، و ۳۳/۹ درصد (معادل ۱۱۶ نفر) زن بوده‌اند. این یافته نشان‌دهنده این موضوع است که در بررسی انجام شده در خصوص جنسیت شهروندان تعداد فراوانی مردان بیشتر از زنان بوده است.

به‌منظور سنجش وضعیت سنی پاسخ‌گویان مورد بررسی از یک پرسش در سطح سنجش نسبی استفاده شده است. شاخص‌های توصیفی به‌دست‌آمده نشان‌دهنده این مواردند: حداقل توزیع سنی پاسخ‌گویان ۱۸ سال و مسن‌ترین پاسخ‌گو ۷۰ ساله بوده است. میانگین سنی پاسخ‌گویان مورد بررسی ۳۶/۴۲ سال است. نمای توزیع مذکور ۳۰ سال و میانه یعنی عددی که نیمی از پاسخ‌گویان بالاتر از این سطح و نیمی دیگر پایین‌تر از آن قرار دارند ۳۴ است. با توجه به آماره‌های مذکور و برای توصیف دقیق‌تر سن پاسخ‌گویان، مورد کدبندی مجدد در قالب ۱۰ گروه سنی قرار داده شد. بیشتر پاسخ‌گویان در محدوده سنی میان سال قرار داشته‌اند. لذا، بیشترین توزیع فراوانی از منظر سن یعنی ۳۳/۶ درصد (۱۱۵ نفر) در گروه سنی ۲۵ تا ۳۴ سال هستند. پس از آن، گروه‌های سنی ۳۵ تا ۴۴ سال با ۳/۶ درصد (۸۰ نفر)، ۴۵ تا ۵۴ سال و ۱۵ تا ۲۴ سال با ۱۷/۵ درصد (۶۰ نفر)، ۵۵ تا ۶۴ سال با ۵/۸ درصد (۲۰ نفر)، و ۶۵ تا ۷۴ سال با ۲ درصد (۷ نفر) فراوانی‌ها را به خود اختصاص داده‌اند.

یافته‌ها در بخش تحصیلات نشان می‌دهد اکثریت پاسخ‌گویان مورد بررسی ۲۷/۵ درصد (۹۴ نفر) در سطح زیر دیپلم قرار دارند. ۱۹/۳ درصد پاسخ‌گویان (۶۶ نفر) دیپلم، ۱۷/۸ درصد (۶۱ نفر) فوق دیپلم، ۱۱/۷ درصد (۴۰ نفر) لیسانس دارند. همچنین کمترین تعداد به فوق لیسانس‌ها با ۱۱/۴ درصد (۳۹ نفر) و سپس به پاسخ‌گویان با مدرک دکتری با ۲/۳ درصد (۸ نفر) تعلق دارد.

در پژوهش پیش‌رو از نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای استفاده شد. ۱۵ منطقه در بخش نمونه‌گیری انتخاب شدند و از هر منطقه به‌صورت مساوی حدود ۶۸ نفر در این پژوهش شرکت کردند. لذا، از لحاظ محل سکونت می‌توانیم بگوییم که نمونه ما متنوع است

و تمام مناطق تهران را بر اساس طبقه‌بندی به پنج بخش جغرافیایی دربرمی‌گیرد. به‌منظور سنجش شغل پاسخ‌گویان از یک پرسش در سطح سنجش اسمی استفاده شده است. مطابق اطلاعات موجود، اکثریت پاسخ‌گویان موردبررسی یعنی ۵۶/۷ درصد (۱۹۴ نفر) شاغل، پس از آن ۱۶/۱ درصد پاسخ‌گویان (۵۵ نفر) بیکار، و ۱۱/۷ درصد (۴۰ نفر) خانه‌دارند. کمترین تعداد فراوانی به پاسخ‌گوییانی تعلق دارد که سرباز بوده‌اند؛ یعنی ۹/۹ درصد (۳۴ نفر) و ۵/۶ درصد (۱۹ نفر) دانشجوی و دانش‌آموز بوده‌اند که این اطلاعات در خصوص شغل نمونه آماری به دست آمده است.

اکثریت پاسخ‌گویان موردبررسی یعنی ۵۷ درصد (۱۹۵ نفر) متأهل و ۳۷/۱ درصد پاسخ‌گویان (۱۲۷ نفر) مجرد بودند. کمترین تعداد فراوانی به پاسخ‌گوییانی تعلق دارد که همسرشان فوت شده‌اند؛ یعنی ۵/۸ درصد (۲۰ نفر). هیچ پاسخ‌گویی هم طلاق نگرفته بود. این اطلاعات در خصوص وضعیت تأهل نمونه آماری به دست آمده است.

یافته‌های استنباطی

آمار استنباطی شامل تمامی آماره‌ها و آزمون‌هایی می‌شود که به آزمون فرضیه‌های پژوهش و، به عبارتی، برآورد پارامترهای جامعه از آماره‌های نمونه می‌پردازند. از این رو، در قسمت آمار استنباطی باید دو مورد را هم‌زمان مورد توجه قرار داد: اول اینکه، فرضیه پژوهش از کدام نوع است. دوم اینکه، داده‌های پژوهش در کدام سطح سنجش قرار دارند (حبیب‌پور و صفری شالی، ۱۳۸۸: ۳۸۲).

در پژوهش پیش‌رو از آزمون **کولموگروف - اسمیرنف** تک‌نمونه برای سنجش نرمالیتی یا عدم نرمالیتی توزیع متغیر وابسته استفاده شده است و برای بررسی تأثیر متغیرهای جمعیت‌شناختی بر سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی از آزمون تی مستقل، آزمون تعقیبی شفه و آزمون تحلیل واریانس یک‌طرفه استفاده شد.

آزمون رگرسیون چندمتغیره

جهت تعیین سهم متغیر مستقل در پیش‌بینی متغیر وابسته از تحلیل رگرسیون استفاده می‌شود. در تحلیل رگرسیون هدف پیش‌بینی تغییرات متغیر وابسته با توجه به تغییرات متغیر مستقل است. با استفاده از رگرسیون چندمتغیره، پژوهشگر می‌تواند رابطه خطی موجود بین مجموعه‌ای از متغیرهای مستقل با یک متغیر وابسته را به شیوه‌ای مطالعه کند که در آن روابط فی‌مابین متغیر مستقل نیز مورد ملاحظه قرار گیرد.

جدول ۴. رگرسیون تأثیر مهارت‌های زندگی بر سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی

مؤلفه‌های مهارت زندگی	R	R ²	F	درجه آزادی	B	انحراف استاندارد	Beta	t	سطح معناداری	دوربین واتسون
خودآگاهی	۰/۵۱۶	۰/۲۶۶	۱۲۳/۳۴۱	۳۴۱	۱/۳۶۵	۰/۵۲	۰/۵۱۶	۱۱/۸۰۶	۰/۰۰۱	۱/۵۳
ارتباط مؤثر	۰/۶۹۷	۰/۴۵۸	۳۲۰/۸۰۸	۳۴۱	۰/۷۳۱	۰/۴۱	۰/۶۹۷	۱۷/۹۱۱	۰/۰۰۱	۱/۳۹۸
همدلی	۰/۶۰۱	۰/۳۶۱	۱۹۲/۳۹۸	۳۴۱	۰/۵۹۷	۰/۴۳	۰/۶۰۱	۱۳/۸۷۱	۰/۰۰۱	۱/۶۰۳
روابط بین فردی	۰/۳۴۸	۰/۱۴۸	۵۸/۸۸۳	۳۴۱	۰/۴۰۴	۰/۵۳	۰/۳۸۴	۹/۷۶۷	۰/۰۰۱	۱/۵۶۰
تصمیم‌گیری	۰/۶۳۵	۰/۴۰۳	۲۲۹/۲۶۸	۳۴۱	۰/۷۱۵	۰/۴۷	۰/۶۳۵	۱۵/۱۴۲	۰/۰۰۱	۱/۹۱۴
حل مسئله	۰/۵۰۲	۰/۲۵۲	۱۱۴/۳۶۹	۳۴۱	۰/۴۵۴	۰/۴۲	۰/۵۰۲	۱۰/۶۹۶	۰/۰۰۱	۱/۶۸۲
تفکر خلاق	۰/۵۷۰	۰/۳۲۵	۱۶۳/۶۹۰	۳۴۱	۰/۵۲۲	۰/۴۲	۰/۵۷۰	۱۲/۷۹۴	۰/۰۰۱	۱/۸۷۷
تفکر انتقادی	۰/۶۳۲	۰/۳۹۹	۲۲۵/۶۰۹	۳۴۱	۰/۶۹۳	۰/۴۶	۰/۶۳۲	۱۵/۰۶۰	۰/۰۰۱	۱/۵۴۱
مقابله با هیجان	۰/۴۳۰	۰/۱۸۵	۷۷/۲۹۵	۳۴۱	۰/۴۶۸	۰/۵۳	۰/۳۴۰	۸/۷۹۲	۰/۰۰۱	۱/۴۵۱
مقابله با استرس	۰/۳۲۴	۰/۱۰۵	۳۹/۷۶۲	۳۴۱	۲/۶۸۸	۰/۳۶	۰/۳۲۴	۶/۳۰۶	۰/۰۰۱	۱/۶۹۱

تحلیل رگرسیون گام به گام نشان می‌دهد، با توجه به نتایج جدول مذکور، متغیر مستقل پیش‌بینی‌کننده تغییرات متغیر وابسته است و با توجه به سطح معناداری به دست آمده تمامی مؤلفه‌های مهارت‌های زندگی بر سواد رسانه‌ای تأثیر دارند. R در جدول نشان دهنده میزان هم‌بستگی هریک از مؤلفه‌های مهارت‌های زندگی با سواد رسانه‌ای است.

جدول ۵. نتایج آزمون فرضیات

نتیجه فرضیه	نوع آزمون	فرضیات پژوهش
گروه‌های سنی بر سواد رسانه‌ای و مهارت‌های زندگی و مؤلفه‌های آن‌ها تأثیر دارند. جنسیت بر سواد رسانه‌ای و مهارت‌های زندگی تأثیر ندارد.	آزمون تی مستقل و تحلیل واریانس	متغیرهای جمعیت‌شناختی
با توجه به سطح معناداری به‌دست‌آمده (۰/۰۰۱) فرضیه پژوهش تأیید می‌شود مهارت خودآگاهی بر سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی تأثیر دارد.	آزمون رگرسیون	مهارت خودآگاهی
با توجه به سطح معناداری به‌دست‌آمده (۰/۰۰۱) فرضیه پژوهش تأیید می‌شود مهارت همدلی بر سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی تأثیر دارد.	آزمون رگرسیون	مهارت همدلی
با توجه به سطح معناداری به‌دست‌آمده (۰/۰۰۱) فرضیه پژوهش تأیید می‌شود مهارت ارتباط مؤثر بر سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی تأثیر دارد.	آزمون رگرسیون	مهارت ارتباط مؤثر
با توجه به سطح معناداری به‌دست‌آمده (۰/۰۰۱) فرضیه پژوهش تأیید می‌شود مهارت ارتباط مؤثر بر سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی تأثیر دارد.	آزمون رگرسیون	مهارت روابط بین فردی
با توجه به سطح معناداری به‌دست‌آمده (۰/۰۰۱) فرضیه پژوهش تأیید می‌شود مهارت تصمیم‌گیری بر سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی تأثیر دارد.	آزمون رگرسیون	مهارت تصمیم‌گیری
با توجه به سطح معناداری به‌دست‌آمده (۰/۰۰۱) فرضیه پژوهش تأیید می‌شود مهارت حل مسئله بر سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی تأثیر دارد.	آزمون رگرسیون	مهارت حل مسئله
با توجه به سطح معناداری به‌دست‌آمده (۰/۰۰۱) فرضیه پژوهش تأیید می‌شود مهارت تفکر خلاق بر سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی تأثیر دارد.	آزمون رگرسیون	مهارت تفکر خلاق
با توجه به سطح معناداری به‌دست‌آمده (۰/۰۰۱) فرضیه پژوهش تأیید می‌شود مهارت تفکر انتقادی بر سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی تأثیر دارد.	آزمون رگرسیون	مهارت تفکر انتقادی
با توجه به سطح معناداری به‌دست‌آمده (۰/۰۰۱) فرضیه پژوهش تأیید می‌شود مهارت مواجهه با هیجان‌های ناخوشایند بر سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی تأثیر دارد.	آزمون رگرسیون	مهارت مواجهه با هیجان‌های ناخوشایند
با توجه به سطح معناداری به‌دست‌آمده (۰/۰۰۱) فرضیه پژوهش تأیید می‌شود مهارت مقابله با استرس بر سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی تأثیر دارد.	آزمون رگرسیون	مهارت مقابله با استرس
با توجه به سطح معناداری به‌دست‌آمده (۰/۰۰۱) فرضیه پژوهش تأیید می‌شود مهارت زندگی بر بُعد شناختی سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی تأثیر دارد.	آزمون رگرسیون	مهارت زندگی بر بُعد شناختی سواد رسانه‌ای
با توجه به سطح معناداری به‌دست‌آمده (۰/۰۰۱) فرضیه پژوهش تأیید می‌شود مهارت زندگی بر بُعد احساسی سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی تأثیر دارد.	آزمون رگرسیون	مهارت زندگی بر بُعد احساسی سواد رسانه‌ای
با توجه به سطح معناداری به‌دست‌آمده (۰/۰۰۱) فرضیه پژوهش تأیید می‌شود مهارت زندگی بر بُعد زیبایی‌شناختی سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی تأثیر دارد.	آزمون رگرسیون	مهارت زندگی بر بُعد زیبایی‌شناختی سواد رسانه‌ای
با توجه به سطح معناداری به‌دست‌آمده (۰/۰۰۱) فرضیه پژوهش تأیید می‌شود مهارت زندگی بر بُعد اخلاقی سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی تأثیر دارد.	آزمون رگرسیون	مهارت زندگی بر بُعد اخلاقی

بحث و نتیجه‌گیری

سواد رسانه‌ای امروزه از جمله مهارت‌هایی است که، به علت تعدد رسانه‌ها و تولید محتواهای زیاد و متنوع و دربرگیری گسترده آن‌ها، هر شهروند نیازمند به فراگیری آن دارد. این مهارت می‌تواند تأثیر زیادی بر زندگی هر فرد داشته باشد. عوامل متعددی در سواد رسانه‌ای نقش دارند. یکی از آن‌ها مهارت‌های زندگی است. دارا بودن مهارت‌های زندگی، که سازمان جهانی بهداشت برای داشتن زندگی بهتر و باکیفیت‌تر مطرح کرده است، می‌تواند سواد رسانه‌ای را تحت الشعاع قرار دهد. از سوی دیگر، در زمینه تأثیر و نقش مهارت‌های زندگی بر سواد رسانه‌ای، باید به متغیرهای زمینه‌ای مانند سن، جنسیت، درآمد و تحصیلات نیز توجه کرد؛ چراکه با شناخت متغیرهای زمینه‌ای تأثیرگذار در این زمینه می‌توان به شکل واقع‌بینانه‌تری برنامه‌ریزی و عمل کرد. همان‌طور که یافته‌های پژوهش نیز نشان داد، در زمینه تأثیر مهارت زندگی بر سواد رسانه‌ای، سن تأثیرگذار است؛ در حالی که متغیر جنسیت تأثیری در این زمینه ندارد.

با توجه به اینکه انسان موجودی اجتماعی است و مهارت‌های او برای زندگی بهتر و باکیفیت‌تر در اجتماع کاربرد و اهمیت دارند، هدف پژوهش پیش رو بررسی تأثیر مهارت‌های زندگی بر سواد رسانه‌ای شهروندان با تأکید بر ویژگی‌های جمعیت‌شناختی بوده است که در ادامه، با توجه به یافته‌های به دست آمده، به بحث و تفسیر و ارائه راهکار می‌پردازیم:

نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های پژوهش نشان داد ویژگی‌های جمعیت‌شناختی بر مهارت‌های زندگی و سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی تأثیر دارند. جنسیت بر سواد رسانه‌ای و مهارت‌های زندگی و مؤلفه‌های آن‌ها تأثیری ندارد؛ اما، گروه‌های سنی بر سواد رسانه‌ای و مهارت‌های زندگی و مؤلفه‌های آن‌ها تأثیر دارند. جنسیت افراد نمی‌تواند متغیرهای مؤثر بر سواد رسانه‌ای و مهارت‌های زندگی را تحت تأثیر قرار دهد؛ اما، گروه سنی که شامل جوان، میان سال و سالمند است، بر سواد رسانه‌ای و مهارت‌های زندگی تأثیر دارند. علت آن را شاید بتوان در تفاوت در سبک زندگی، میزان دسترسی به رسانه‌ها، محدودیت زمانی مواجهه با رسانه و مواردی از این دست دانست.

با عنایت به یافته‌های پژوهش، مؤلفه‌های مهارت‌های زندگی (خودآگاهی، همدلی، ارتباط مؤثر، ارتباط بین فردی، حل مسئله، تفکر خلاق، تفکر انتقادی، تصمیم‌گیری، توانایی مقابله با هیجان‌های ناخوشایند، و توانایی مقابله با استرس) به عنوان متغیرهای مستقل پژوهش بر سواد رسانه‌ای، که متغیر وابسته در این پژوهش است، تأثیر دارند. بدیهی است که برخورداری مخاطبان از رسانه‌ها پیوستاری از کنش فعالانه تا

منفعل را در برمی‌گیرد؛ به این ترتیب، استفاده هدفمند مخاطبان از رسانه‌های گوناگون و تجزیه و تحلیل پیام رسانه‌ای به قوی شدن جایگاه شهروندان منجر می‌شود و مهارت خودآگاهی در این زمینه نقش مهمی دارد. با توجه به مبانی و چارچوب نظری پژوهش و بر اساس نظریه سواد رسانه‌ای پاتر، منبع شخصی یکی از عوامل مهم در میزان سواد رسانه‌ای است. بر این اساس، فردی که دارای مهارت ارتباطی مؤثر است می‌تواند منبع شخصی بهتری از معانی و اطلاعات به روز داشته باشد و به همین جهت سواد رسانه‌ای بیشتری خواهد داشت. مهارت همدلی نیز، که یکی از مجموعه مهارت‌های زندگی است و باعث می‌شود فرد خودش را در موقعیت‌های مختلف قرار دهد، می‌تواند به افزایش سواد رسانه‌ای افراد منجر شود. یکی از ابزارهای ساختار دانش کسب اطلاعات از سایر افراد است که برای برقراری رابطه با دیگران باید از این مهارت نیز برخوردار بود؛ لذا، می‌توان گفت که هر چقدر ارتباط با دیگران بهتر باشد، سواد رسانه‌ای هم بیشتر خواهد بود. از سوی دیگر، مهارت‌های تصمیم‌گیری به تقویت بخشی در ذهن منجر خواهند شد که کار تصمیم‌گیری را انجام می‌دهد و به همین جهت، فرد دارای مهارت تصمیم‌گیری می‌داند که چه زمانی خود را در معرض چه پیام رسانه‌ای قرار دهد؛ لذا، سواد رسانه‌ای بیشتری خواهد داشت. همچنین مهارت حل مسئله ساختار دانش فرد را قوی می‌کند و باعث می‌شود میزان سواد رسانه‌ای او تقویت شود. در مورد تفکر خلاق باید به این نکته اشاره کرد که ما می‌توانیم محتوای رسانه‌ها را به عنوان اجرایی داستان‌گونه و مجزا، خلاق و منحصر به فرد تجربه کنیم یا آنکه به اشتراک‌ها و نمونه‌هایی توجه کنیم که حواس ما را به تصویری بزرگ معطوف می‌کنند. محققان پیوسته و به دقت تجزیه و تحلیل محتوا را هدایت می‌کنند و ما می‌توانیم تلاش برای هدایت استقرارهای خود را ذخیره کنیم و در عوض نمونه‌های کلی را بیاموزیم. لذا، داشتن تفکر خلاق می‌تواند مهارت سواد رسانه‌ای را، که خود نیازمند داشتن خلاقیت است، تقویت کند.

همچنین از دیدگاه پاتر، گزینشگری با نوعی توجه همراه است، به عقیده او، گزینشگری خودکار، آگاهانه، مجذوبانه و در حالت خود بازتابی صورت می‌گیرد. در حالت خودکار، افراد می‌توانند به محیط اطرافشان فعال بنگرند. این نگرش فعال را می‌توان همان نگاه انتقادی به محتواهای رسانه‌ها دانست. بنابراین، شهروندانی که مهارت تفکر انتقادی دارند می‌توانند سواد رسانه‌ای بیشتری داشته باشند. در زمینه مهارت مقابله با هیجان‌های ناخوشایند، پذیرفتن یا حتی نپذیرفتن پیام از سوی شهروندان به میزان انطباق آن‌ها با منابع رسانه‌ای دیگر و جهان واقعی بستگی دارد. بنابراین، فردی که مهارت مقابله با هیجان‌های ناخوشایند را دارد می‌تواند معانی مناسبی در لحظه برای

پیام رسانه‌ها در ذهن خود ایجاد کند، حتی در لحظاتی که هیجان‌های زیادی بر او وارد می‌شود. در نهایت، مهارت توانایی مقابله با استرس. یعنی شناسایی منابع استرس و نحوه تأثیر آن بر انسان. فرد را قادر می‌کند تا با اعمال و موضع‌گیری‌های خود فشار و استرس را کاهش دهد و به راحتی تحت تأثیر استرس‌های ناشی از پیام‌های رسانه‌ای قرار نگیرد و با سواد رسانه‌ای خود آن را مهار و مدیریت کند.

پیشنهادها

نتایج حاصل از این پژوهش می‌تواند مورد استفاده مدیران و برنامه‌ریزان حوزه سواد رسانه‌ای و مهارت‌های زندگی و پژوهشگران و جامعه‌شناسان قرار گیرد. با وجود اینکه بحث سواد رسانه‌ای و مهارت‌های زندگی بسیار حائز اهمیت است، در کشور ما این موضوع مغفول مانده است. شاید، مادامی که همه شهروندان در این امر مشارکت نداشته باشند به خوبی این امر محقق نشود. لازمه آن توجه بیشتر رسانه‌ها به آموزش است و برای اینکه شهروندان بتوانند در سرنوشت خود سهیم باشند باید به متولیان این مراکز، چه خصوصی و چه عمومی، اعتماد کامل داشته باشند و همچنین نیاز به کارشناسان خبره در این امر برای انجام ارزیابی پیشنهادها ضروری است. توصیه می‌شود مسئولان و برنامه‌ریزان فرهنگی و رسانه‌ای اقدام به آموزش‌های متنوع جهت افزایش سواد رسانه‌ای در جامعه کنند. به این منظور، می‌توان به توجه تشکل‌های دانشجویی و سمن‌ها به بهره‌مندی از سواد رسانه‌ای؛ تهیه برنامه‌هایی از سوی صداوسیما به منظور آموزش سواد رسانه‌ای به شهروندان و مشارکت نهاد خانواده در زمینه آگاهی بخشی سواد رسانه‌ای جهت جلوگیری از آسیب‌های رسانه‌های بیگانه اشاره کرد. این پیشنهاد می‌تواند مورد استفاده وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، آموزش و پرورش، و سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران قرار گیرد و به محققان آینده نیز پیشنهاد می‌شود برای پیشرفت و توسعه این حوزه استفاده از روش‌های بررسی کیفی (مانند مصاحبه عمیق) را در پژوهش‌های آتی در خصوص مهارت‌های زندگی و سواد رسانه‌ای مورد توجه قرار دهند.

منابع و مأخذ

- ادیب، یوسف (۱۳۸۲). «طراحی الگوی مناسب برنامه درسی مهارت‌های زندگی برای دوره تعلیم و تربیت عمومی». نشریه مدارس کارآمد سال اول سال تحصیلی ۱۳۸۷، شماره ۲: ۱۰۱۲۱.
- باهنر، ناصر و رامین چاپکی درزایی (۱۳۹۳). «تحلیل سواد رسانه‌ای بر اساس مدل EC مورد مطالعه: سیاست‌های شورای عالی انقلاب فرهنگی». فصلنامه علمی پژوهشی فرهنگ ارتباطات، شماره ۲: ۱۲۶.
- بشارتی، فاطمه و مژگان امیریان‌زاده (۱۳۹۷). «تأثیر آموزش مهارت‌های زندگی بر مهارت‌های اجتماعی و عملکرد تحصیلی دانش‌آموزان دختر مقطع متوسطه اول». فصلنامه زن و جامعه. شماره ۳: ۱۷۴۲.
- بهارى، سيف‌الله و محمدرضا شفيق‌پور (۱۳۸۴). «بررسی تأثیر آموزش مهارت‌های زندگی بر سلامت روانی دانشجویان». فصلنامه نوآوری‌های مدیریت آموزشی، شماره ۱: ۲۵۳۸.
- پاتر، جیمز (۱۳۹۱). بازشناسی رسانه‌های جمعی با رویکرد سواد رسانه‌ای. ترجمه امیر یزدیان، نادعلی و پیام آزادی. قم: صداوسیما جمهوری اسلامی ایران، مرکز پژوهش‌های اسلامی.
- پاتر، جیمز (۱۳۸۵). «تعریف سواد رسانه‌ای». ترجمه لیلا کاووسی. فصلنامه رسانه، شماره ۶۸: ۷۲۶.
- حبیب‌پور، کرم و رضا صفری شالی (۱۳۸۸). راهنمای جامع کاربرد SPSS در پژوهشات پیمایشی. تهران: انتشارات لویه.
- حسینی پاکدهی، علیرضا و حسنی‌السادات شبیری (۱۳۹۶). «آموزش سواد رسانه‌ای در فضای مجازی (مقایسه وب‌سایت مدیا اسمارتس کانادا و وب‌سایت سواد رسانه‌ای ایران)». فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، شماره ۷۶: ۹۳۲.
- خسروی، علیرضا (۱۳۹۸). تحلیل مقایسه‌ای بازنمایی مهارت‌های ارتباطی در پویانمایی‌های ایرانی و غیرایرانی. رساله دکتری رشته علوم ارتباطات اجتماعی. دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق.
- خوش‌زبان، علی، محمد سلطانی‌فر و علی دلاور (۱۳۹۸). «نقش مؤلفه‌های احساسی و اخلاقی سواد رسانه‌ای در توسعه سرمایه اجتماعی بین شهروندان تهرانی». فصلنامه علمی مطالعات فرهنگ - ارتباطات، شماره ۴۸: ۴۸-۶۰-۳۷.
- دادگران، محمد (۱۳۷۴). مبانی ارتباط جمعی. تهران: انتشارات فیروزه.
- دهقان شاد، حوریه و محمود محمودی کوکنده (۱۳۹۰). «بررسی ضرورت آموزش سواد رسانه‌ای کودکان و نوجوانان از نگاه متخصصان آموزش و پرورش شهر تهران». فصلنامه مطالعات رسانه‌ای، شماره ۱: ۸۳-۶۹.
- شکرخواه، یونس (۱۳۸۵). «سواد رسانه‌ای یک مقاله عقیده‌ای». فصلنامه رسانه، شماره ۶۸: ۳۲-۲۷.
- فلسفی، غلامرضا و لیلا نیرومند (۱۳۹۳). بررسی رابطه سواد رسانه‌ای با سبک زندگی. مورد مطالعه:

- نوجوانان ۱۵ تا ۱۸ ساله دبیرستانی منطقه شش تهران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق.
- قادیان انار مرزی، فاطمه (۱۳۹۸). «نقش سواد رسانه‌ای بر سواد سلامت زنان در استفاده از فضای مجازی. مطالعه موردی: زنان شهرستان محمودآباد استان مازندران». *فصلنامه مطالعات کاربردی در علوم اجتماعی و جامعه‌شناسی*، شماره ۲: ۱۲-۱. قاسمی، طهورت (۱۳۸۵). «سواد رسانه‌ای رویکرد جدید به نظارت». *فصلنامه رسانه*، شماره ۶۸: ۸۵-۱۰۶.
- کرد نوقابی، رسول و حسن پاشا شریفی (۱۳۸۴). «تهیه و تدوین برنامه‌دستی مهارت‌های زندگی برای دانش‌آموزان دوره تحصیلی متوسطه». *فصلنامه نوآوری‌های آموزشی*، شماره ۱۲: ۳۴-۱۱. موحدنسب، حامد و پرویز قاسمی (۱۳۹۳). *سواد رسانه‌ای؛ نظارت همگانی، مسئولیت اجتماعی*. اولین کنفرانس بین‌المللی سواد رسانه‌ای در ایران.
- میری، انور (۱۳۹۸). «اثربخشی آموزش مهارت‌های زندگی بر تندرستی اجتماعی و سلامت عمومی دانشجویان معلمان دانشگاه فرهنگیان استان کردستان». *فصلنامه نشریه مدیریت ارتقای سلامت*، شماره ۳: ۲۶-۱۹.
- نصیری، بهاره، بهاره بخشی و سید محمود هاشمی (۱۳۹۱). «اهمیت آموزش سواد رسانه‌ای در قرن بیست و یکم». *فصلنامه مطالعات رسانه‌ای*، شماره ۱۸: ۱۶۶-۱۵۷.
- نعیم، مهدی و علی رضایی شریف (۱۳۹۵). «اثربخشی آموزش مهارت‌های زندگی بر سازگاری زناشویی و کاهش خشونت خانگی علیه زنان». *فصلنامه روان‌شناسی و روان‌پزشکی شناخت*. شماره ۲: ۳۲-۲۱.
- 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». *فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی*، شماره ۴: ۲۳۳-۲۰۹.
- Begum, D. (2012). **Promoting media and information literacy: A case study of Bangladesh public sector**. Paper presented at the International Conference on Media and Information Literacy for Knowledge Societies. Moscow, Russian Federation.
- Blanco, A. & Díaz, D. (2006). 'Social order and mental health: A social wellbeing approach'. *Clín Salud*, 17(1):7-29.
- Imran, M. (2014). **Processing Social Media Messages in Mass Emergency**. Paper presented at the 2014 International Conference on Social Informatics.
- Lee, A. Y. L. (2012). **Promoting media and information literacy (MIL) in Hong Kong: A**

- networ model strategy**. Paper presented at the International Conference on Media and Information Literacy for Knowledge Societies. Moscow, Russian Federation.
- Potter, W. J. (2013). **Media Literacy**. SAGE Publications.
- Probst, D. (2017). 'Social Media Literacy as an IEP Intervention for Social and Emotional Learning'. **Journal of Media Literacy Education**, 9(2), 45 -57.
- Wilson, C. (2012). **Media and Information Literacy: Curriculum for Teachers**. published the UNESCO curriculum.
- World Health Organazation (2003). **Skills for health: skills -based healtheducation including life skills: an important component of a child -friendly / health -promoting school**.