

# Investigating the Relation between Media Literacy and Information Literacy of Students of Communication Science and Knowledge and Information Science

**Elham Esmail Pounaki**

MA in Knowledge and Information Science;  
Tehran University; Iran;  
Corresponding Author elhampounaki@yahoo.com

**Mohammad Reza Esmaili Givi**

PhD in Systems Management; Assistant Professor;  
Faculty of Management; University of Tehran; Iran s.givi@ut.ac.ir

**Fateme Fahimnia**

PhD in Knowledge and Information Science; Associate  
Professor; Tehran University; Iran fahimnia@ut.ac.ir

Iranian Journal of  
**Information  
Processing and  
Management**

Iranian Research Institute  
for Science and Technology

ISSN 2251-8223

eISSN 2251-8231

Indexed in SCOPUS, ISC, & LISTA

Vol. 32 | No. 2 | pp: 581-604

Winter 2017

<https://doi.org/10.35050/IJPM010.2017.054>



Received: 16, Dec. 2015

Accepted: 20, Jan. 2016

**Abstract:** The new millennium is called Information Age in which information and communication technologies have been developed. The transfer from industrial society to information society has changed the form and level of education and information from those of the past times. In the past, literacy meant the ability of reading and writing, but today the meaning of literacy has changed through the time and such a type of literacy is not enough to meet people's needs in the industrial society of the 21<sup>st</sup> century. Today's life requires media and information literacy especially for the students, whose duty is to do research and who have a significant role in the development of their countries from all perspectives. This research aims to study the relation between the media literacy and information literacy of the students of the fields of Communication Science and Knowledge and information science. This is an applied research in terms of its objective and uses a survey-correlation method. The statistical population of this research consists of the postgraduate students studying in the fields of Knowledge and Information Science and Communication Science at Tehran University and Allameh Tabatabai University. The data required for this research were collected by a researcher-made questionnaire. The reliability of the questionnaire has

been evaluated by Cronbach's Alpha, which was equal to 0.936. The data were analyzed using descriptive and inferential statistic methods. The results showed that the level of media literacy and information literacy of students is desirable. There is a significant relationship between the economic status of students and their media literacy. However, the social status of students was directly related to their "ability to communicate" variable of media literacy. Also the Pearson correlation test showed a significant relationship between the variables of media literacy and information literacy.

**Keywords:** Media Literacy, Information Literacy, Students, Communication Science, Information Science

# بررسی رابطه سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی دانشجویان علوم ارتباطات و علم اطلاعات و دانش‌شناسی

الهام اسمعیل پونکی

کارشناسی ارشد علم اطلاعات و دانش‌شناسی؛  
دانشگاه تهران | elhampounaki@yahoo.com

محمد رضا اسمعیلی گیوی

دکتری مدیریت سیستم‌ها؛ استادیار؛  
دانشکده مدیریت دانشگاه تهران؛  
پدیده‌آور رابط | s.givi@ut.ac.ir

فاطمه فهیم نیا

دکتری علم اطلاعات و دانش‌شناسی؛ دانشیار؛  
دانشگاه تهران | fahimnia@ut.ac.ir



مقاله برای اصلاح به مدت ۷ روز نزد پدیدآوران بوده است.

پدیرش: ۱۳۹۴/۱۰/۳۰

دریافت: ۱۳۹۴/۰۹/۲۵

فصلنامه | علمی پژوهشی

پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران

شاپا (چاپی) ۲۲۰۱-۸۲۲۳

شاپا (الکترونیکی) ۲۲۰۱-۸۲۳۱

نمایه در SCOPUS، ISC، LISTA، و

jipm.irandoc.ac.ir

دوره ۳۲ | شماره ۲ | صص ۵۸۱-۶۰۴

زمستان ۱۳۹۵

<https://doi.org/10.35505/JIPM010.2017.054>



چکیده: هزاره جدید را عصر اطلاعات نام نهاده‌اند، عصری که در آن شاهد ظهور فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی هستیم. گذر جهان از جامعه صنعتی به سوی جامعه اطلاعاتی سبب شده که شکل و سطح سواد و اطلاعات از حالت قبلی خود تغییر کند. روزگاری مفهوم سواد به معنای توانایی خواندن و نوشتن محسوب می‌شد، اما امروزه مفهوم سواد تغییر کرده و در جامعه صنعتی قرن ۲۱ برخوردار از این سطح سواد جوابگوی نیازهای بشر برای ایجاد زندگی بهتر نیست. سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی لازمه زندگی در جامعه امروز است؛ به خصوص در مورد دانشجویان که ماهیت کار آن‌ها پژوهشی است و بر توسعه کشور از هر بعدی اثر می‌گذارد. هدف این پژوهش بررسی رابطه سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی دانشجویان علوم ارتباطات و علم اطلاعات و دانش‌شناسی است. این پژوهش به لحاظ هدف از نوع کاربردی و به لحاظ روش، پیمایشی-همبستگی است. جامعه آماری این پژوهش، دانشجویان رشته علم اطلاعات و دانش‌شناسی و رشته علوم ارتباطات در مقطع تحصیلات تکمیلی دانشگاه تهران و علامه طباطبایی است. در این پژوهش به منظور گردآوری داده‌ها از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شد. پایایی ابزار با استفاده از «آلفای کرونباخ» مقدار ۰/۹۳۶ به دست آمد. داده‌ها با استفاده از روش‌های آمار توصیفی و استنباطی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. یافته‌ها نشان دادند که سطح سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی دانشجویان در حد مطلوب قرار دارد. بین پایگاه اقتصادی دانشجویان با متغیر سواد رسانه‌ای و ابعاد آن رابطه معنادار مستقیم وجود دارد، ولی پایگاه اجتماعی دانشجویان فقط با بعد «توانایی

برقراری ارتباط» با متغیر سواد رسانه‌ای رابطه مستقیم دارد. همچنین، آزمون همبستگی «پیرسون» نشان داد که بین متغیر سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی رابطه معنادار مستقیم وجود دارد.

**کلیدواژه‌ها:** سواد رسانه‌ای، سواد اطلاعاتی، دانشجویان، علوم ارتباطات، علم اطلاعات و دانش‌شناسی

## ۱. مقدمه و مسئله پژوهش

امروزه وجود عصر انفجار اطلاعات بر همگان واضح است. جهان در پایان قرن بیستم به علت تغییر و تحولات بسیار عظیم علمی - تکنولوژیکی دچار دگرگونی‌های بسیاری شد که در همه زمینه‌های زندگی بشر همچون مسائل سیاسی، اقتصادی و اجتماعی تأثیرگذار بود. جهان تحت تأثیر این تحولات شکل جدیدی به خود گرفت. با پیدایش شبکه‌های نوین و جهانی اطلاعات و ارتباطات و تأثیرپذیری همه ابعاد زندگی بشر از این انقلاب تکنولوژیکی، جهان وارد جامعه جدیدی شده است که بعضی از محققان آن را «جامعه اطلاعاتی»<sup>۱</sup> نامیده‌اند (بهرامپور ۱۳۸۳).

گذر جهان از جامعه صنعتی به جامعه اطلاعاتی سبب شده که شکل اطلاعات و سطح سواد از حالت قبلی خود تغییر کند (احمدیان راد ۱۳۸۶). در جامعه کنونی شاهد پیدایش اشکال فراچاپی تولید، توزیع و درک رسانه‌ای هستیم که از رسانه‌های الکترونیکی دیجیتال استفاده می‌کنند (Lankshear and Knobel 2004). اطلاعات در حجم و تنوع باورنکردنی در دسترس است. علاوه بر کمیت، اطلاعات به واسطه رسانه‌های گوناگون در دسترس بوده و کیفیت اطلاعات هم متغیر است.

یکی از مسائل و مشکلاتی که در جوامع امروزی در ارتباط با اطلاعات وجود دارد این است که فضای اطلاعاتی هم از نظر افزایش حجم اطلاعات و هم از نظر به وجود آمدن پایگاه‌های اطلاعاتی به طور غیرقابل پیش‌بینی پیچیده شده است. همچنین، ما با انواع اطلاعات روبه‌رو هستیم: اطلاعات با کیفیت و اطلاعات بدون کیفیت. به علت وجود این گونه مسائل، که در ارتباط با اطلاعات در جامعه امروزی ایجاد شده است، سری چالش‌هایی برای افراد جامعه به وجود آمده است. ابزاری که می‌تواند در عبور از این چالش‌ها مورد استفاده قرار گیرد این است که افراد جامعه بتوانند نیاز اطلاعاتی خود را تشخیص داده و از بین مجموعه اطلاعات موجود توانایی انتخاب مفیدترین اطلاعات را داشته باشند (معرفت و عضدی ۱۳۸۶).

از طرفی انقلاب اطلاعات و ارتباطات باعث به وجود آمدن شکاف اطلاعاتی و یا دیجیتالی است. مسئله اصلی ایجاد این شکاف عدم دسترسی فیزیکی به تکنولوژی اطلاعاتی و ارتباطی

1. information society

نیست، زیرا قیمت و هزینه آن رو به کاهش است. آنچه که مانع اصلی و موجب بروز شکاف اطلاعاتی و دیجیتالی شده، دارای ماهیت غیر تکنولوژیکی است. به عبارت ساده، جنبه‌های آموزشی، فرهنگی یا اجتماعی است که موجب ایجاد شکاف اطلاعاتی می‌شود. به طور کلی، باید در نظر داشت که برای استفاده سودمند از تکنولوژی‌های نوین اطلاعات و ارتباطات نوع جدیدی از سواد لازم است و آن «سواد اطلاعاتی»<sup>۱</sup> است (مؤمنی نورآبادی ۱۳۸۹). سواد اطلاعاتی، در کل، مجموعه‌ای از انواع دانش‌ها و مهارت‌هایی است که برای زندگی پویا در عصر اطلاعات و بقا در دوران رقابت‌های آموزشی، علمی و حرفه‌ای ضروری هستند و توانمندی لازم برای کسب اطلاعات و دانش، انجام پژوهش و نگارش علمی را به صورت خودمدار فراهم می‌کنند. به همین دلیل، سواد اطلاعاتی به عنوان مهارت‌های یادگیری مادام‌العمر شناخته شده و دانش و مهارت پایه برای تمام گروه‌های علمی در سنین مختلف محسوب می‌شود؛ به ویژه اینکه جامعه دانشگاهی، که در حال حاضر با انفجار اطلاعات روبه‌رو است، به سبب ماهیت کار اطلاعاتی و ارتباطاتی خود به سواد اطلاعاتی نیازمند است (پریخ ۱۳۸۶). از سوی دیگر، با توجه به تحول چشمگیر در حوزه رسانه‌ها، «سواد رسانه‌ای»<sup>۲</sup> نیز مطرح شده است. در واقع، سواد رسانه‌ای مهارتی لازم و ضروری به نظر می‌رسد که به انسان کمک می‌کند تا به طور مستقل فکر کند و تصویری کافی و همه‌جانبه از رسانه‌ها داشته باشد و به مخاطبان این امکان را می‌دهد که با آگاهی کامل، پیام‌های رسانه‌ای را پردازش کرده و به دانش موجود در هر رسانه‌ای دست پیدا کنند (شجاعی و امیرپور ۱۳۹۱).

از این رو، در عصر اطلاعات و رسانه، خواندن و نوشتن نه تنها نشان‌دهنده سواد نیست، بلکه اگر با سواد اطلاعاتی و سواد رسانه همراه نباشد، می‌تواند به نادانی بیشتر ناشی از پذیرش اطلاعات گمراه‌کننده و نادرست منتهی شود. سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی کمک می‌کند در روزگاری که مخاطب با حجم زیاد اطلاعات درست و نادرست بمباران می‌شود، بتواند مطالب درست و نادرست و بی‌طرف و هدفمند را تا حد امکان از یکدیگر تفکیک کرده و بر اساس سلیقه و خواست واقعی خود آن‌ها را انتخاب، دریافت و تحلیل نماید. به همین دلیل، «یونسکو» سال‌هاست که طرحی به نام «سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی»<sup>۳</sup> را راه‌اندازی کرده و دستورالعمل‌ها و استانداردهای مختلفی را برای آموزش سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی مطرح نموده است. در مقدمه «یونسکو» مطرح شده که دسترسی آزادانه به اطلاعات و دریافت آن‌ها و به دست آوردن عقیده‌ها و دیدگاه‌های مختلف بدون مداخله دیگران از اصول اولیه حقوق بشر محسوب می‌شود.

سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی ترکیبی از دانش‌ها، نگرش‌ها، مهارت‌ها و تجربیات مورد نیاز برای

1. information literacy

2. media literacy

3. Media and Information Literacy (MIL)

دستیابی، تحلیلی، ارزیابی، استفاده، تولید و برقراری ارتباط با اطلاعات و دانش به صورتی خلاقانه، قانونی و اخلاقی با تأکید بر حقوق انسان‌هاست. افراد با سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی می‌توانند انواع مختلف رسانه‌ها، منابع و مجراهای اطلاعاتی را در زندگی خصوصی، شغلی و عمومی خود به کار برند. آن‌ها می‌دانند چه موقع و چه اطلاعاتی نیاز دارند، برای چه، کجا و چگونه به آن دست پیدا کنند. آن‌ها درک می‌کنند چه کسی و چرا اطلاعات را تولید کرده و نیز نقش، مسئولیت و عملکرد رسانه و فراهم‌کنندگان اطلاعات را درک می‌کنند. آن‌ها می‌توانند اطلاعات، پیام‌ها، اعتقادات و ارزش‌هایی را که در رسانه و در هر تولیدکننده دیگر محتوا نقل شده تحلیل و اطلاعات را ارزش‌گذاری کنند (Moscow-declaration-on media and information literacy (2012).

سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی شهروندان را به صلاحیت‌هایی که با آن‌ها می‌توانند نهایت بهره را از رسانه و اطلاعات بگیرند، تجهیز کند، تا بدین وسیله از حقوق اساسی بشر همچون آزادی بیان برخوردار گردند. بنابراین، داشتن سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی برای تمام افراد جامعه به ویژه دانشجویان رشته ارتباطات و رشته علم اطلاعات و دانش‌شناسی که خود مدعی در این حوزه‌ها هستند، مهارتی لازم و ضروری به نظر می‌رسد. چون سواد رسانه‌ای مختص رشته ارتباطات و سواد اطلاعاتی مختص رشته علم اطلاعات است، جامعه پژوهش حاضر را این دو گروه از دانشجویان تشکیل می‌دهند.

بنابراین، با توجه به ماهیت و اهمیت موضوع، هدف پژوهش حاضر بررسی رابطه سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی دانشجویان علوم ارتباطات و علم اطلاعات و دانش‌شناسی است.

## ۲. پرسش‌های پژوهش

۱. وضعیت سواد رسانه‌ای دانشجویان علوم ارتباطات و علم اطلاعات و دانش‌شناسی چگونه است؟
۲. وضعیت سواد اطلاعاتی دانشجویان علوم ارتباطات و علم اطلاعات و دانش‌شناسی چگونه است؟
۳. آیا بین سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی دانشجویان رابطه معناداری وجود دارد؟

### ۳. سواد رسانه‌ای

اصطلاح سواد رسانه‌ای را برای اولین بار «مارشال مک‌لوهان»<sup>۱</sup> در سال ۱۹۶۵ در کتاب «درک رسانه: گسترش ابعاد وجود انسان» به کار برد. «مک‌لوهان» تعریف دقیقی برای آن ارائه نکرد، ولی معتقد بود زمانی که دهکده جهانی تحقق یابد، لازم است انسان‌ها به سواد جدیدی به نام سواد رسانه‌ای دست یابند (بصیریان جهرمی ۱۳۸۵).

توانایی و قدرت دسترسی، تحلیل، ارزیابی و انتقال اطلاعات و پیام‌های رسانه‌ای را که می‌توان در چارچوب‌های مختلف چاپی و غیرچاپی عرضه نمود، سواد رسانه‌ای می‌گویند (کانسیداین ۱۳۷۹). مؤسسات و سازمان‌هایی مانند یونسکو، کمیسیون اروپایی<sup>۲</sup> و پارلمان اروپایی<sup>۳</sup> که در زمینه سواد رسانه‌ای فعالیت می‌کنند، در باره چهار زمینه در خصوص مهارت‌های مورد نیاز سواد رسانه‌ای توافق دارند که شامل توانایی در زمینه دسترسی، تحلیل، ارزیابی و تولید خلاق است. همه این مهارت‌ها پیشرفت جنبه‌های شخصی، توانایی‌های خودآگاهی، تفکر انتقادی و توانایی حل مشکل را تقویت می‌کنند (Oxstrand 2009).

ابعاد سواد رسانه‌ای در این پژوهش عبارت‌اند از:

توانایی دسترسی و استفاده از رسانه: این توانایی میزان دسترسی دانشجویان به رسانه و استفاده از آن است.

توانایی تحلیل و ارزیابی پیام‌های رسانه‌ای: این توانایی میزان آگاهی از تولیدکنندگان پیام‌ها، دامنه‌های سایت‌ها، مالکیت رسانه‌ها و تشخیص محتوای پیام‌هاست.

توانایی برقراری ارتباط با رسانه‌ها: این توانایی به مهارت‌ها و توانمندی‌های بهره‌گیری از رسانه و میزان توانایی‌ها در تولید پیام اطلاق می‌شود.

داشتن تفکر انتقادی نسبت به محتوای رسانه‌ها: این توانایی به مجموع نظرات مثبت و منفی درباره رسانه‌ها گفته می‌شود، یا عبارت است از تصمیم‌گیری عاقلانه در مورد اینکه چه کاری انجام دهیم یا چه باوری داشته باشیم.

یکی از مهم‌ترین نظریاتی که در بحث سواد رسانه‌ای مطرح است، نظریه شکاف آگاهی<sup>۴</sup> است. این فرضیه اولین بار توسط «تیکنور»<sup>۵</sup>، «دونوهو»<sup>۶</sup> و «اولین»<sup>۷</sup> در سال ۱۹۷۰ در مقاله‌ای با عنوان «جریان رسانه‌های جمعی و رشد تفکیکی در آگاهی» مطرح شد. مؤلفان، فرضیه شکاف آگاهی را به این طریق بیان کردند: وقتی ریزش اطلاعات رسانه‌های جمعی به نظام اجتماعی

1. Marshal McLuhan

4. Knowledge Gap Theory

7. Olien

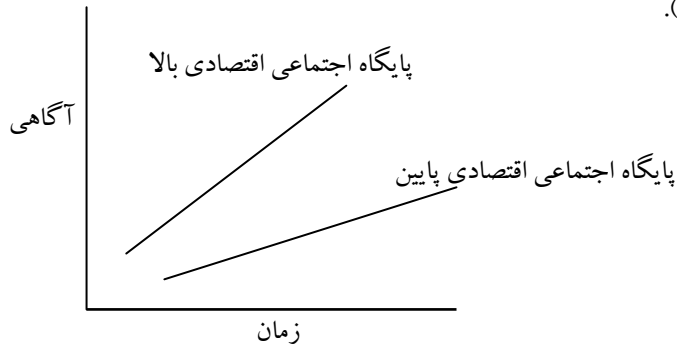
2. European Commission

5. Tichenor

3. European Parliament

6. Donohue

افزایش می‌یابد، بخش‌هایی از جمعیت با پایگاه اجتماعی اقتصادی بالاتر، این اطلاعات را سریع‌تر از بخش‌های با پایگاه اجتماعی پایین‌تر کسب می‌کنند، به طوری که تفاوت یا شکاف در آگاهی میان این بخش‌ها افزایش می‌یابد. این پدیده را فرضیه شکاف آگاهی می‌گویند (سورین و تانکارد ۱۳۸۱).



شکل ۱. شکاف آگاهی (سورین و تانکارد ۱۳۸۱)

شکاف آگاهی که یکی از نظریات تأثیر رسانه‌های جمعی است، معتقد است که ارتباط جمعی نابرابری‌های اطلاعاتی موجود را تقویت می‌کند، یا افزایش می‌دهد. بنابراین، این فرضیه قائل نیست که جمعیت دارای طبقه پایین، کاملاً بی‌خبر باقی می‌مانند، بلکه مدعی است که رشد دانایی به‌طور نسبی در میان گروه‌های دارای منزلت بالا بیشتر است (مک‌کوایل ۱۳۸۵). بنابراین، با توجه به این نظریه، مهم‌ترین سؤالی که در اینجا مطرح می‌شود این است که آیا بین پایگاه اقتصادی-اجتماعی دانشجویان و وضعیت سواد رسانه‌ای آن‌ها رابطه معناداری وجود دارد؟

#### ۴. سواد اطلاعاتی

تعبیر سواد اطلاعاتی را نخستین بار «پل زورکوفسکی»<sup>۱</sup> به کار برد، وی در سال ۱۹۷۴ در طرح پیشنهادی خود به کمیسیون ملی علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی ایالات متحده به تبیین اهداف دستیابی به سواد اطلاعاتی پرداخت. او کسی را دارای سواد اطلاعاتی می‌داند که برای استفاده از منابع اطلاعاتی آموزش دیده باشد و بتواند با استفاده از اطلاعات مسائل خود را حل کند. سواد اطلاعاتی مجموعه مهارت‌های لازم برای جست‌وجو، بازیابی و استفاده مؤثر از منابع اطلاعاتی مختلف است.

1. PualZurkowski



افراد برخوردار از این مهارت‌ها می‌توانند نیاز اطلاعاتی خود را به‌درستی تشخیص دهند، منابع لازم برای رفع این نیاز را شناسایی کنند و با تدوین راهبردهای مناسب در این منابع به جست‌وجو، شناسایی و گزینش اطلاعات پردازند. این افراد قادرند نتایج این جست‌وجو را نقدانه ارزیابی کنند و مناسب‌ترین گزینه‌ها را انتخاب نموده و ارزش اطلاعاتی منابع را برای رفع نیاز اطلاعاتی خود تشخیص دهند. ضمناً آنان می‌توانند اطلاعات به‌دست آمده را با دانش قبلی خود به‌نحوی پیوند دهند که این پیوند به تولید دانش جدید منجر شود. البته آنان در تمام مراحل این فرایند ملاحظات قانونی و اجتماعی و اخلاقی مربوط به استفاده و تولید اطلاعات را رعایت می‌کنند و در نهایت، می‌توانند دانش خود را به شایستگی و در سطحی گسترده در اختیار دیگران قرار دهند (Association of College and Research Libraries 2003).

«انجمن کتابخانه‌های دانشگاهی و پژوهشی آمریکا» در سال ۲۰۰۰ استانداردهای سواد اطلاعاتی برای آموزش عالی را منتشر کرد. این استانداردها شامل پنج بخش اصلی است که عبارت‌اند از:

استاندارد اول: دانشجوی باسواد اطلاعاتی باید بتواند ماهیت و وسعت اطلاعات را مشخص کند. استاندارد دوم: دانشجوی باسواد اطلاعاتی به‌شکل مؤثر و کارآمد به اطلاعات مورد نیاز دست پیدا می‌کند.

استاندارد سوم: دانشجوی باسواد اطلاعاتی اطلاعات و منابع آن را به‌صورت منتقدانه ارزیابی و اطلاعات انتخاب‌شده را با دانش پایه و نظام ارزشی خود تلفیق می‌کند.

استاندارد چهارم: دانشجوی باسواد اطلاعاتی به‌صورت انفرادی و یا گروهی برای رسیدن به‌منظوری خاص از اطلاعات استفاده می‌کند.

استاندارد پنجم: دانشجوی باسواد اطلاعاتی بسیاری از موارد اقتصادی، حقوقی و اجتماعی مربوط به دسترسی و استفاده از اطلاعات را می‌فهمد.

## ۵. پیشینه پژوهش

با بررسی متون و منابع، تألیف یا پژوهش خاصی که به مطالعه و بررسی رابطه سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی در داخل ایران پرداخته باشد، مشاهده نشد. پیشینه‌های خارج از ایران نیز بیشتر به بحث آموزش و ضرورت سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی پرداخته‌اند. این پژوهش‌ها بر میزان و آموزش سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی به‌عنوان یک مفهوم جدید تأکید کرده‌اند.

«اشرفی‌ریزی، حسن زاده و کاظم‌پور» پژوهشی تحت عنوان «میزان سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی در بین دانشجویان بر اساس شاخص‌های سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی یونسکو» انجام دادند. یافته‌های

آن‌ها نشان داد که میزان سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی دانشجویان بالاتر از حد متوسط و نسبتاً مطلوب است. بیشترین میانگین مربوط به ارج نهادن به تولیدات علمی دیگران و کمترین میانگین مربوط به انتقال اطلاعات از طریق سخنرانی رسمی می‌باشد. مقایسه بین جنسیت و وضعیت تأهل و میزان سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی نشان داد که بین سواد اطلاعاتی و متغیرهای مذکور تفاوت معناداری وجود ندارد (۱۳۹۳).

«ون دو ورد» پژوهشی با عنوان «ارتقاء سواد اطلاعاتی از طریق سواد رسانه‌ای» انجام داد. دانش‌آموزان کالج‌ها به‌خصوص دانش‌آموزان از راه دور (آموزش مجازی)، امروزه به‌طوری فزاینده برای نیازهای پژوهشی خود به وب‌سایت‌ها وابسته هستند و مهم‌ترین نیاز آن‌ها در این وابستگی، سواد اطلاعاتی است. این پژوهش یک بررسی آنلاین است برای کشف روابط بین ارزیابی انتقادی در مورد اطلاعات آنلاین به‌عنوان یک مقیاس از سواد اطلاعاتی و اجزای سواد رسانه‌ای. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که بین سواد اطلاعاتی و سواد رسانه‌ای رابطه‌ای مثبت وجود دارد و مدرسان و طراحان آموزشی باید نسبت به توسعه مهارت‌های سواد اطلاعاتی مورد نیاز برای فارغ‌التحصیلان و دانشجویان از انواع استراتژی‌های ابزاری برای موفقیت در جامعه اطلاعاتی قرن ۲۱ استفاده کنند (Van de vord 2010).

«ویزورث ای، مک‌ایندو و ویزورث سی» پژوهشی تحت عنوان «آموزش سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی به پژوهشگران» انجام دادند. جامعه آماری این پژوهش دانشجویان پژوهشگر مقطع کارشناسی ارشد دانشگاه «اولستر» بودند. این پژوهش گزارشی از یک پروژه را که مرکز علوم اطلاعات و کامپیوتر آکادمی آموزش عالی دانشگاه «اولستر» انجام داده است، ارائه می‌کند. این پروژه در تلاش برای ایجاد یک منبع آموزشی باز جهت کمک به توسعه مهارت‌های سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی در دانشجویان بوده و توصیه می‌کند که وجود این منبع آموزشی می‌تواند دانشجویان را خلاق، مستقل و فردگرا آموزش دهد. همچنین، در این پژوهش ساختار و روش‌های دوره آموزشی توصیف و برخی از نتایج حاصل از پروژه مذکور نقد و ارزیابی می‌شود (Whitworth A, McIndoe and Whitworth C 2011).

«لی» پژوهشی تحت عنوان «ارتقاء سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی در هنگ کنگ» انجام داده است. هدف از این مقاله طرح کردن راهبرد یک مدل شبکه‌ای به‌منظور ارتقاء سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی در مدارس و جامعه هنگ کنگ است. این مدل شامل ۵ بخش است: ۱) نیروی محرکه راه‌اندازی شبکه، ۲) پیکربندی شبکه، ۳) مراکز شبکه، ۴) ارتباطات شبکه، و ۵) گسترش شبکه. این مقاله به بررسی تعریف و اجزای سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی در چارچوب هنگ کنگ / چینی پرداخته است. این پژوهش همچنین، درباره پیامدهای مورد انتظار از سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی در

سطوح فردی، اجتماعی و جهانی بحث کرده است (Lee 2012).

«صالح» پژوهشی تحت عنوان «سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی در آفریقای جنوبی: اهداف و ابزارها» انجام داده است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که در آفریقا داشتن سواد رسانه‌ای برای رسیدن به توسعه اقتصادی، اجتماعی و سیاسی ضروری است. همچنین، این پژوهش برخی از راه‌حل‌های عملی را جهت کمک به ارتقاء سطح سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی در میان محرومان آفریقای جنوبی ارائه می‌دهد (Saleh 2012).

«سینق» پژوهشی با عنوان «استقرار سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی در هسته اصلی آموزش» انجام داد. این مقاله بر این فرض استوار است که بیشتر دانشجویان در حال دورشدن از کتابخانه‌ها و توجه به «گوگل» به عنوان مرجعی برای حل مشکلات خود در زمینه آموزش و یادگیری هستند. نتایج این پژوهش نشان داد که راه‌هایی دانشجویان از گرایش به «گوگل»، ارائه دوره‌های آموزشی سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی در هسته اصلی همه سطوح آموزش و پرورش است. همچنین، به نقش کتابداران در این فرایند اشاره می‌شود و پیشنهاد می‌شود که کتابداران باید به‌شدت آموزش و مهارت‌های رسانه‌ای و اطلاعاتی کاربران را ارتقاء دهند و کتابخانه‌ها را به عنوان مراکز خدماتی پیشگام تعریف کنند (Singh 2012).

«بگوم» پژوهشی با عنوان «ارتقاء سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی: مطالعه موردی بخش عمومی بنگلادش» انجام داد. این تحقیق از نوع پیمایشی است و در آن از هر دو روش کمی و کیفی استفاده شده است. یافته‌ها نشان داد که ۵۸ درصد از جامعه پژوهش معتقد بودند که راه‌اندازی یک رقابت بزرگ آگاهی در مؤسسات آموزشی راهی برای ارتقاء سطح سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی مردم است. مردم ۴۵ درصد اطلاعات مورد نیاز خود را از اینترنت دریافت می‌کنند. در ضمن، زیرساخت‌های لازم برای ارتقاء سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی در بنگلادش فراهم نیست. همچنین، اکثریت جامعه پژوهش معتقد بودند که دولت باید سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی را به‌منظور رسیدن به یک بنگلادش دیجیتالی در سال ۲۰۲۱ تقویت کند (Begum 2012).

«ویلسن» پژوهشی با عنوان «سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی: آموزش و امکانات» انجام داد. وی برنامه آموزشی سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی برای معلمان را که توسط «یونسکو» ارائه شده بود، ویرایش کرد. این ویرایش شامل شناسایی زمینه‌های کلیدی برنامه مزبور برای مریبان به‌منظور آموزش مسائل ضروری مربوط به سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی و مهارت‌ها و توانایی‌های مورد نیاز برای توسعه برنامه‌ها بود. در این پژوهش همچنین، پیشنهادهایی برای توسعه، انطباق و اجرای موفق برنامه‌های سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی ارائه شده است (Wilson 2012).

«ویزورث ای» پژوهشی تحت عنوان «طراحی سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی» انجام داده است. او در این پژوهش به تشریح مدلی که می‌تواند برای درک و تولید شیوه‌های مختلف تجسم و

پایاده‌سازی سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی مورد استفاده قرار گیرد، پرداخته است. نتایج پژوهش وی نشان داد که این مدل جهت تجزیه و تحلیل طیف وسیعی از اقدامات در راستای ارتقاء سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی شامل خودآموزها، دوره‌های آموزشی و یک پروژه در امر آموزش جامعه قابل استفاده است و اینکه رسانه‌های اجتماعی چگونه می‌توانند مجموعه‌ای از منابع اطلاعاتی تعریف شده با کیفیت خوب برای جامعه خود ایجاد نمایند (Whitworth A 2012).

«لی و سو» پژوهشی تحت عنوان «سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی: شباهت‌ها و تفاوت‌ها» انجام دادند. آن‌ها مجلات Web of Science را از سال ۱۹۵۶ تا ۲۰۱۲ بررسی کردند. یافته‌ها نشان می‌دهد که تفاوت‌های بین سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی بیشتر از شباهت‌های آن‌هاست. این دو رشته تا حدی با هم همپوشانی دارند، ولی سواد رسانه‌ای زیررده سواد اطلاعاتی نیست و سواد اطلاعاتی نیز زیررده سواد رسانه‌ای نیست. در عین حال، سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی اهداف مشترکی دارند. هدف هر دو ترویج افراد باسواد است که بتوانند قضاوت‌های آگاهانه‌ای راجع به استفاده از اطلاعات در عصر دیجیتال داشته باشند (Lee and So 2013).

## ۶. روش و جامعه پژوهش

این پژوهش به لحاظ هدف، از نوع کاربردی و به لحاظ روش، پیمایشی تحلیلی است. جامعه آماری در این پژوهش، دانشجویان رشته علم اطلاعات و دانش‌شناسی و رشته علوم ارتباطات در مقطع تحصیلات تکمیلی دانشگاه تهران و علامه طباطبایی است. تعداد دانشجویان این دو رشته ۳۳۵ نفر است که ۲۴۸ نفر در مقطع کارشناسی ارشد و ۸۷ نفر در مقطع دکتری هستند. جامعه آماری به تفکیک در جدول ذیل آمده است:

جدول ۱. جامعه آماری پژوهش به تفکیک رشته و دانشگاه

نام دانشگاه	مقطع	علم اطلاعات و دانش‌شناسی	علوم ارتباطات
دانشگاه تهران	کارشناسی ارشد	۷۴	۵۳
	دکتری	۳۲	۲۶
دانشگاه علامه طباطبایی	کارشناسی ارشد	۴۶	۷۵
	دکتری	-	۲۹
جمع	۳۳۵		

در پژوهش حاضر پس از تعیین حجم نمونه در تناسب با حجم جامعه بر اساس فرمول «کوکران»، به منظور جمع‌آوری داده‌ها از نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای استفاده شده است. تعداد دانشجویان این دو رشته ۳۳۵ نفر است که حجم نمونه ۱۴۸ نفر شده و تعداد ۱۵۰ پرسشنامه تکمیل

شده است. حجم نمونه آماری با توجه به تعداد دانشجویان و در تناسب با حجم جامعه در دو رشته، در دانشجویان علم اطلاعات و دانش‌شناسی تعداد ۶۸ نفر و در دانشجویان علوم ارتباطات تعداد ۸۲ نفر تعیین شده است.

ابزار گردآوری اطلاعات پرسشنامه بود. با بررسی پیشینه‌ها و ادبیات موجود در زمینه مطالعات سواد رسانه‌ای در داخل و خارج از کشور و نیز پس از بررسی برخی تعاریف ارائه شده از سواد رسانه‌ای، تعدادی از مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای که در اکثر تعاریف مشترک بودند، استخراج و در قالب جدولی تنظیم گردید. در نهایت، پرسشنامه با توجه به این جدول و در راستای پاسخگویی به سؤالات پژوهش تدوین گردید.

## جدول ۲. فراوانی مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای

پژوهشگران	توانایی دسترسی و استفاده	توانایی تحلیل و ارزیابی	توانایی تولید و ارتباط با پیام‌های رسانه‌ای	توانایی تفکر انتقادی نسبت به پیام‌های رسانه‌ای	شناخت تأثیر رسانه‌ها	انتقال پیام‌های رسانه‌ای	درک و فهم پیام رسانه	تجربه کردن
Aufderheide (1989)	✓	✓			✓			
Worsnop (1989)	✓	✓	✓				✓	
Horton (1994)	✓	✓	✓	✓				
Hobbs (1996)	✓	✓	✓					
Brown (1998)	✓	✓					✓	
Potter (1998)	✓	✓	✓					
Gaya (2001)	✓	✓	✓	✓				✓
Suzuki (2003)	✓	✓	✓					
Baker (2004)	✓	✓	✓					
Livingston (2004)	✓	✓	✓					
Anis (2005)				✓				
Martinez (2006)	✓	✓	✓					
Oxstrand (2009)	✓	✓	✓	✓				
Burson (2010)	✓	✓			✓			
Considine (1995)	✓	✓				✓		
شکرخواه (۱۳۸۰)	✓	✓	✓	✓				
آدافر (۱۳۸۳)	✓	✓		✓				✓

پژوهشگران	توانایی دسترسی و استفاده	توانایی تحلیل و ارزیابی	توانایی تولید و ارتباط با پیام‌های رسانه‌ای	توانایی تفکر انتقادی نسبت به پیام‌های رسانه‌ای	شناخت تأثیر رسانه‌ها	انتقال پیام‌های رسانه‌ای	درک و فهم پیام رسانه	تجربه کردن
ایران پور (۱۳۸۹)	✓	✓	✓	✓				
تقی زاده (۱۳۹۰)	✓	✓	✓	✓				
مجید رجبی (۱۳۹۲)	✓	✓	✓					
جمع	۱۳	۱۸	۱۴	۸	۱	۲	۲	۲

برای سنجش سواد اطلاعاتی از پرسشنامه سواد اطلاعاتی که بر مبنای استانداردهای پنجگانه «انجمن کتابخانه‌های دانشگاهی و پژوهشی» طراحی شده است، استفاده گردید. ولی با توجه به تعداد زیاد سؤال‌ها و همچنین، با توجه به هدف پژوهش، برخی از آن‌ها حذف، تعدادی اضافه و ادبیات برخی از آن‌ها تغییر کرد.

برای اطمینان از روایی پرسشنامه از نظرات اساتید و متخصصان استفاده شد. برای سنجش پایایی پرسشنامه از آزمون «آلفای کرونباخ» استفاده گردید. پایایی ابزار مقدار  $0/936$  به دست آمد که چون از  $0/7$  بزرگ‌تر بود، مشخص شد که پرسشنامه مربوطه از پایایی مطلوبی برخوردار است. پرسشنامه سواد رسانه‌ای از ۳۰ گویه تشکیل شده است: گویه ۱ تا ۶ بُعد توانایی دسترسی و استفاده از رسانه‌ها، ۷ تا ۱۴ بُعد توانایی تحلیل و ارزیابی، ۱۵ تا ۲۰ بُعد توانایی برقراری ارتباط با پیام‌های رسانه‌ای و ۲۱ تا ۳۰ بُعد توانایی تفکر انتقادی نسبت به محتوای رسانه‌ها را می‌سنجند. پرسشنامه سواد اطلاعاتی در قالب ۲۵ گویه به بررسی ۵ مؤلفه یا استانداردهای سواد اطلاعاتی می‌پردازد: گویه ۳۱ تا ۳۵ بُعد وسعت و ماهیت اطلاعات، ۳۶ تا ۴۰ بُعد دسترسی مؤثر به اطلاعات، ۴۱ تا ۴۶ بُعد ارزیابی انتقادی منابع اطلاعاتی، ۴۷ تا ۵۰ بُعد کاربرد هدفمند اطلاعات و ۵۱ تا ۵۵ بُعد درک موارد حقوقی و اقتصادی استفاده از اطلاعات است. مقیاس پاسخگویی طیف پنج‌گزینه‌ای «لیکرت» از (خیلی کم = ۱ تا خیلی زیاد = ۵) می‌باشد.

### جدول ۳. مراحل انجام پژوهش و روش مورد استفاده

مرحله	روش جمع‌آوری	منبع داده‌ها	روش تحلیل	خروجی
تدوین مدل	بررسی اسنادی و کتابخانه‌ای	منابع اطلاعاتی اعم از پایگاه‌های اطلاعاتی و پایان‌نامه‌ها	تحلیل محتوا	مدل
تأیید مدل	پرسشنامه	جامعه آماری	روش‌های تحلیل آماری	تأیید متغیرهای مدل

## ۷. یافته‌های پژوهش

تعداد کل نمونه پژوهش حاضر ۱۵۰ نفر از دانشجویان دانشگاه‌های تهران و علامه طباطبایی است. از ۱۵۰ پاسخ‌دهنده به پرسشنامه، ۱۰۲ نفر (۶۸/۰۰ درصد) زن و ۴۸ نفر (۳۲/۰۰ درصد) مرد بوده است. پس می‌توان گفت که تعداد زنان بیش از دو برابر تعداد مردان است.

جدول ۴: توزیع فراوانی دانشگاه، رشته و مقطع تحصیلی بر حسب جنسیت

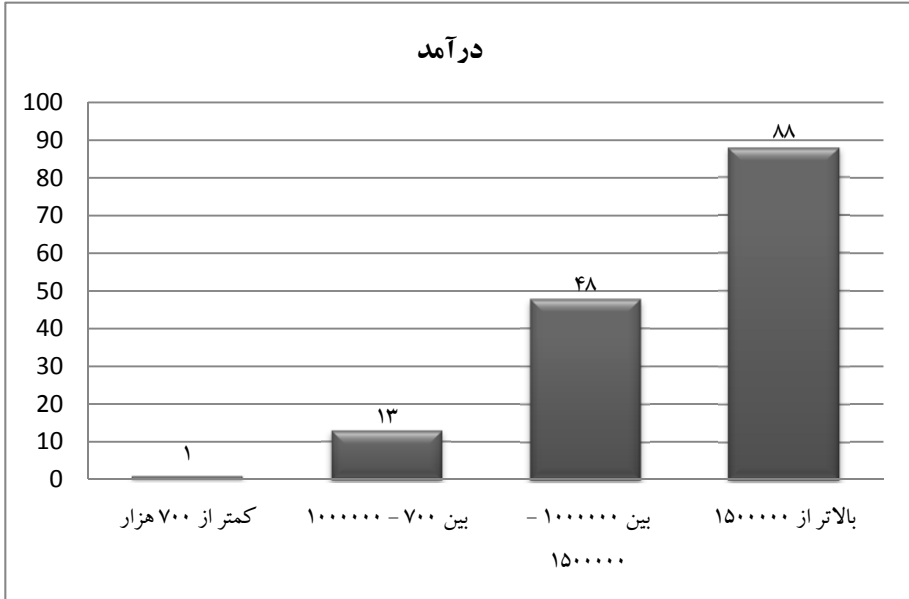
جنسیت	دانشگاه	رشته تحصیلی		مقطع تحصیلی	
		علم اطلاعات	علوم ارتباطات	ارشد	دکتری
زن	فراوانی	۵۳	۴۹	۷۹	۲۳
	درصد	۶۰/۲	۷۹/۰	۵۲/۹	۲۲/۵
مرد	فراوانی	۳۵	۱۳	۳۲	۱۶
	درصد	۳۹/۸	۲۱/۰	۵۸/۳	۳۳/۳
کل	فراوانی	۸۸	۶۲	۱۱۱	۳۹
	درصد	۵۸/۷	۴۱/۳	۵۴/۷	۲۶/۰

همان‌طور که جدول بالا نشان می‌دهد از ۱۵۰ نفر پاسخ‌دهنده به پرسشنامه، ۸۸ نفر (۵۸/۷ درصد) از دانشجویان دانشگاه تهران و ۶۲ نفر (۴۱/۳ درصد) از دانشجویان دانشگاه علامه طباطبایی هستند. در رابطه با رشته تحصیلی، ۶۸ نفر (۴۵/۳ درصد) از رشته علم اطلاعات و ۸۲ نفر (۵۴/۷ درصد) از رشته ارتباطات هستند. در رابطه با مقطع تحصیلی، کارشناسی ارشد با ۱۱۱ نفر (۷۴/۰ درصد) بیشترین پاسخ‌دهنده به پرسشنامه را به خود اختصاص داده است.

در این پژوهش به منظور بررسی رابطه بین متغیر سواد رسانه‌ای با پایگاه اقتصادی و اجتماعی دانشجویان، مقدار درآمد خانوار به عنوان پایگاه اقتصادی و میزان تحصیلات والدین به عنوان پایگاه اجتماعی در نظر گرفته شده است. سطح تحصیلات والدین دانشجویان پاسخ‌دهنده به پرسشنامه با پنج گزینه دسته‌بندی شده است: بی‌سواد، ابتدایی و راهنمایی، متوسطه و دیپلم، فوق دیپلم و لیسانس، فوق لیسانس و بالاتر. پدران (۳۵/۳ درصد) و مادران (۳۸ درصد) دانشجویان پاسخ‌دهنده به پرسشنامه دارای سطح تحصیلات متوسطه و دیپلم هستند.

نمودار ۱ میزان درآمد ماهیانه خانواده‌های دانشجویان پاسخ‌دهنده به پرسشنامه را مورد بررسی قرار می‌دهد. میزان درآمد ماهیانه خانواده به ۴ دسته تقسیم شده است. اکثر خانواده‌های

پاسخ دهندگان به پرسشنامه (۵۸/۷ درصد) دارای درآمد ماهیانه بالاتر از ۱۵۰۰۰۰۰ تومان هستند و تنها یک نفر (۰/۷ درصد) درآمد ماهیانه کمتر از ۷۰۰ هزار تومان دارد.



نمودار ۱. میزان درآمد ماهیانه خانواده دانشجویان پاسخ دهنده به پرسشنامه

ابتدا با توجه به اینکه داده‌های هر یک از متغیرها و ابعاد آن پیوسته است، به منظور بررسی نرمال بودن توزیع داده‌ها از آزمون «کلموگروف-اسمیرنوف» استفاده شد.

جدول ۵. نتایج آزمون کلموگروف-اسمیرنوف برای متغیرهای تحقیق

متغیر و یا بعد	Z آماره کلموگروف-اسمیرنوف	سطح معناداری
توانایی دسترسی و استفاده	۱/۲۶۳	۰/۰۸۲
توانایی تحلیل و ارزیابی	۰/۸۳۵	۰/۴۸۷
توانایی برقراری ارتباط	۱/۰۲۲	۰/۲۴۶
توانایی تفکر انتقادی	۱/۲۸۶	۰/۰۷۳
متغیر سواد رسانه‌ای	۰/۵۸۹	۰/۸۷۷
وسعت و ماهیت اطلاعات	۱/۱۵۳	۰/۱۲۹



متغیر و یا بُعد	Z آماره کلموگروف-اسمیرنوف	سطح معناداری
دسترسی مؤثر به اطلاعات	۲/۷۹۲	۰/۰۰۰
ارزیابی انتقادی منابع اطلاعاتی	۱/۱۱۹	۰/۱۶۳
توانایی کاربرد هدفمند اطلاعات	۱/۱۴۴	۰/۱۱۶
درک موارد حقوقی و اقتصادی	۱/۲۳۸	۰/۰۹۳
متغیر سواد اطلاعاتی	۱/۳۱۷	۰/۰۶۲

همان‌طور که ملاحظه می‌شود، برای کلیه متغیرهای پژوهش و ابعاد آن‌ها، سطح معناداری آزمون بزرگ‌تر از ۰/۰۵ است. این امر نشان می‌دهد که کجی داده‌ها معنادار نیست و به عبارت دیگر، توزیع جامعه نرمال می‌باشد.

#### ۱-۷. سطح سواد رسانه‌ای دانشجویان علم اطلاعات و علوم ارتباطات

جدول ۶. میانگین متغیر سواد رسانه‌ای و ابعاد آن

توانایی دسترسی و استفاده	توانایی تحلیل و ارزیابی	توانایی برقراری ارتباط	توانایی تفکر انتقادی	متغیر سواد رسانه‌ای
۳/۸۳۰۹	۳/۳۲۷۲	۳/۴۷۰۶	۳/۸۵۱۵	۳/۶۲۰۰
۳/۷۶۴۲	۳/۴۳۹۰	۳/۶۸۷۰	۴/۰۶۷۱	۳/۷۳۹۳

همان‌طور که اطلاعات جدول نشان می‌دهد، میانگین سواد رسانه‌ای دانشجویان علوم ارتباطات از دانشجویان علم اطلاعات بیشتر است. از آنجا که متغیر سواد رسانه‌ای و ابعاد آن نرمال بودند، برای تعیین سطح آن از آزمون «تی تک‌نمونه‌ای» استفاده شده است. نتایج آزمون «تی تک‌نمونه‌ای» برای سنجش وضعیت متغیر سواد رسانه‌ای و ابعاد آن در میان دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه تهران و علامه طباطبایی در جدول ۷ ارائه شده است.

جدول ۷. نتایج آزمون تی تک‌نمونه‌ای متغیر سواد رسانه‌ای و ابعاد آن (نمره ملاک = ۳)

متغیر یا بُعد	اختلاف میانگین جامعه و نمره ملاک	کرنه پایین اختلاف میانگین	کرنه بالای اختلاف میانگین	آماره t	درجه آزادی	سطح معناداری
توانایی دسترسی و استفاده	۰/۷۹۴۴۴	۰/۶۹۴۳	۰/۸۹۴۵	۱۵/۶۸۲	۱۴۹	۰/۰۰
توانایی تحلیل و ارزیابی	۰/۳۸۸۳۳	۰/۲۸۱۸	۰/۴۹۴۸	۷/۲۰۴	۱۴۹	۰/۰۰
توانایی برقراری ارتباط	۰/۵۸۸۸۹	۰/۴۸۸۰	۰/۶۸۹۸	۱۱/۵۳۴	۱۴۹	۰/۰۰

متغیر یا بُعد	اختلاف میانگین جامعه و نمره ملاک	کرنانه پایین اختلاف میانگین	کرنانه بالای اختلاف میانگین	آماره t	درجه آزادی	سطح معناداری
توانایی تفکر انتقادی	۰/۹۶۹۳۳	۰/۸۹۲۱	۰/۰۴۶۶	۲۴/۷۹۵	۱۴۹	۰/۰۰
متغیر سواد رسانه‌ای	۰/۶۸۵۲۵	۰/۶۱۶۴	۰/۷۵۴۱	۱۹/۶۶۵	۱۴۹	۰/۰۰

سطح معناداری آزمون برای متغیر سواد رسانه‌ای و ابعاد آن کمتر از ۰/۰۵ است. بنابراین، با اعتماد بالای ۹۵ درصد می‌توان نتیجه گرفت که وضعیت متغیر سواد رسانه‌ای و ابعاد آن اختلاف معناداری با نمره ملاک ۳ دارد. همچنین، با توجه به اینکه کرنانه پایین و بالای اختلاف داده‌ها (میانگین جامعه و نمره ملاک) مثبت ارزیابی شده است، معلوم می‌شود که میانگین جامعه از نمره ملاک آزمون بیشتر خواهد بود.

## ۲-۲. سطح سواد اطلاعاتی دانشجویان علم اطلاعات و علوم ارتباطات

### جدول ۸. میانگین متغیر سواد اطلاعاتی و ابعاد آن

متغیر سواد اطلاعاتی	درک موارد حقوقی و اقتصادی	توانایی کاربرد هدفمند اطلاعات	ارزیابی انتقادی منابع اطلاعاتی	دسترسی موثر به اطلاعات	وسعت و ماهیت اطلاعات
علم اطلاعات	۴/۰۴۷۱	۳/۹۵۲۲	۳/۶۸۳۸	۴/۰۹۷۱	۳/۸۵۲۹
علوم ارتباطات	۳/۹۸۰۵	۳/۹۵۴۳	۳/۷۱۱۴	۳/۶۴۱۵	۳/۶۸۵۴

همان‌طور که اطلاعات جدول نشان می‌دهد، میانگین سواد اطلاعاتی دانشجویان علم اطلاعات از علوم ارتباطات بیشتر است. متغیر سواد اطلاعاتی و ابعاد آن نرمال بودند، بنابراین، برای تعیین سطح آن از آزمون «تی تک نمونه‌ای» استفاده شده است. نتایج آزمون «تی تک نمونه‌ای» برای سنجش وضعیت متغیر سواد اطلاعاتی و ابعاد آن در میان دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه تهران و علامه طباطبایی در جدول ۹ ارائه شده است.

### جدول ۹. نتایج آزمون تی تک نمونه‌ای متغیر سواد اطلاعاتی و ابعاد آن (نمره ملاک = ۳)

متغیر یا بُعد	اختلاف میانگین جامعه و نمره ملاک	کرنانه پایین اختلاف میانگین	کرنانه بالای اختلاف میانگین	آماره t	درجه آزادی	سطح معناداری
وسعت و ماهیت اطلاعات	۰/۷۶۱۳۳	۰/۶۶۰۰	۰/۸۶۲۷	۱۴/۸۴۶	۱۴۹	۰/۰۰
دسترسی مؤثر به اطلاعات	۰/۸۴۸۰۰	۰/۶۲۳۲	۱/۰۷۲۸	۷/۴۵۴	۱۴۹	۰/۰۰

متغیر یا بُعد	اختلاف میانگین جامعه و نمره ملاک	کرنانه پایین اختلاف میانگین	کرنانه بالای اختلاف میانگین	آماره t	درجه آزادی	سطح معناداری
ارزیابی انتقادی منابع اطلاعاتی	۰/۶۹۸۸۹	۰/۶۰۶۱	۰/۷۹۱۷	۱۴/۸۸۷	۱۴۹	۰/۰۰
توانایی کاربرد هدفمند اطلاعات	۰/۹۵۳۳۳	۰/۸۵۶۶	۱/۰۵۰۱	۱۹/۴۷۶	۱۴۹	۰/۰۰
درک موارد حقوقی و اقتصادی	۱/۰۱۰۶۷	۰/۸۸۷۵	۱/۱۳۳۹	۱۶/۲۱۲	۱۴۹	۰/۰۰
متغیر سواد اطلاعاتی	۰/۸۵۴۴۴	۰/۷۶۰۰	۰/۹۴۸۹	۱۷/۸۷۹	۱۴۹	۰/۰۰

سطح معناداری آزمون برای متغیر سواد اطلاعاتی و ابعاد آن کمتر از ۰/۰۵ است. بنابراین، با اعتماد بالای ۹۵ درصد می‌توان نتیجه گرفت که وضعیت متغیر سواد اطلاعاتی و ابعاد آن اختلاف معناداری با نمره ملاک ۳ دارد. همچنین، با توجه به اینکه کرنانه پایین و بالای اختلاف داده‌ها (میانگین جامعه و نمره ملاک) مثبت ارزیابی شده است، معلوم می‌شود که میانگین جامعه از نمره ملاک آزمون بیشتر خواهد بود.

### ۳-۷. رابطه سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی

با توجه به اینکه همه متغیرهای پژوهش حاضر نرمال هستند، برای بررسی روابط بین متغیرها از آزمون همبستگی «پیرسون» استفاده می‌کنیم. جدول ۱۰ آزمون همبستگی بین متغیرهای سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی و ابعاد آن‌ها را نشان می‌دهد.

جدول ۱۰. آزمون پیرسون بین متغیر سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی

سواد رسانه‌ای	توانایی دسترسی و استفاده	توانایی تحلیل و ارزیابی	توانایی برقراری ارتباط	توانایی تفکر انتقادی	متغیر سواد رسانه‌ای
سواد اطلاعاتی	۰/۱۵۵	**۰/۴۶۳	**۰/۶۳۵	**۰/۴۵۳	**۰/۵۹۵
وسعت و ماهیت اطلاعات	۰/۱۱۸	۰/۱۵۹	**۰/۲۵۹	*۰/۱۷۴	**۰/۲۴۸
دسترسی مؤثر به اطلاعات	*۰/۱۸۵	**۰/۴۹۵	**۰/۴۴۱	**۰/۳۷۷	**۰/۵۲۶
ارزیابی انتقادی منابع اطلاعاتی	*۰/۲۰۶	**۰/۴۱۳	**۰/۴۲۶	**۰/۴۵۷	**۰/۵۱۹
توانایی کاربرد هدفمند اطلاعات	۰/۰۴۲	**۰/۳۶۹	*۰/۱۷۶	**۰/۲۸۷	**۰/۳۰۳
درک موارد حقوقی و اقتصادی	*۰/۱۷۹	**۰/۴۵۳	**۰/۴۷۹	**۰/۴۲۲	**۰/۵۳۴
متغیر سواد اطلاعاتی					

\* معناداری در سطح ۰/۰۵ و \*\* معناداری در سطح ۰/۰۱

همان‌طور که مشاهده می‌شود، بین متغیر سواد رسانه‌ای و متغیر سواد اطلاعاتی رابطه معنادار مستقیم وجود دارد. همچنین، بین متغیر سواد رسانه‌ای و ابعاد متغیر سواد اطلاعاتی و نیز بین متغیر سواد اطلاعاتی و ابعاد متغیر سواد رسانه‌ای رابطه معنادار مستقیم وجود دارد.

#### ۲-۴. رابطه سواد رسانه‌ای با پایگاه اقتصادی- اجتماعی دانشجویان

به‌منظور بررسی رابطه بین متغیر سواد رسانه‌ای و پایگاه اقتصادی و اجتماعی دانشجویان، میزان تحصیلات والدین به‌عنوان پایگاه اجتماعی و مقدار درآمد خانوار به‌عنوان پایگاه اقتصادی در نظر گرفته شده است. میزان تحصیلات والدین و مقدار درآمد خانوار در مقیاس رتبه‌ای مورد پرسش قرار گرفته‌اند. بنابراین، برای بررسی رابطه و همبستگی از آزمون ناپارامتریک «اسپیرمن» استفاده خواهیم نمود.

جدول ۱۱. آزمون اسپیرمن بین سواد رسانه‌ای و پایگاه اقتصادی و اجتماعی دانشجویان

پایگاه اقتصادی	پایگاه اجتماعی		متغیر و بُعد
	تحصیلات مادر	تحصیلات پدر	
*۰/۲۰۳	۰/۰۳۹	۰/۰۲۹	توانایی دسترسی و استفاده
**۰/۲۶۲	۰/۰۰۷	۰/۰۵۶	توانایی تحلیل و ارزیابی
**۰/۳۶۳	*۰/۱۶۴	*۰/۱۷۶	توانایی برقراری ارتباط
**۰/۲۵۹	۰/۰۹۹	۰/۰۹۷	توانایی تفکر انتقادی
**۰/۳۵۲	۰/۱۰۰	۰/۱۴۰	متغیر سواد رسانه‌ای

\* معناداری در سطح ۰/۰۵ و \*\* معناداری در سطح ۰/۰۱

اطلاعات جدول ۱۱ نشان می‌دهد که بین پایگاه اقتصادی دانشجویان و متغیر سواد رسانه‌ای و ابعاد آن رابطه معنادار مستقیم وجود دارد. ولی، پایگاه اجتماعی دانشجویان فقط با بُعد «توانایی برقراری ارتباط» متغیر سواد رسانه‌ای رابطه مستقیم دارد.

#### ۸. بحث و نتیجه‌گیری

متغیر سواد رسانه‌ای از ۴ بُعد «توانایی دسترسی و استفاده»، «توانایی تحلیل و ارزیابی»، «توانایی برقراری ارتباط با پیام‌های رسانه‌ای» و «توانایی تفکر انتقادی نسبت به محتوای رسانه» تشکیل شده است. یافته‌ها نشان داد که میانگین سواد رسانه‌ای در بین دانشجویان علوم ارتباطات

۳/۷۳ و در بین دانشجویان علم اطلاعات و دانش‌شناسی ۳/۶۲ است. این نشان می‌دهد که سواد رسانه‌ای دانشجویان علوم ارتباطات از دانشجویان علم اطلاعات و دانش‌شناسی بیشتر است. البته با توجه به اینکه رشته ارتباطات با حوزه سواد رسانه‌ای مرتبط است، چنین نتیجه‌ای از قبل تقریباً قابل پیش‌بینی بود. همچنین، در خصوص مؤلفه‌های سازنده سواد رسانه‌ای نیز، دانشجویان علم اطلاعات و دانش‌شناسی فقط در بُعد «توانایی دسترسی و استفاده» از میانگین بالاتری برخوردار هستند.

به‌طور کلی، نتایج نشان داد که میانگین سواد رسانه‌ای در بین دانشجویان علم اطلاعات و دانش‌شناسی و علوم ارتباطات ۳/۶۸ است که بالاتر از حد متوسط و مطلوب می‌باشد. همچنین، یافته‌ها نشان داد که بیشترین میانگین مربوط به «توانایی دسترسی و استفاده» و کمترین میانگین مربوط به «توانایی تحلیل و ارزیابی» است.

با توجه به آمار و ارقام به‌دست آمده از پژوهش، دانشجویان مورد بررسی به‌طور متوسط از سواد رسانه‌ای بهره‌مند هستند؛ به‌طوری که قادرند با نگاه نقادانه با وسایل ارتباط جمعی روبه‌رو شوند و پیام‌های مورد نظر خود را انتخاب کنند. بنابراین، می‌توان خاطر نشان ساخت که جامعه آماری مورد نظر به‌طور متوسط به هدف اصلی سواد رسانه‌ای، یعنی داشتن مخاطبانی فعال با سطح آگاهی بالا در برابر پیام‌ها، نزدیک است. بنابراین، دانشجویان باید پیوسته آگاهی‌هایشان را افزایش دهند تا سواد این را داشته باشند که از پیام‌ها به‌طور سطحی برداشت نکنند. در واقع هدف نیز، افزایش درک و دانش ما نسبت به تفسیرهاست، زیرا همه پیام‌های رسانه‌ای قابل تفسیر هستند.

در نظریه استفاده و خشنودی، مخاطب برای ارضای نیازهای خود به‌سوی رسانه گام برمی‌دارد و فعال است. دانشجویان تحصیلات تکمیلی برای ارضای نیازهای گوناگون خود با توجه به اطلاعات به‌دست آمده، رسانه‌ها و به‌ویژه رسانه‌های تعاملی را برگزیده‌اند. اما با توجه به همین نظریه و نقش اساسی فرد در استفاده از رسانه‌ها و تأکید آن بر استفاده آگاهانه از رسانه‌ها، یافته‌های پژوهش حاکی از این است که دانشجویان علی‌رغم دسترسی و استفاده بالا از رسانه‌ها، به‌طور کاملاً آگاهانه از رسانه‌ها استفاده نمی‌کنند. یعنی «توانایی تحلیل و ارزیابی» دانشجویان نسبت به دیگر ابعاد سواد رسانه‌ای کمتر است. «توانایی تحلیل و ارزیابی»، میزان آگاهی از تولیدکنندگان پیام‌ها، دامنه سایت‌ها، مالکیت رسانه‌ها و تشخیص محتوای پیام‌ها می‌باشد.

متغیر سواد اطلاعاتی از ۵ بُعد «وسعت و ماهیت اطلاعات»، «دسترسی مؤثر به اطلاعات»، «ارزیابی انتقادی منابع اطلاعاتی»، «توانایی کاربرد هدفمند اطلاعات» و «درک موارد حقوقی و اقتصادی استفاده از اطلاعات» تشکیل شده است. یافته‌ها نشان داد که میانگین سواد اطلاعاتی در بین دانشجویان علوم ارتباطات ۳/۷۹ و دانشجویان علم اطلاعات و دانش‌شناسی ۳/۹۲ است و این نشان می‌دهد که سواد اطلاعاتی دانشجویان علم اطلاعات و دانش‌شناسی از دانشجویان علوم

ارتباطات بیشتر است. از آنجا که سواد اطلاعاتی یک مهارت و توانایی است که دانشجویان علم اطلاعات و دانش‌شناسی با توجه به ماهیت رشته‌شان باید به آن مجهز باشند تا بتوانند در مواجهه با اطلاعات به بهترین نحو برخورد کنند، این است که سواد اطلاعاتی این دانشجویان از دانشجویان علوم ارتباطات بیشتر است. همچنین، در خصوص مؤلفه‌های سازنده سواد اطلاعاتی نیز، دانشجویان علوم ارتباطات در بُعد «ارزیابی انتقادی منابع اطلاعاتی» از میانگین بالاتری برخوردار هستند و در بُعد «توانایی کاربرد هدفمند اطلاعات» دانشجویان هر دو رشته در یک سطح هستند.

به‌طور کلی، یافته‌ها نشان داد که میانگین سواد اطلاعاتی در بین دانشجویان علم اطلاعات و دانش‌شناسی و علوم ارتباطات ۳/۸۵ است که بالاتر از حد متوسط و مطلوب است. همچنین، یافته‌ها نشان داد که بیشترین میانگین مربوط به درک موارد حقوقی و اقتصادی استفاده از اطلاعات و کمترین میانگین مربوط به ارزیابی انتقادی منابع اطلاعاتی است.

سواد اطلاعاتی به‌معنای توانایی تشخیص نیاز اطلاعاتی، جایابی، ارزیابی و استفاده مؤثر و اخلاقی از اطلاعات است که ارزیابی انتقادی نقشی اساسی در دستیابی به آن را دارد. دانشجویان به‌سبب ماهیت کاری و ارتباط گسترده با منابع اطلاعاتی و روند شتابان تکنولوژی‌های اطلاعاتی و ارتباطی به این ابزار نیازمند هستند. یعنی دانشجویان باید اطلاعات بازیابی شده و مآخذ آن را به‌صورت منتقدانه ارزیابی و اطلاعات انتخاب‌شده را با مبنای دانش و نظام ارزشی خود تلفیق کنند. طبق یافته‌های پژوهش، دانشجویان در تشخیص وجود تقلب و دستکاری در اطلاعات، اعتبار و صحت اطلاعات، بررسی و مقایسه اطلاعات اخذشده از منابع مختلف و بهره‌گیری از مآخذ مختلف در نگارش مطالب خود مهارت کمتری دارند که باید در این زمینه‌ها تقویت شوند.

بر اساس یافته‌های پژوهش سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی با ضریب همبستگی ۰/۵۳۴ و با اطمینان ۹۹ درصد دارای رابطه مثبت و معنادار هستند و چون ضریب همبستگی بالای ۰/۵ است، این رابطه قوی است. همچنین، بین متغیر سواد رسانه‌ای با ابعاد متغیر سواد اطلاعاتی و نیز بین متغیر سواد اطلاعاتی و ابعاد متغیر سواد رسانه‌ای رابطه معنادار مستقیم وجود دارد. به بیان دیگر، شواهد کافی برای اینکه بگوییم دو متغیر سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی در جامعه مورد بررسی با هم ارتباط دارند، موجود است و این ارتباط از روی تصادف نیست.

همان‌طور که در یافته‌ها ملاحظه می‌شود، سه مؤلفه از پنج مؤلفه سواد اطلاعاتی از قبیل «وسعت و ماهیت اطلاعات»، «ارزیابی انتقادی منابع اطلاعاتی» و «توانایی کاربرد هدفمند اطلاعات» دارای رابطه مثبت و معنادار قوی با سواد رسانه‌ای هستند. به‌عبارت دیگر، این مؤلفه‌ها دارای بیشترین ضریب همبستگی با سواد رسانه‌ای در جامعه مورد بررسی هستند. البته، مؤلفه درک موارد حقوقی و اقتصادی استفاده از اطلاعات با ضریب همبستگی بین ۰/۳ تا ۰/۵ رابطه معنادار مثبت و

متوسطی با سواد رسانه‌ای دارند و تنها مؤلفه «دسترسی مؤثر به اطلاعات» دارای رابطه معنادار اندک با سواد رسانه‌ای است.

همچنین، سه مؤلفه سواد رسانه‌ای «توانایی برقراری ارتباط»، «توانایی تحلیل و ارزیابی» و «توانایی تفکر انتقادی» دارای رابطه مثبت و معنادار قوی با سواد اطلاعاتی هستند و تنها مؤلفه «توانایی دسترسی» و استفاده دارای رابطه معنادار اندک با سواد اطلاعاتی است. بنابراین، شواهد کافی برای اینکه بگوییم دو متغیر سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی در جامعه مورد بررسی با هم ارتباط دارند، موجود است و این ارتباط از روی تصادف نیست.

بنابراین، می‌توان نتیجه‌گیری کرد که اگر دانشجویان از سواد رسانه‌ای بیشتری برخوردار باشند، به مراتب از سواد اطلاعاتی افزون‌تری بهره‌مند خواهند بود و مسلماً این امر بر مؤلفه‌هایی که دارای شدت همبستگی با سواد رسانه‌ای هستند، تأثیرگذار خواهد بود. به بیان دیگر، هرچه سواد رسانه‌ای دانشجویان کاهش یابد، سواد اطلاعاتی دانشجویان نیز به تبع آن کاهش خواهد یافت.

با گسترش فناوری‌های جدید اطلاعاتی و ارتباطاتی امکانات و افاق‌های جدیدی برای توسعه جوامع در حوزه‌های مختلف فراهم شده است، اما برای استفاده از قابلیت این فناوری‌ها، مجموعه‌ای جدید از صلاحیت‌ها مانند مهارت، دانش و نگرش نسبت به آن فناوری مورد نیاز است. «یونسکو» چنین قابلیت‌هایی را تحت عنوان سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی مطرح کرده است. این قابلیت کاربران را در هنگام استفاده از اطلاعات و رسانه‌ها قادر می‌سازد تا قضاوت و تفسیری درست داشته باشند و ضمن اینکه خود تولیدکننده و مصرف‌کننده اطلاعات هستند، حقوق دیگران، به‌ویژه حق مؤلف را رعایت کنند. سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی مفهومی نسبتاً جدید است که از سوی «یونسکو» پیشنهاد شده و در واقع ترکیبی از سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی است و همین امر وجود رابطه معنادار قوی بین این دو متغیر را ثابت می‌کند.

تا کنون پژوهشی در ایران در خصوص بررسی رابطه بین سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی انجام نشده است. پیشینه‌های خارج از ایران نیز بیشتر به بحث آموزش و ضرورت سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی پرداخته‌اند. آنچه که از لابه‌لای این متون می‌توان یافت، ضرورت آموزش این مفهوم توسط پژوهشگرانی مانند (Whitworth A, S McIndoe, and C Whitworth (2011)، Lee (2012)، Singh (2012)، Begum (2012)، Wilson (2012)، Whitworth A (2012)، و Saleh (2012) مورد تأکید قرار گرفته است. نتایج به‌دست آمده توسط Van de vord (2010) نشان می‌دهد که بین سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی رابطه مثبت وجود دارد.

به‌منظور بررسی رابطه بین متغیر سواد رسانه‌ای با پایگاه اقتصادی و اجتماعی دانشجویان، مقدار درآمد خانوار به‌عنوان پایگاه اقتصادی و میزان تحصیلات والدین به‌عنوان پایگاه اجتماعی

در نظر گرفته شده است. نتایج تحقیق نشان داد که بین پایگاه اقتصادی دانشجویان با متغیر سواد رسانه‌ای و ابعاد آن رابطه معنادار مستقیم وجود دارد. ولی، پایگاه اجتماعی دانشجویان فقط با بُعد «توانایی برقراری ارتباط» متغیر سواد رسانه‌ای رابطه مستقیم دارد.

نتایج تحقیق نشان داد که سطح سواد رسانه‌ای دانشجویان با پایگاه اقتصادی بالا نسبت به دانشجویان با پایگاه اقتصادی پایین متفاوت است و کاربرانی که پایگاه اقتصادی بالاتری دارند، از سواد رسانه‌ای بیشتری برخوردارند.

وقتی دانشجویان متعلق به پایگاه اقتصادی پایین و متوسط به رسانه‌ها دسترسی پایینی دارند، خودبه‌خود در بخش‌های دیگر سازنده سواد رسانه‌ای نیز دچار نقصان می‌شوند. آن‌ها وقتی از رسانه‌ها و برنامه‌های مختلف کمتر استفاده می‌کنند، کمتر دست به پردازشگری اطلاعات می‌زنند و عموماً از محتوایی استفاده می‌کنند که نیاز به تجزیه و تحلیل بالایی نداشته و فهم آن‌ها آسان باشد. در نتیجه، وقتی دانشجویان دست به گزینش فعال نزنند، مهارت‌های پردازش اطلاعات در آن‌ها به اندازه کافی رشد پیدا نکرده و سواد رسانه‌ای آن‌ها نیز در سطحی پایین باقی می‌ماند.

بر اساس نظریه شکاف آگاهی، وقتی ریزش اطلاعات رسانه‌های جمعی به نظام اجتماعی افزایش می‌یابد، بخش‌هایی از جمعیت با پایگاه اقتصادی و اجتماعی بالاتر این اطلاعات را سریع‌تر از بخش‌هایی با پایگاه پایین‌تر کسب می‌کنند، به طوری که تفاوت یا شکاف در آگاهی میان این بخش‌ها به جای اینکه کاهش یابد، افزایش پیدا می‌کند.

## فهرست منابع

احمدیان راد، حمیده. ۱۳۸۶. معنی تازه سواد در قرن ۲۱. [http://www.ayandeh.com/pagel.phpnews\\_id\\_3901](http://www.ayandeh.com/pagel.phpnews_id_3901) = (دسترسی در ۱۳۹۳/۰۹/۲۰)

اشرفی ریزی، حسن، دلارام حسن‌زاده، و زهرا کاظم‌پور. ۱۳۹۳. میزان سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی در بین دانشجویان بر اساس شاخص‌های سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی یونسکو. *مدیریت اطلاعات سلامت*. ۱۱ (۴): ۴۲۴-۴۳۴.

بصیریان جهرمی، حسین. ۱۳۸۵. درآمدی به سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی. *مجله رسانه*. ۱۷ (۶۸): ۳۳-۵۰.

بهرامپور، شعبانعلی. ۱۳۸۳. انسجام اجتماعی در جامعه اطلاعاتی: نیم‌نگاهی به وضعیت ایران. سمینار ایران و جامعه اطلاعاتی، تهران.

پرریخ، مهری. ۱۳۸۶. آموزش سواد اطلاعاتی: مفاهیم، روش‌ها و برنامه‌ها. تهران: کتابدار.

سورین، ورنر، و جیمز تانکار. ۲۰۰۱. *نظریه‌های ارتباطات*. ترجمه علیرضا دهقان. ۱۳۸۱. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.

شجاعی، مهناز، و مهناز امیرپور. ۱۳۹۱. بررسی وضعیت سواد رسانه‌ای دانشجویان خراسان شمالی در جامعه اطلاعاتی.



فصلنامه مطالعات جامعه‌شناختی جوانان ۳ (۷): ۴۳-۵۶.

کانسیداین، دیوید. ۱۹۹۵. *درآمدی بر سواد رسانه‌ای*. ترجمه ناصر بلیغ. ۱۳۷۹. تهران: اداره کل تحقیق و توسعه صدا. معرفت، رحمان، و مرضیه عضدی. ۱۳۸۶. استانداردهای سواد اطلاعاتی برای دانشجویان آموزش عالی. *فصلنامه کتاب* ۱۸ (۱): ۲۲۹-۲۴۲.

مک کوایل، دنیس. ۲۰۰۵. *نظریه ارتباطات جمعی*. ترجمه پرویز اجاللی. ۱۳۸۵. تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها. مؤمنی نورآبادی، مهدی. ۱۳۸۹. نقش سواد اطلاعاتی و سواد رسانه‌ای کارگزاران روابط عمومی در تحقق روابط عمومی الکترونیک. <http://www.prr.ir/page/2662> (دسترسی در ۱۳۹۳/۰۹/۱۰)

ACRL. 2000. Information literacy competency standards for higher education: Standards, performance indicators and outcome. Association of College & Research Libraries. <http://www.ala.org/content/NavigationMenu/ACRL/Standards-andGuidelines/Standards-and-Guidelines-by-Topic.htm> (accessed 7 July, 2015)

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.

Lankshear, C., and M. Knobel. 2004. 'New' literacies: research and social practice. <http://www.geocities.com/c.lankshear/nrc.html> (accessed 26 Oct., 2014)

Lee, Alice Y. L. 2012. *Promoting media and information literacy (MIL) in Hong Kong: A network model strategy*. Paper presented at the International Conference on Media and Information Literacy for Knowledge Societies. Moscow, Russian Federation.

\_\_\_\_\_, and C. Y. K. So. 2013. Media literacy and information literacy: Similarities and differences. *Media Education Research Journal XXI* (42): 137 – 145.

Moscow-declaration-on-media-and-information-literacy. 2012. <http://www.ifla.org/publications/moscow-declaration-on-media-and-information-literacy> (accessed 19 Oct., 2014)

Oxstrand, Barbro. 2009. *Media literacy education- A discussion about Media, education in the Western countries, Europe and Sweden*. Paper presented at the Nordmedia09 conference in Karlstad University. Sweden, August 13-15.

[www.amlainfo.org/uploads/r4/cE/r4cEZukacxNYaFFxIMONdQ/NAMLECPMLE-w-questions](http://www.amlainfo.org/uploads/r4/cE/r4cEZukacxNYaFFxIMONdQ/NAMLECPMLE-w-questions) (accessed 29 Nov., 2014)

Saleh, I. 2012. Media and information literacy in South Africa: Goals and tools. *Comunicar* 20 (39): 35-43.

Singh, J. 2012. *Placing media and information literacy at the core of instruction*. Paper presented at the International Conference on Media and Information Literacy for Knowledge Societies. Moscow, Russian Federation.

Van de Vord, Rebecca. 2010. Distance students and online research: Promoting information literacy through media literacy. *Internet and Higher Education* 13 (3): 170- 175.

Whitworth, A. 2012. *The design of media and information literacy*. Proceedings of the International Conference on Media and Information Literacy for Knowledge Societies. Moscow, Russian Federation.

\_\_\_\_\_, S McIndoe, and C Whitworth. 2011. Teaching media and information literacy to postgraduate students *Innovation in Teaching and Learning in Information and Computer Sciences* 10 (1): 35-42.

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

### الهام اسمعیل پونکی

متولد سال ۱۳۶۶، دانش‌آموخته کارشناسی ارشد دانشگاه تهران است.



### محمدرضا اسمعیلی گیوی

متولد سال ۱۳۶۲، دارای مدرک تحصیلی دکتری در رشته مدیریت سیستم‌ها از دانشگاه شهید بهشتی است. ایشان هم‌اکنون استادیار دانشکده مدیریت دانشگاه تهران است. مدیریت دانش، سیاست‌گذاری علم، فناوری اطلاعات، مدیریت استراتژیک و مدیریت اسلامی از جمله علایق پژوهشی وی است.



### فاطمه فهیم‌نیا

متولد سال ۱۳۴۵، دارای مدرک تحصیلی دکتری در رشته علم اطلاعات و دانش‌شناسی از دانشگاه تهران است. ایشان هم‌اکنون دانشیار و مدیر گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه تهران است. حوزه مطالعات اقتصادی و مدیریت اطلاعات، آموزش علم اطلاعات، فراهم‌آوری و مطالعات کودکان از جمله علایق پژوهشی وی است.

