



A Measurement of the Status of Frontiersmen' Media Literacy: A Case Study of Cross-border Iranian Citizens of West Azerbaijan Province

Reza Abdorahmani

Prof., Amin University of Police Sciences, Tehran, Iran
rar0664@yahoo.com

Masoud Shokri (Corresponding Author)

MSc in Security Sciences and intelligence Management,
Amin University of Police Sciences, Tehran, Iran
ms66898@gmail.com

Abstract

Purpose: The aim of this study is to assess the media literacy status of cross-border citizens of West Azerbaijan province in terms of the status of their media literacy, and their ability to receive, evaluate, influence, and analyze media messages (as one of the influential factors).

Method: This is an applied study in terms of purpose that was conducted using a descriptive-survey method. The research statistical population included all border residents of West Azerbaijan province, from whom 384 people were selected as the sample size using Cochran's formula and multi-stage cluster sampling and then simple random sampling. The research tool was a researcher-made questionnaire based on the index UNESCO World Literacy Media and localized scientific texts which were presented to 10 experts. Given that the minimum value required to achieve content validity based on the opinions of 10 experts is 0/62 according to the CVR index and 0/79 according to the CVI index, all items with a value lower than 0/62 and 0/79 were omitted from the questionnaire. The research data were processed using SPSS software version 26.

Findings: The level of media literacy of men was higher than that of women. In the married and single groups, the difference between the two groups is not significant. The level of media literacy of people living in the city was higher than that of villagers. As citizens' monthly incomes increased, their level of media literacy increased.

Originality/value: The results showed that the status of media literacy of the cross-border citizens of West Azerbaijan province is at a weak level.

Considering the results of this research, public libraries can provide library services and training courses required to improve the level of media literacy of the cross-border citizens of West Azerbaijan province.

Keywords: West Azerbaijan, Message analysis, Media consumption style, Media literacy, Border residents.

Conflicts of Interest: None

Funding: None.

Citation: Abdorahmani, R., & Shokri, M. (2021). A Measurement of the Status of Frontiersmen' Media Literacy: A Case Study of Cross-border Iranian Citizens of West Azerbaijan Province. *Research on Information Science & Public Libraries*. 27(3), 493-520.

Research on Information Science and Public Libraries, 2021, Vol.27, No.3, pp. 493-520

[DOR: 20.1001.1.26455730.1400.27.3.2.2](https://doi.org/10.1001.1.26455730.1400.27.3.2.2)

Received: 18th April 2021; Accepted: 23th June 2021

Article Type: Research-based

© Iran Public Libraries Foundation

سنجش وضعیت سواد رسانه‌ای مرزنیسان

(مورد مطالعه: شهروندان مرزنیسان استان آذربایجان غربی)^۱

رضا عبدالرحمانی

استاد، دانشگاه علوم انتظامی امین، تهران، ایران

rar0664@yahoo.com

مسعود شکری (نویسنده مسئول)

کارشناس ارشد، مدیریت علوم امنیت و اطلاعات انتظامی، دانشگاه علوم انتظامی امین، تهران، ایران

ms66898@gmail.com

چکیده

هدف: پژوهش حاضر با هدف سنجش وضعیت سواد رسانه‌ای شهروندان مرزنیسان استان آذربایجان غربی انجام شد.

روش: نوع پژوهش صورت گرفته از نظر هدف کاربردی و از نظر روش توصیفی-پیمایشی است. جامعه آماری این پژوهش شامل همه مرزنیسان استان آذربایجان غربی است که از این میان، ۳۸۴ نفر با استفاده از فرمول کوکران و روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای و سپس تصادفی ساده به عنوان حجم نمونه انتخاب شد. ابزار پژوهش پرسش‌نامه محقق ساخته‌ای بود که بر اساس مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای سازمان جهانی یونسکو و متون علمی معتبر بومی سازی شد. داده‌ها با استفاده از نسخه ۲۶ نرم افزار اسپس اس پردازش شد.

یافته‌ها: نتایج پژوهش نشان داد وضعیت کلی سواد رسانه‌ای شهروندان مرزنیسان استان آذربایجان غربی در سطح ضعیف است. سطح سواد رسانه‌ای مردان بیشتر از زنان است، اما سواد رسانه‌ای افراد متأهل و مجرد یکسان است؛ سطح سواد رسانه‌ای افراد ساکن در شهر بیشتر از روستاییان است. همچنین، با افزایش سطح تحصیلات و میزان درآمد ماهانه شهروندان، سطح سواد رسانه‌ای آنان نیز افزایش می‌یابد.

اصالت/ارزش: با توجه به نتایج به دست آمده از این پژوهش، کتابخانه‌های عمومی به عنوان نهادهایی

۱. استخراج شده از پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته مدیریت علوم امنیت و اطلاعات انتظامی دانشگاه علوم انتظامی

امین، با عنوان سنجش وضعیت سواد رسانه‌ای مرزنیسان.

آموزشی و اجتماعی می‌توانند با ارائه خدمات کتابخانه‌ای مرتبط و آموزش‌های لازم در راستای افزایش سطح سواد رسانه‌ای شهروندان مرزنشین استان آذربایجان غربی قدم بردارند.

کلیدواژه‌ها: سواد رسانه‌ای، مرزنشینان، تحلیل پیام، سبک مصرف رسانه‌ای، آذربایجان غربی

تعارض منافع: گزارش نشده است.

منبع حمایت‌کننده: حامی مالی نداشته است.

استناد: سهیلی، عبدالرحمانی، رضا؛ و شکری، مسعود (۱۴۰۰). سنجش وضعیت سواد رسانه‌ای مرزنشینان (مورد مطالعه؛ شهروندان مرزنشین استان آذربایجان غربی). *تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی*. ۲۷(۳)، ۴۹۳-۵۲۰.

تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی. دوره ۲۷، شماره ۳، صص ۴۹۳-۵۲۰

[DOR: 20.1001.1.26455730.1400.27.3.2.2](https://doi.org/10.1001.1.26455730.1400.27.3.2.2)

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۱/۲۹؛ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۴/۰۲

نوع مقاله: علمی پژوهشی

© نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور

مقدمه

در دنیای امروز، رسانه‌ها یکی از اجزای اصلی جوامع بشری هستند (پاتر^۱، ۱۳۹۱: ۲۹)؛ از این نظر، سواد رسانه‌ای^۲ به معنای تحقیق، تحلیل، آموزش آگاهی از تأثیرات رسانه‌ها از جمله رادیو، تلویزیون، فیلم و سینما، موسیقی، نشریات ادواری، اینترنت، بر افراد و جوامع است (شکرخواه، ۱۳۸۰). سواد رسانه‌ای را می‌توان آموزش شیوه‌های بهتر زندگی کردن در عصر اطلاعات و ارتباطات دانست. سواد رسانه‌ای به عنوان ابزاری برای حمایت شهروندان در برابر آثار منفی رسانه‌های جمعی است (پاتر، ۲۰۲۱: ۳۴۲). افراد برخوردار از سواد رسانه‌ای در برابر اطلاعات و پیام‌های رسانه‌ای به ویژه نامطلوب آسیب‌پذیری کمتری دارند؛ زیرا پیام‌هایی را که به منظور تأثیر گذاری برای آن‌ها طراحی و ارسال شده است در سطوح مختلف شناسایی می‌کنند. با آگاهی نسبت به نحوه ایجاد اطلاعات توسط رسانه‌ها، حتی کودکان نیز قادر خواهند بود اختیار بیشتری نسبت به انتخاب دیدن پیام‌ها داشته باشند. به علاوه، معلمان، استادان و دانشجویانی که مهارت‌های سواد رسانه‌ای را کسب می‌کنند می‌توانند به اشاعه‌دهندگان اطلاعات تأثیر گذارتری تبدیل شوند و فاصله بین برنامه‌های آموزشی و برنامه‌های اجتماعی را بردارند تا نهایتاً به مصرف‌کنندگان (مخاطبان) منتقد و تیزبین با تفکر انتقادی مبدل شوند (بصیریان جهرمی و بصیریان جهرمی، ۱۳۸۵). سواد رسانه‌ای می‌تواند به افراد جامعه کمک کند تا: نحوه ایجاد پیام‌های رسانه‌ای را درک کنند، آنچه را رسانه‌ها می‌خواهند ما را به باور آن برسانند تشخیص بدهند، تعصبات، اطلاعات غلط و دروغ‌های رسانه‌ای را تشخیص بدهند، پیام‌های رسانه‌ای را بر اساس تجربیات خود، باورها و ارزش‌هایشان ارزیابی کنند، و پیام‌های رسانه‌ای خود را طراحی، ایجاد و توزیع کنند (پاتر، ۲۰۲۱: ۲۴۳؛ پرنسکو^۳، ۲۰۲۰: ۹۸).

گروهک‌های تروریستی از جمله پژاک، پ.ک.ک، حزب دمکرات و حزب کومله با تبلیغات مختلف در رسانه‌هایی مانند شبکه‌های ماهواره‌ای و فضای مجازی اقدام به جذب نیرو به منظور گسترش هسته‌های مخفی داخلی در میان مرزنشینان استان آذربایجان غربی می‌کنند. در حال حاضر، روزبه‌روز بر تعداد این شبکه‌های ماهواره‌ای و فعالیت‌های فضای مجازی افزوده می‌شود. همه‌ساله در خطوط قرمز نوار مرزی استان آذربایجان غربی، مرزبانان استان با تعدادی از اشار و قاچاقچیان مسلح درگیر می‌شوند. رسانه‌های بیگانه با بزرگ‌نمایی و تغییر اصل ماجرا،

1. Potter 2. Media Literacy 3. Pernisco

اشاره و قاچاقچیان مسلح را کوله‌برانی که در راه کسب حلال کشته شده‌اند می‌نامند و باعث فریب و تحریک مرز نشینان با هدف تجمع و ایجاد اغتشاش آنان در شهرهای مرزی می‌شوند. با تمام تأثیرات و پیامدهای مثبتی که سواد رسانه‌ای برای فرد و جامعه دارد — نظیر اینکه افراد دارای سواد رسانه‌ای مهارتی حیاتی دارند (بابایی، ۱۳۸۷) و می‌توانند فنون هدف‌گذاری شده رسانه‌ها را شناسایی کنند (پاتر، ۲۰۲۱: ۲۳۳) — افراد برخوردار از این سواد شهروندان بهتری هستند (پنسیکو^۱، ۲۰۲۰: ۱۴۱) و انتخاب‌هایی عقلانی‌تر دارند (بصیریان جهرمی و بصیریان جهرمی، ۱۳۸۵)، نسبت به استفاده و انتخاب پیام‌ها مسئولیت بیشتری احساس می‌کنند (لیونگستون و تامیم، ۲۰۰۱ به نقل از بیگدلی و نصیری، ۱۳۹۲)، جهان واقعی را بهتر می‌شناسند (بولز^۲، ۲۰۰۲) و ...؛ باید به خاطر داشت که وجود بسیاری از مشکلات و مسائل اجتماعی ریشه در عوامل اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، ژئوپلیتیک و غیره دارد و نمی‌توان آن‌ها را به ضعف سواد رسانه‌ای افراد یک جامعه مرتبط دانست و شرایط نابسامان اقتصادی، بیکاری و فقر و محرومیت، وضعیت جغرافیایی، و کم توجهی به وضعیت مرز نشینان را به این پدیده فروکاست. با این وصف، فقدان یا ضعف سواد رسانه‌ای در کنار سایر عوامل اثرگذار می‌تواند در وقوع و گسترش مشکلات اجتماعی مؤثر باشد.

بر همین اساس، در پژوهش حاضر با تأکید بر تأثیر عوامل یادشده در بالا، در نظر داریم تا سواد رسانه‌ای مرز نشینان استان آذربایجان غربی را در خصوص وضعیت سواد رسانه‌ای، توانمندی نحوه دریافت، ارزیابی، میزان تأثیر پذیری، و تحلیل پیام‌های این رسانه‌ها (به عنوان یکی از عوامل تأثیرگذار) مطالعه و بررسی کنیم. نتیجه این پژوهش می‌تواند به همه کاربران جوان و نوجوان به ویژه دانش آموزان کمک کند تا در صورت وقوع مشکلات بتوانند تحرکات عناصر یادشده در رسانه‌ها و فضای مجازی و میزان تأثیرگذاری آن بر افکار عمومی مرز نشینان را شناسایی، تجزیه و تحلیل و پیش‌بینی کرده، و در کوتاه ترین زمان راهکارهای لازم برای پیشگیری و مقابله با چالش های فردی و اجتماعی را ارائه دهند.

اگرچه تئوری سواد رسانه‌ای به جیمز پاتر در دهه های ۱۹۲۰ و ۱۹۳۰ بازمی‌گردد، اما پیشگامان سواد رسانه‌ای ژاپن و کانادا بودند. برخی دیگر معتقدند تاریخچه پیدایش سواد رسانه‌ای به سال ۱۹۶۵ و آثار مارشال مک لوهان^۳ برمی‌گردد. نخستین تلاش‌ها در سنجش سواد

1. Pernisco 2. Boles 3. Marshall McLuhan

رسانه‌ای در سال ۱۹۲۹ در انگلستان و در رابطه با معلمان انجام شد و پس از آن در ۱۹۸۷ در کانادا و در دهه ۱۹۹۰ در آمریکا به‌طور جدی پیگیری شد (طلوعی، ۱۳۹۱). در سال ۲۰۰۱، یونسکو پرسش‌نامه‌ای برای ۵۲ کشور ارسال کرد تا از طریق آن به سنجش سواد رسانه‌ای معلمان و دانش‌آموزان بپردازد. گزارش‌های سال ۲۰۲۱ نشان می‌دهد که بالاترین مؤلفه سواد رسانه‌ای به ترتیب متعلق به فنلاند، دانمارک، استونی، سوئد، و ایرلند است. به عبارتی، این کشورها بالاترین پتانسیل مقاومت در برابر تأثیر منفی اخبار جعلی و اطلاعات غلط را به دلیل کیفیت آموزش، رسانه‌های آزاد و اعتماد زیاد در میان مردم دارند (لسینسکی^۱، ۲۰۲۱).

در ایران، نخستین کار در خصوص سواد رسانه‌ای از اواسط دهه هشتاد و از آموزش و پرورش آغاز شد. بخشی‌زاده (۱۴۰۰) آخرین مقاله در این زمینه را در خصوص ارتباط بین سواد رسانه‌ای و ترس از ارتکاب جرم نوشته است. همچنین، نظام‌فر و علی‌بخشی (۱۴۰۰) به ارتباط بین سواد رسانه‌ای و گردشگری، بنیادی و مقیسه (۱۴۰۰) به بازاریاب، و توحیدفام و تویسرکانی (۱۴۰۰) به عرصه سیاست گذاری رسانه‌ای و سواد رسانه‌ای پرداختند. مقالات پس از آن به طور مداوم انتشار یافتند. برای نمونه، امیری، زابلی‌زاده و کرمی‌نومیوندی (۱۳۹۸) در پژوهشی با عنوان «راهکارهای افزایش سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی معلمان» یادآور شدند اولین قدمی که در زمینه تجهیز و آموزش سواد رسانه‌ای افراد می‌توان برداشت تقویت کارکنان آموزش و پرورش در زمینه آموزش سواد رسانه‌ای است. در میان کارکنان آموزش و پرورش، معلمان و مربیان نقش بسزایی برای تحقق این هدف دارند. بر مبنای توصیه سازمان جهانی یونسکو و یافته‌های این پژوهش، بهبود روش‌های آموزشی و کارگاهی آموزش سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی به عنوان یادگیری مستمر و مادام‌العمر مهم‌ترین اقدام در این زمینه است. فتح‌آبادی، دادگران، نصیری و هاشمی (۱۳۹۸) در تحقیقی با عنوان «توسعه جامعه دانایی محور با فعالیت منسجم بازیگران سواد رسانه‌ای دریافتند که بازیگران متعددی شامل کودکان و جوانان، والدین، معلمان خصوصی، مسئولان و برنامه‌ریزان آموزشی، معلمان و مربیان رسمی، دانش‌آموزان، مسئولان رسانه‌ای، کمپانی‌ها، حرفه‌ای‌ها، انجمن‌ها و شهروندان در عرصه آموزش سواد رسانه‌ای مشغول به فعالیت هستند. هرچه تعامل، تعادل و هماهنگی میان بازیگران بیشتر و حضور آنان در جامعه منسجم‌تر و گسترده‌تر باشد، آموزش و یادگیری در میان همه اقشار جامعه بیشتر و شرایط برای ایجاد جامعه دانایی محور میسرتر می‌شود.

1. Lessenski

شجاع، قاسمی و شریفی (۱۳۹۴) در پژوهشی با عنوان «ارتباط سواد رسانه‌ای با مصرف رسانه‌ای دانشجویان تربیت‌بدنی دانشگاه پیام نور بوکان» اذعان داشتند که همه آزمودنی‌ها از میزان قابل قبول و متوسطی از سواد رسانه‌ای بهره‌مند هستند. در پژوهشی که بیران و خداوردی‌زاده (۱۳۹۰) در آن به بررسی میزان سواد رسانه‌ای شهروندان تبریز نسبت به پیام‌های وسایل ارتباط جمعی پرداختند، مهم‌ترین یافته‌ها بیانگر همانند بودن اهداف استفاده از رسانه‌ها در سطوح مختلف سواد رسانه‌ای، استفاده غالب مردم تبریز از تلویزیون، توانایی متوسط روبه‌پایین شهروندان تبریز در تشخیص تأثیر تحریف، کلیشه‌سازی، تبلیغات و خشونت در رسانه‌ها و برخورداری متوسط آن‌ها از نگاه نقادانه به محتوای رسانه‌ها بود. به‌طور کلی، یافته‌های پژوهش مزبور حاکی از آن است که سواد رسانه‌ای شهروندان تبریز در حد متوسط روبه‌پایین است. در برخی منابع به تحلیل سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی با هم پرداخته شده است (پورصالحی، فهیم‌نیا، ناخدا و بازرگان، ۱۳۹۷؛ کیخا، کیانی و غائبی، ۱۳۷۹؛ عبدالحی و جوکار، ۱۳۹۳).

پاتر^۱ (۲۰۲۱) با استفاده از هزاران مطالعه تحقیقاتی رسانه‌ای برای درک دنیای جذاب رسانه‌های جمعی، به این نتیجه رسید که دانش آموزان و شهروندان می‌توانند از طریق سواد رسانه‌ای بسیاری از مشکلات دریافت و تحلیل پیام‌ها را مرتفع سازند. هابز (۲۰۲۰) در خصوص انواع آموزش سواد رسانه‌ای به مطالعات مفصلی پرداخت و آن را در درک بیشتر دنیای ارتباطات مؤثر دانست. پرنیسکو (۲۰۲۰) سعی کرد تا به دانش آموزان کمک کند سواد رسانه‌ای و نحوه پیاده‌سازی و اشتراک این دانش را فرا گیرند و اخبار و اطلاعات را دقیق‌تر مورد بررسی و نقد قرار دهند. کریستین (۲۰۱۹) با نگارش یک کتاب درسی و ارائه مثال‌های بجا و فعالیت‌های مربوط به سواد رسانه‌ای کوشید تا دانش آموزان را به مهارت‌ها و دانش لازم برای ارزیابی همه رسانه‌ها از جمله اخبار و اطلاعات مجهز کند. دیرگرتن، موکال، نیدینگ و اوهر^۲ (۲۰۱۷) با مطالعه درباره سواد رسانه‌ای به بررسی ارتباط سواد رسانه‌ای با میزان یادگیری کودکان از انواع رسانه‌ها پرداختند. یافته‌های پژوهش ترنر^۳ و همکارانش (۲۰۱۷) در پژوهشی با عنوان «توسعه سواد رسانه‌ای-دیجیتالی برای کودکان و نوجوانان» که به‌روش کیفی انجام گرفته، حاکی از آن است که رهبران جامعه بایستی بدانند که جوانان به سواد رسانه‌ای-

1. Potter 2. Diergarten, Möckel, Nieding & Ohler 3. Turner

اطلاعاتی نیاز دارند. برنامه‌های تجربی و آزمایشی در این حوزه بینشی را ایجاد کرده است، اما شکاف در درک و عدم حمایت در تحقیق و توسعه همچنان مانع رشد در این حوزه می‌شود. دیگر مانند گذشته، محیط‌های یادگیری به محیط‌هایی مانند مدرسه بستگی ندارند. یادگیری در هر زمان و مکانی روی می‌دهد و بهره‌وری در محل کار وابسته به سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی است. برای ایجاد سرمایه انسانی لازم، به منظور موفقیت و پایداری در یک جهان مبتنی بر فناوری، بایستی بر روی شیوه‌های سوادآموزی جوانانمان سرمایه‌گذاری کنیم.

بیکر^۱ (۲۰۱۶) در کارهای خود تلاش کرد تا در خصوص آموزش سواد رسانه‌ای خلاقیت‌های جدیدی بیافریند تا از خلال آن‌ها بتواند توانمندی‌هایی مانند تأثیرپذیری از رسانه‌ها را کاهش دهد. مک‌لین، پاستون و ورتیمن^۲ (۲۰۱۶) نیز به ارتباط بهداشت، سلامت، مدیریت بدن و میزان آگاهی مخاطبان با سواد رسانه‌ای پرداخت. اسمیت^۳ (۲۰۱۶) نیز کوشید تا سواد رسانه‌ای را به عنوان یکی از مهارت‌های هفت‌گانه حوزه ارتباطات مورد بررسی قرار داده، اهمیت آن را برای شهروندان روشن سازد. او همچنین هدفش را از آموزش سواد رسانه‌ای ایستادگی بیشتری در مقابل دریافت نادرست پیام‌های این رسانه‌ها دانست. کاردومن^۴ (۲۰۱۵) تلاش کرد تا به نقش‌های گوناگون سواد رسانه‌ای در تفکر انتقادی، توسعه آگاهی‌ها، و ارزیابی‌ها بپردازد و ارتباط میان آن‌ها را روشن کند. یافته‌های کالور و جاکوبسون^۵ (۲۰۱۲) با عنوان «سواد رسانه‌ای و استفاده از آن به عنوان یک روش تشویق انتخاب شهروندی» نشان داد فناوری‌ها هدف نهایی نیستند. با وجود این، استفاده از فناوری‌های جدید در میان همه افراد جامعه آموزش داده شود و استفاده موثر از این رسانه‌ها نیازمند داشتن سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی است.

از مطالب مذکور می‌توان این گونه نتیجه گرفت که تاکنون اکثر پژوهش‌های سنجش وضعیت سواد رسانه‌ای در داخل کشور، از گروه دانشجویان دانشگاه‌ها بوده است و حتی در پژوهش‌های خارجی نیز هیچ تحقیقی در خصوص سنجش وضعیت سواد رسانه‌ای مرز نشینان صورت نگرفته است و مطالعات منسجمی در این زمینه وجود ندارد. جست‌وجو در منابع داخلی نشان داد تنها یک پژوهش به سواد رسانه‌ای مرتبط با استان نزدیک یعنی شهروندان تبریز پرداخته است، که در سال ۱۳۹۰ با عنوان «مطالعه سواد رسانه‌ای شهروندان تبریز» انجام شده

1. Baker

4. Karaduman

2. McLean, Paxton & Wertheim

5. Culver & Jacobson

3. Smith

است. با توجه به مراتب فوق، سنجش وضعیت سواد رسانه‌ای مرزنشینان در استان آذربایجان غربی موضوع جدید است. به علاوه، منابع فوق تا اندازه زیادی به ارائه توصیف و نیز وضعیت سواد رسانه‌ای توجه کرده‌اند، در حالی که در پژوهش حاضر تلاش شده است تا ضمن بررسی وضعیت سواد رسانه مردم استان، تحلیلی از چرایی چنین وضعیتی ارائه شود.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر با هدف سنجش وضعیت سواد رسانه‌ای شهروندان مرزنشین استان آذربایجان غربی انجام شد. نوع پژوهش صورت گرفته از نظر هدف کاربردی و از نظر روش توصیفی-پیمایشی است. جامعه آماری این پژوهش شامل همه مرزنشینان استان آذربایجان غربی است (طی آخرین سرشماری صورت گرفته در سال ۱۳۹۵ برابر با ۱۶۲۳۷۱۳ نفر بود) که با استفاده از فرمول کوکران ۳۸۴ نفر به عنوان حجم نمونه انتخاب شد که با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای و سپس تصادفی ساده به دست آمده است. روش گردآوری اطلاعات میدانی و ابزار آن پرسش‌نامه محقق‌ساخته‌ای است که بر اساس مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای سازمان جهانی یونسکو و پرسش‌نامه تامن (۱۹۹۵)، طلوعی (۱۳۹۱) و عزیزی (۱۳۹۳)، فلسفی و نیرومند (۱۳۹۳) بومی‌سازی شده است. این پرسش‌نامه به ۱۰ نفر از متخصصان ارائه شد. با توجه به اینکه حداقل مقدار لازم برای حصول روایی محتوایی بر اساس شاخص CVR و استفاده از نظر ۱۰ نفر متخصص ۰/۶۲ و بر اساس شاخص CVI مقدار ۰/۷۹ است، کلیه گویه‌های دارای مقدار کمتر از ۰/۶۲ و ۰/۷۹ از پرسش‌نامه حذف شدند. پس از اطمینان از روایی محتوایی، کلیه گویه‌های پرسش‌نامه مجدداً به متخصصان ارجاع داده شد تا پرسش‌نامه را از لحاظ روایی صوری بررسی کنند. در نهایت، بر اساس نظر این متخصصان، آخرین اصلاحیه‌های لازم به لحاظ واژگانی و صوری در پرسش‌نامه اعمال شد. پس از اطمینان از حصول روایی مناسب گویه‌ها، پرسش‌نامه در میان ۳۰ نفر از جامعه نمونه توزیع شد تا پایایی کلیه گویه‌ها محاسبه شود. در این مرحله، همه گویه‌هایی که با حذف آن‌ها مقدار پایایی مؤلفه به بالای مقدار ۰/۵ افزایش پیدا می‌کرد شناسایی و حذف شدند. پس از اطمینان از پایایی مناسب برای کلیه گویه‌ها، روایی سازه پرسش‌نامه محاسبه شد، که در جدول ۱ ضریب آلفای کرونباخ ارائه شده است.

جدول ۱. نتیجه نهایی آزمون پایایی سؤالات پرسش

ردیف	مؤلفه	گویه‌ها	ضریب آلفا
۱	آگاهی از سبک مصرف انواع رسانه	۱. با خواندن، دیدن یا مطالعه پیام‌های رسانه‌ای آگاهی‌هایم زیاد می‌شود.	۰/۹۰۹
		۲. به راحتی می‌توانم پیام‌های رسانه‌ای را آگاهانه تشخیص و تمیز دهم.	
		۳. برای استفاده از رسانه‌ها وقت‌های مناسبی در نظر می‌گیرم.	
		۴. رسانه‌های معتبر را منبع کسب اطلاعات می‌دانم.	
		۵. پیگیری اخبار در حوزه‌های موردعلاقه و به شکل هدفمند برایم مهم است.	
		۶. اخبارهای محلی، ملی و بین الملل را بنا به نیاز خودم دنبال می‌کنم.	
		۷. برای استفاده از رسانه‌ها زمانبندی و برنامه‌ریزی دقیقی دارم.	
۲	نحوه دسترسی به پیام‌های رسانه‌های مختلف	۱. به راحتی به همه پیام‌های رسانه‌ای دسترسی دارم.	۰/۸۵۶
		۲. شیوه‌های دسترسی به پیام‌های رسانه‌ای برای من بسیار آسان است.	
		۳. انواع راهبردها و اشکال جست‌وجو را در یافتن اطلاعات و اخبار به کار می‌برم.	
		۴. در سریع‌ترین زمان ممکن به اخبار و اطلاعات روز دسترسی پیدا می‌کنم.	
		۵. از تجهیزات و فناوری‌های به‌روز برای دسترسی به اطلاعات استفاده می‌کنم.	
۳	نحوه ارزیابی پیام‌های رسانه‌های مختلف	۱. با کمی دقت می‌توانم هدف‌های آشکار (اصلی) و پنهان (فرعی) پیام‌های رسانه‌ای را درک کنم.	۰/۸۹۷
		۲. با استفاده از دوستانم به ارزیابی پیام‌های رسانه‌ای می‌پردازم.	
		۳. پیام‌های اخلاقی و غیراخلاقی رسانه‌ها را به راحتی می‌فهمم.	
		۴. با کمی دقت می‌توانم پیام‌های تصویری رسانه‌ها را درک می‌کنم.	

ردیف	مؤلفه	گویه‌ها	ضریب آلفا
۴	نحوه خلق پیام‌های رسانه‌ای	۵. شناخت کافی از روش‌های ارزیابی محتوایی رسانه‌ها دارم.	۰/۹۰۶
		۶. شهرت و اعتبار نویسندگان یک پیام برای ارزیابی پیام‌های رسانه‌ای هستند.	
		۷. قادر به تشخیص قسمت‌های سانسور شده اخبار و اطلاعات در رسانه‌های مختلف هستم.	
		۱. می‌دانم که هر کدام از پیام‌ها را چه کسانی خلق می‌کنند.	
		۲. با روش‌های تولید پیام‌های رسانه‌ای آشنایی دارم.	
۵	نحوه تحلیل پیام‌های رسانه‌ها	۳. قادر به خلق پیام رسانه‌ای برای موضوعات مختلف هستم.	۰/۹۲۵
		۴. در انتخاب یک رسانه به نحوه تولید اخبار و گزارش‌های آن رسانه اهمیت می‌دهم.	
		۵. من قادر به تولید پیام‌های پنهان (نیت اصلی پیام) در رسانه‌ها هستم.	
		۱. تحلیل پیام‌های رسانه‌ای برایم آسان است.	
		۲. پیام‌های متنی و غیر متنی منتشر شده از سوی رسانه‌ها را به راحتی درک می‌کنم.	
۶	پویایی یا انفعال در برابر پیام‌های رسانه‌ای	۳. توانایی تحلیل برنامه‌های تلویزیونی را دارم.	۰/۹۴۷
		۴. در تحلیل پیام‌های رسانه‌ای متناقض از ملاک‌ها و استانداردهای تحلیل رسانه‌ای تبعیت می‌کنم.	
		۵. معمولاً برای تحلیل پیام‌های رسانه‌ای از اطلاعات تکمیلی انواع رسانه‌ها استفاده می‌کنم.	
		۱. من فنون و تکنیک‌های رسانه‌ها در خصوص به انفعال کشیدن مخاطب را می‌شناسم.	
		۲. از تأثیرات فرهنگی، اجتماعی و سیاسی رسانه‌ها بر افکارم اطلاع دارم.	
		۳. توانایی نقد انواع پیام‌های رسانه‌ای را دارم.	
		۴. توانایی ترکیب مطالب مختلف به منظور درک واقعیت‌های انواع پیام‌های رسانه‌ای را دارم.	
		۵. با شیوه‌های تلفیق اطلاعات جدید با اطلاعات پیشین آشنایی دارم.	

پس از توزیع پرسش‌نامه میان نمونه‌ها و جمع‌آوری پرسش‌نامه‌ها، داده‌های مندرج در آن‌ها با استفاده از نسخه ۲۶ نرم‌افزار اسپ‌اس‌اس^۱ پردازش شد. برای تحلیل داده‌ها، از آزمون‌های توصیفی مانند توزیع فراوانی، میانگین، خطای معیار میانگین و انحراف معیار و آزمون‌های استنباطی مانند آزمون نرمالیت کولموگروف-اسمیرنف، آزمون من ویتنی، آزمون کروسکال-والیس و آزمون تحلیل واریانس استفاده شد.

یافته‌ها

از نمونه پاسخ‌دهنده به پرسش‌نامه، ۲۵۹ نفر (۶۷/۴ درصد) مرد و ۱۲۵ نفر (۳۲/۶ درصد) زن، ۲۷۰ نفر (۷۰/۳ درصد) متأهل و ۱۱۴ نفر (۲۹/۷ درصد) مجرد، و ۲۳۶ نفر (۶۱/۵ درصد) ساکن شهر و ۱۴۸ نفر (۳۸/۵ درصد) ساکن روستا بودند. سایر اطلاعات جمعیت‌شناختی نمونه مورد مطالعه در جدول ۲ آمده است.

جدول ۲. اطلاعات جمعیت‌شناختی نمونه مورد مطالعه

متغیرهای جمعیت‌شناختی	فراوانی	درصد
میزان تحصیلات	زیر دیپلم	۱۲۶
	دیپلم	۹۱
	فوق دیپلم	۲۴
	کارشناسی	۱۱۰
	کارشناسی ارشد	۲۷
	دکتری	۶
میزان سن	زیر ۲۰ سال	۴۱
	۲۱ الی ۴۰ سال	۲۰۳
	۴۱ الی ۶۰ سال	۱۰۲
	بالای ۶۱ سال	۳۸
شغل	کارمند	۵۶
	نظامی	۳۸
	کشاورز	۵۱
	دامدار	۴۱
	خانه دار	۴۷

1. SPSS

متغیرهای جمعیت‌شناختی	فراوانی	درصد
آزاد	۱۲۲	۳۱/۸
بیکار	۲۹	۷/۶
کمتر از ۲ میلیون	۱۰۰	۲۶
۲ الی ۴ میلیون	۶۸	۱۷/۷
۴ الی ۶ میلیون	۱۵۲	۳۹/۶
۶ الی ۸ میلیون	۴۶	۱۲
۸ میلیون به بالا	۱۸	۴/۷

میزان تقریبی درآمد
ماهانه به تومان

بررسی اطلاعات توصیفی متغیر سواد رسانه‌ای و مؤلفه‌های آن نشان می‌دهد بالاترین میانگین مربوط به مؤلفه آگاهی از سبک مصرف انواع رسانه با میانگین ۳/۱۷ و پایین‌ترین میانگین مربوط به مؤلفه پویایی یا انفعال در برابر پیام‌های رسانه‌ای با میانگین ۱/۹۰ است. این به آن معناست که نمونه‌های پژوهش در زمینه مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای از نظر آگاهی از سبک مصرف انواع رسانه در بهترین شرایط و از نظر پویایی یا انفعال در برابر پیام‌های رسانه‌ای در وضعیت مناسبی قرار نداشتند. میانگین وضعیت سواد رسانه‌ای شهروندان مرزنشین استان آذربایجان غربی ۲/۶۰ و انحراف معیار ۰/۸۰ است. وضعیت سواد رسانه‌ای شهروندان مرزنشین استان آذربایجان غربی با میانگین ۲/۵۹ از سطح متوسط (۳ عدد سه برای طیف لیکرت پنج‌سطحی) پایین‌تر است. همچنین، سطح‌بندی وضعیت سواد رسانه‌ای بر اساس طیف مطلوبیت بازرگان (۱۳۸۳) در سه سطح مطلوب، نسبتاً نامطلوب و نامطلوب دسته‌بندی شده است (بازرگان، ۱۳۸۳؛ کرامتی، سیفی و طیار، ۱۳۹۸).

جدول ۳. اطلاعات توصیفی سواد رسانه‌ای شهروندان مرزنشین استان آذربایجان غربی

مؤلفه/متغیر	میانگین	انحراف معیار	وضعیت
آگاهی از سبک مصرف انواع رسانه	۳/۱۷۴۵	۰/۸۰۸۳۹	نسبتاً نامطلوب
دسترسی به پیام‌های رسانه‌های مختلف	۲/۸۸۷۵	۰/۸۰۹۳۸	نسبتاً نامطلوب
ارزیابی پیام‌های رسانه‌های مختلف	۲/۷۲۶۸	۰/۸۱۳۲۲	نسبتاً نامطلوب
خلق پیام‌های رسانه‌ای	۲/۴۰۱۰	۰/۹۳۶۹۷	نسبتاً نامطلوب
تحلیل پیام‌های رسانه‌ها	۲/۱۹۴۸	۰/۹۸۲۸۷	نامطلوب
پویایی یا انفعال در برابر پیام‌های رسانه‌ای	۱/۸۹۵۸	۱/۰۲۳۷۸	نامطلوب
سواد رسانه‌ای شهروندان مرزنشین استان آذربایجان غربی	۲/۵۹۴۲	۰/۸۰۰۱۲	نسبتاً نامطلوب

قبل از آنکه آزمونی برای تحلیل‌ها در نظر گرفته شود باید پارامتری یا ناپارامتری بودن داده‌ها مشخص شود. برای این کار، از آزمون کولموگروف اسمیرونف که نتایج آن در جدول ۴ به نمایش درآمده است استفاده شد. با توجه به سطح معناداری همه متغیرها که از ۰/۰۵ کمتر است، فرض صفر مبتنی بر نرمال نبودن داده‌ها پذیرفته می‌شود، به این معنا که همه متغیرها دارای توزیعی غیر از توزیع نرمال هستند و باید از آزمون‌های ناپارامتری برای تحلیل آن‌ها استفاده شود.

جدول ۴. آزمون کولموگروف-اسمیرنوف

مؤلفه/متغیر	آماره	سطح معناداری
آگاهی	۰/۰۹	۰/۰۰۱
دسترسی	۰/۰۹۶	۰/۰۰۱
ارزیابی	۰/۰۷۴	۰/۰۰۱
خلق	۰/۱۲۹	۰/۰۰۱
تحلیل	۰/۱۲۳	۰/۰۰۱
پویایی	۰/۱۹۱	۰/۰۰۱
سواد رسانه‌ای	۰/۰۸۲	۰/۰۰۱

در جدول ۵، با استفاده از آزمون واریانس چندگانه، وضعیت سواد رسانه‌ای شهروندان مرزنشین استان آذربایجان غربی برحسب متغیرهای جمعیت‌شناختی مقایسه شده است:

۱. در متغیر جنسیت، چون سطح معناداری (۰/۰۰۳) کمتر از ۰/۰۰۵ است، اختلاف بین مرد و زن معنادار است.
۲. در متغیر وضعیت تأهل، چون سطح معناداری (۰/۳۷۶) بیشتر از ۰/۰۰۵ است، اختلاف بین متأهل و مجرد معنادار نیست.
۳. در متغیر محل سکونت، چون سطح معناداری (۰/۰۰۰) کمتر از ۰/۰۰۵ است، اختلاف بین افراد ساکن در شهر و روستا معنادار است.
۴. در متغیر میزان تحصیلات چون سطح معناداری (۰/۰۰۰) کمتر از ۰/۰۰۵ است، اختلاف میان سطوح مختلف میزان تحصیلات معنادار است.
۵. در متغیر رده سنی، چون سطح معناداری (۰/۰۰۰) کمتر از ۰/۰۰۵ است، اختلاف بین رده‌های سنی مختلف معنادار است.

۶. در متغیر شغل، چون سطح معناداری (۰/۰۰۰) کمتر از ۰/۰۰۵ است، اختلاف میان شغل‌های مختلف معنادار است.

۷. در متغیر میزان تقریبی درآمد ماهانه، چون سطح معناداری (۰/۰۰۰) کمتر از ۰/۰۰۵ است، اختلاف میان سطوح مختلف درآمد ماهانه معنادار است.

جدول ۵. تحلیل واریانس چندگانه: مقایسه سواد رسانه‌ای شهروندان مرزنشین استان آذربایجان غربی برحسب متغیرهای جمعیت‌شناختی

منبع یا متغیرهای جمعیت شناختی	مجدور مربعات	df	میانگین مربعات	F	سطح معناداری
جنسیت	۵/۴۸۶	۱	۵/۴۸۶	۸/۷۴۳	۰/۰۰۳
وضعیت تأهل	۰/۵۰۴	۱	۰/۵۰۴	۰/۷۸۷	۰/۳۷۶
محل سکونت	۲۳/۹۱۸	۱	۲۳/۹۱۸	۴۱/۲۹۱	۰/۰۰۰
میزان تحصیلات	۱۰۳/۲۴۳	۵	۲۰/۶۴۹	۵۴/۹۸۶	۰/۰۰۰
سن	۴۴/۸۳۹	۳	۱۴/۹۴۶	۲۸/۳۴۸	۰/۰۰۰
شغل	۷۳/۱۲۷	۶	۱۲/۱۸۸	۲۶/۷۰۴	۰/۰۰۰
میزان تقریبی درآمد ماهانه به تومان	۱۴/۲۰۲	۴	۳/۵۵۱	۵/۸۲۶	۰/۰۰۰

با توجه به اطلاعات جدول ۶، میانگین رتبه‌های مؤلفه‌ها و متغیر سواد رسانه‌ای برای دو گروه مردان و زنان متفاوت است، و با توجه به میانگین رتبه‌ها، مؤلفه و متغیر سواد رسانه‌ای برای گروه مردان بیشتر از گروه زنان است.

جدول ۶. آزمون من ویتنی گروه‌های جنسیت

میانگین رتبه	آگاهی	دسترسی	ارزیابی	خلق	تحلیل	پویایی	سواد رسانه‌ای
مردان	۲۰۰/۸۶	۲۰۱/۴۰	۲۰۲/۶۱	۲۰۳/۵۶	۲۰۹/۴۶	۲۰۸/۴۴	۲۰۸/۴۴
زنان	۱۷۵/۱۷	۱۷۴/۰۶	۱۷۱/۵۶	۱۶۹/۵۸	۱۵۷/۳۶	۱۵۷/۴۸	۱۵۹/۴۸
Z	-۲/۱۳۲	-۲/۲۷۲	-۲/۵۷۳	-۲/۸۲۱	-۴/۳۲۹	-۴/۱۲۳	-۳/۱۵۷
سطح معناداری	۰/۰۳۳	۰/۰۲۳	۰/۰۱۰	۰/۰۰۵	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۲

با توجه به اطلاعات جدول ۷، میانگین رتبه‌های مؤلفه‌ها و متغیر سواد رسانه‌ای برای دو گروه مردان و زنان متفاوت است، و با توجه به میانگین رتبه‌ها، مؤلفه و متغیر سواد رسانه‌ای برای گروه ساکنان شهر بیشتر از گروه افراد ساکن در روستا است.

جدول ۷. آزمون من ویتنی گروه‌های محل سکونت

میانگین رتبه	آگاهی	دسترسی	ارزیابی	خلق	تحلیل	پویایی	سواد رسانه‌ای
شهر	۲۲۵/۱۶	۲۰۸/۳۴	۲۱۹/۰۱	۲۱۴/۹۳	۲۱۷/۴۵	۲۲۳/۱۵	۲۲۰/۱۴
روستا	۱۴۰/۴۲	۱۶۷/۲۴	۱۵۰/۲۳	۱۵۶/۷۳	۱۵۲/۷۲	۱۴۳/۶۲	۱۴۸/۴۳
Z	-۷/۳۰۴	-۳/۵۴۸	-۵/۹۲۰	-۵/۰۱۹	-۵/۵۸۷	-۶/۹۵۶	-۶/۱۶۳
سطح معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰

با توجه به اطلاعات جدول ۸، میانگین رتبه‌های مؤلفه‌ها و متغیر سواد رسانه‌ای برای گروه‌های شغلی متفاوت است، و با توجه به میانگین رتبه‌ها، در همه مؤلفه‌ها از ۰/۰۵ کمتر است؛ بنابراین، اختلاف میانگین رتبه‌ها در چهار گروه در میان شغل‌های مختلف معنادار است.

جدول ۸. آزمون کروسکال-والیس گروه‌های شغلی

میانگین رتبه	آگاهی	دسترسی	ارزیابی	خلق	تحلیل	پویایی	سواد رسانه‌ای
Df	۳	۳	۳	۳	۳	۳	۳
سطح معناداری	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف سنجش وضعیت سواد رسانه‌ای (با تأکید بر توانمندی نحوه دریافت، ارزیابی، میزان تأثیرپذیری، و تحلیل پیام‌های این رسانه‌ها) شهروندان مرزنشین استان آذربایجان غربی انجام شد. سطح بندی وضعیت سواد رسانه‌ای بر اساس طیف مطلوبیت بازرگان (۱۳۸۳) نشان می‌دهد برای شهروندان مرزنشین استان آذربایجان غربی، وضعیت مؤلفه‌های آگاهی از سبک مصرف انواع رسانه (با میانگین ۳/۱۷)، دسترسی به پیام‌های رسانه‌های مختلف (با میانگین ۲/۸۹)، ارزیابی پیام‌های رسانه‌های مختلف (با میانگین ۲/۷۳) و وضعیت نحوه خلق پیام‌های

رسانه‌ای (با میانگین ۲/۴۰) در سطح نسبتاً نامطلوب قرار دارد و وضعیت مؤلفه‌های تحلیل پیام‌های رسانه‌ها (با میانگین ۲/۱۹) و پویایی یا انفعال در برابر پیام‌های رسانه‌ای (با میانگین ۱/۹۰) در سطح نامطلوب هستند. در کل، متغیر سواد رسانه‌ای شهروندان مرزنشین استان آذربایجان غربی در سطح نسبتاً نامطلوب است.

این یافته با یافته‌های امیری و زابلی‌زاده و کرمی‌نومیوندی (۱۳۹۸) که در خصوص سواد رسانه‌ای معلمان کار کرده بودند و نیز یافته‌های پژوهش بیران و خداویردی‌زاده (۱۳۹۰) که درباره سواد رسانه‌ای مردم در شهر تبریز است قرابت داشت. در خصوص اینکه چرا وضعیت پویایی و انفعال شهروندان مرزنشین استان در برابر پیام‌های رسانه‌ای در سطح خیلی ضعیف (نامطلوب) است، به‌نوعی اشاره به کلیت پایین بودن آن در سطح کشور است. از سوی دیگر، پایین بودن میزان تحصیلات ساکنان در منطقه و نیز عدم ارائه شفاف اطلاعات و حجم بالای پیام‌های ارسالی در رسانه‌های برون‌مرزی، حضور برخی گروهک‌های ضدانقلابی، بالا بودن نرخ بیکاری و عدم اشتغال در استان، قاچاق انواع کالاها به دلیل مرزی بودن استان، می‌تواند در پویایی یا انفعال این مخاطبان مؤثر باشد.

به هر ترتیب، وضعیت سواد رسانه‌ای شهروندان مرزنشین استان آذربایجان غربی در سطح ضعیف (نسبتاً نامطلوب) است. این یافته با سایر یافته‌ها مانند شکرخواه (۱۳۸۰) که در خصوص نیاز به سواد رسانه‌ای کار کرده بودند و نیز یافته‌های پژوهش تامن (۱۳۸۰) که درباره مهارت‌ها و راهبردهای آموزش رسانه‌ای است قرابت داشت. این موضوع همچنین با کمیت و کیفیت آموزش‌های ارائه‌شده در خصوص سواد رسانه‌ای به مرزنشینان و نیز پایین بودن سطح سواد و میزان تحصیلات و خانواده‌های آن‌ها، دور بودن آن‌ها از مرکز و در نتیجه اخبار و اطلاعات مهم، میزان استفاده آن‌ها از رسانه‌ها و بالاخره شغل آن‌ها ارتباط دارد. برای مثال، شغل بیشتر این افراد کشاورزی یا دامداری یا نظامی است و نمی‌توان از این افراد توقع سواد رسانه‌ای بالا داشت. با توجه به اینکه توسعه یافتگی یکی از عوامل اثرگذار بر افزایش سواد رسانه‌ای است و این مناطق از توسعه یافتگی اندکی برخوردارند و میزان سرمایه‌گذاری‌ها نیز پایین است و برنامه‌های ماهواره‌ای زیادی در این مناطق وجود دارد و مسائلی از این دست، پایین بودن سطح سواد رسانه‌ای چندان تعجب‌برانگیز نیست.

در بررسی دو گروه با جنسیت مختلف مرد و زن (با توجه به جدول ۶)، متوجه می‌شویم که در همه مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای، مردان بهتر از زنان هستند. این یافته البته با برخی گزارش‌ها که نشان می‌دهد زنان بخشی قابل توجه از کاربران فناوری‌های ارتباطی جدید را تشکیل می‌دهند و این کاربری در حال رشد بوده و زنان یکی از تأثیرپذیرترین گروه‌های کاربر رسانه‌های نوین هستند مغایرت دارد (شریف‌مقدم، سالمی، نریمانی و رزمخواه، ۱۳۹۵). البته، یافته‌های دیگر در این باره نشان می‌دهد که سواد رسانه‌ای زنان دانشجو در مقایسه با مردان دانشجو تقریباً یکسان است (بنی‌هاشم، سلطانی‌زاده نوشادی و علی‌آبادی، ۱۳۹۶). همان گونه که دیرگرتو موکل و نیدینگ و اوهرل^۱ (۲۰۱۷) یادآور شده‌اند، در عصر جدید به دلیل پیچیدگی‌ای که در جامعه به وجود آمده، تعریف نقش‌های جنسیتی تغییر پیدا کرده است و شاهد هستیم که دختران در فعالیت‌های علمی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی تبدیل به بازیگرانی مؤثر شده‌اند. از این رو، تفاوت‌های جنسیتی به نظر نمی‌رسد که در میان دانشجویان به عنوان مؤلفه‌ای معنادار در کسب مهارت‌های سواد رسانه‌ای باشد. با این وصف، زنان شهرهای بزرگ و کلان‌شهرها با زنان مناطق محروم و روستایی، احتمالاً برحسب میزان سواد و تحصیلات، شاغل بودن و نبودن، خانه‌دار بودن و اینکه تا چه اندازه برای گردش در رسانه‌ها آزادی دارند و غیره متفاوت‌اند. برای نمونه، زنان مناطق محروم و روستایی معمولاً سخت مشغول کار هستند، تحصیلات بالایی ندارند، معمولاً خانه‌دارند و به دلیل سنتی و قومیتی معمولاً زندگی ساده و بسته‌تری نسبت به سایر زنان دارند. به همین سبب، میزان سواد رسانه‌ای زنان در این مناطق کمتر از مردان است، اما بالا بودن سواد رسانه‌ای مردان همانند بسیاری از جنبه‌های مختلف زندگی بر اساس جنسیت امری عادی به نظر می‌رسد.

در خصوص دو گروه به لحاظ وضعیت تأهل، مشخص شد که جز مؤلفه آگاهی، در سایر مؤلفه‌ها و سواد رسانه‌ای، میانگین رتبه‌ای گروه متأهل از گروه مجرد بالاتر بوده است. این وضعیت در خصوص دو گروه با محل سکونت مختلف (شهر یا روستا) نیز مشخص شد که در همه مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای، میانگین رتبه‌ای ساکنان شهر از افراد ساکن روستا بالاتر بود. روستاها و روستاییان به سبب شرایط و سبک زندگی (فلسفی و نیرومند، ۱۳۹۳؛ کشاورز، مسعودیان و طاهری، ۱۳۹۷)، تنوع قومی بالا در این منطقه و اینکه این افراد تا اندازه زیادی از

1. Diergarten Möckel, Nieding & Ohler

سرمایه‌های فرهنگی که بورديو نیز بر آن‌ها تأکید داشت (مانند سینما و تئاتر رفتن، روزنامه خواندن، جلسات فرهنگی، داشتن یارانه) دورند (روحانی، ۱۳۸۸؛ امیر مظاهری، ۱۳۹۲)، عدم وجود مراکز فرهنگی، هنری و آموزشی همچون سینماها، فرهنگ‌سراها، سالن‌های ورزشی، کتابخانه‌ها، دانشگاه‌ها و دیگر فضاها (شجاعی و امیرپور، ۱۳۹۱)، و همچنین اینکه روستاییان معمولاً تحصیلات و امکانات آموزشی کمتری نسبت به شهری‌ها دارند، سواد رسانه‌ای آن‌ها معمولاً پایین‌تر از شهرنشینان است.

این سه یافته با یافته‌های بسیاری از پژوهش‌های راجع به سواد رسانه‌ای در میان گروه‌های متاهل و مجرد و نیز گروه‌های که محل سکونت و درآمد متفاوت دارند — مانند فتح‌آبادی و دادگران و نصیری و هاشمی (۱۳۹۸)، نصیری، بخشی و هاشمی (۱۳۹۲)، پاتر (۲۰۰۵)، و ترنر و همکاران (۲۰۱۷) — نزدیک بود. در همه مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای، گروه دارای شغل نظامی بالاترین، در رتبه دوم گروه شغل کارمند، در رتبه سوم گروه سایر شغل‌ها، و گروه شغلی آزاد کمترین میانگین رتبه‌ای را به خود اختصاص داده‌اند. در بررسی میانگین رتبه‌ای چهار گروه دارای درآمد‌های متفاوت، معلوم شد که در همه مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای، گروه اول کمترین و گروه چهارم بالاترین میانگین رتبه‌ای را به خود اختصاص داده‌اند. قاعدتاً، دسترسی همان گونه که بنی‌هاشم و همکاران (۱۳۹۶) یادآور شده‌اند نیازمند صرف بودجه است، و همین امر شاید یکی از دلایل پایین بودن میانگین سطح دسترسی سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی بحث مالی باشد.

کتابخانه‌های عمومی مانند صداوسیما یکی از مراکز آموزشی عموم مردم هستند که با ارائه خدمات مختلف کتابخانه‌ای از آموزش رسمی افراد در مدرسه و دانشگاه پشتیبانی می‌کنند. این نوع کتابخانه‌ها به ارائه آموزش‌های موردنیاز جامعه برای نیازهای نوظهور جامعه مانند فضای مجازی، بیماری‌های جدید و همه‌گیر، موضوعات محلی، آموزش‌های موردی متناسب با رخدادهای فراهم کردن منابع خودآموز، آموزش سواد اطلاعاتی و رسانه‌ای می‌پردازند. یکی از خدمات کتابخانه‌های عمومی به عموم مردم آموزش سواد اطلاعاتی است (غفاری قدیر و شقاقی، ۱۳۸۹؛ غفاری قدیر، روشندل اربطانی و ضیائی، ۱۳۹۲؛ بابایی، قویدل و ریاحی‌نیا، ۱۳۹۹). سواد اطلاعاتی نحوه جست‌وجوی اطلاعات، ارزیابی محتوا و منبع اطلاعات و استفاده مؤثر از آن است. با توجه به نزدیکی موضوعی سواد رسانه‌ای به سواد اطلاعاتی، آموزش آن توسط کتابخانه‌های عمومی، خواه از طریق آموزش توسط کتابداران خواه از طریق

برگزاری برنامه‌های آموزشی توسط سازمان‌های مرتبط با سواد رسانه‌ای، پیگیری می‌شود. این پژوهش می‌تواند یکی از منابع راهنمای کتابخانه‌های عمومی برای آموزش ساکنان مرزنشین در آذربایجان غربی و حتی کل استان‌های مرزی باشد.

با توجه به یافته‌های پژوهش، پیشنهاد می‌شود که:

۱. با توجه به پازین بودن میزان سواد رسانه‌ای در همهٔ مولفه‌های پژوهش، پیشنهاد می‌شود برای ارتقای سواد رسانه‌ای شهروندان، به‌ویژه مرزنشینان، تلاش‌های بیشتری از سوی دست‌اندارکاران، به‌ویژه صداوسیما و کتابخانه‌های عمومی صورت گیرد.
۲. سازمان‌ها و نهادهای آموزشی و فرهنگی، مانند کتابخانه‌ها، با کمک صداوسیما تلاش‌های بیشتری برای آموزش، اطلاع‌رسانی و اجرای کارگاه‌های تخصصی در خصوص سواد رسانه‌ای صورت دهد.
۳. با توجه به پایین بودن سطح سواد رسانه‌ای در زنان، آموزش‌های بیشتری به زنان اختصاص یابد.
۴. همچنین، با توجه به پایین بودن سواد رسانه‌ای روستاییان، بهتر است بخش‌های مرتبط با سواد رسانه‌ای در مدارس و کتابخانه‌ها برنامه‌های مختلفی را برای آموزش روستان تدارک ببیند.
۵. با توجه به یکی از یافته‌ها که به تأثیر متغیر میزان سواد در سواد رسانه‌ای اشاره داشت، می‌توان در بالا بردن سطح سواد افراد برای درک بهتر از سواد رسانه‌ای تلاش کرد.
۶. مراکز فرهنگی و آموزشی، به‌ویژه کتابخانه‌ها با همکاری مدیران و مسئولین آموزش و پرورش استان، راهکارهای لازم به‌منظور افزایش سطح سواد رسانه‌ای شهروندان مرزنشین استان از سطح ضعیف به سطوح بالاتر را بررسی کرده و اقدامات لازم را انجام دهند.

منابع

امیرمظاهری، امیرمسعود (۱۳۹۲). نقش سرمایه فرهنگی و تمایز طبقاتی در شکل‌گیری و تکوین جامعه‌شناسی موسیقی (با تأکید بر دیدگاه‌های آدرنو، پیترسون و پیر بوردیو). *مطالعات جامعه‌شناسی*، ۶(۱۹)، ۷-۲۰.

- امیری، جهاندار؛ زابلی‌زاده، اردشیر؛ و کرمی‌نومیوندی، سجاد، (۱۳۹۸). راهکارهای افزایش سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی معلمان. *مطالعات رسانه‌ای*، ۱۴ (۳)، ۷-۲۲.
- ایرانپور، پرستو (۱۳۸۹). *میزان سواد رسانه‌ای و نقش آن در استفاده از رسانه‌های تعاملی* [پایان‌نامه کارشناسی ارشد]. دانشگاه علامه طباطبائی.
- بابایی، پریناز؛ قویدل، سمیه؛ و ریاحی‌نیا، نصرت (۱۳۹۹). تحلیل محتوای اینفوگرافی‌هایی با موضوع خواندن بر مبنای مدل ارتباطی لاسول. *تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی*، ۲۶ (۴)، ۶۶۴-۶۲۹. 20.1001.1.26455730.1399.26.4.3.8
- بابایی‌راد، بیتا (۱۳۸۷). سواد رسانه‌ای و گسترش توسعه انسانی. *پژوهشنامه*، ۲۲، ۱۳۱-۱۵۳.
- بازرگان، عباس (۱۳۸۳). *ارزشیابی آموزشی*. تهران: سمت.
- بیران، صدیقه؛ و خداوردی‌زاده، مهرداد (۱۳۹۰). *مطالعه سواد رسانه‌ای شهروندان تبریز. فرهنگ ارتباطات*، ۱ (۲)، ۷۷-۱۰۲.
- بختیاری، تقی (۱۳۹۰). بررسی تأثیر احزاب پژاک و پ.ک.ک بر امنیت اجتماعی مرزهای غربی کشور. *انتظام اجتماعی*، ۳ (۲)، ۱۲۹-۱۰۳.
- بخشی‌زاده، حسن (۱۴۰۰). ارتباط مصرف رسانه‌ای و ترس از ارتکاب جرم در میان شهروندان شهر تهران. *مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران*، ۱۰ (۱)، ۲۸۳-۳۱۲.
- بصیریان جهرمی، حسین؛ و بصیریان جهرمی، رضا (۱۳۸۵). درآمدی بر سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی. *فصلنامه رسانه*، ۱۷ (۴)، ۳۳-۵۰.
- بنی‌هاشم، کاظم؛ سلطانی‌زاده، هدایا؛ نوشادی، سکینه؛ و علی‌آبادی، خدیجه (۱۳۹۶). مقایسه و بررسی میزان سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی در بین دانشجویان دختر و پسر. *مطالعات رسانه‌ای*، ۱۲ (۴)، ۱۱۵-۱۲۶.
- بنیادی نائینی، علی؛ و مقیسه، زهره (۱۴۰۰). حضور برون‌دادهای پژوهشی حوزه بازاریابی عصبی در رسانه‌های اجتماعی: مطالعه آلت‌متریک. *تحقیقات بازاریابی نوین*، ۱۱ (۱)، ۲۷-۴۴.
- بیگدلی، زاهد؛ و نصیری، ماریا (۱۳۹۲). تحلیل وضعیت سواد رسانه‌ای دانشجویان کارشناسی ارشد مجموعه رشته‌های علوم انسانی شهر اهواز بر اساس رویکرد نظری تامن. *روانشناسی اجتماعی*، ۱ (۴)، ۹۹-۱۱۷.

- پاتر، دبلیو جیمز (۱۳۹۱). *بازشناسی رسانه‌های جمعی با رویکرد سواد رسانه‌ای* (امیر یزدیان، مژگان نادعلی و پیام آزادی، مترجمان). تهران: مرکز پژوهش‌های اسلامی صداوسیما. (نشر اثر اصلی ۲۰۰۵)
- پورصالحی، نسترن؛ فهیم‌نیا، فاطمه؛ ناخدا، مریم؛ و بازرگان، عباس (۱۳۹۷). آموزش سواد اطلاعاتی به کودکان ۷ تا ۱۱ ساله ایرانی. *تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی*، ۲۴ (۲)، ۳۰۵-۳۲۵.
- تامن، الیزابت (۱۳۸۰). مهارت‌ها و راهبردهای آموزش رسانه‌ای (حسن نورایی بیدخت، مترجم). *فصلنامه رسانه*، ۱۲ (۱)، ۱۰-۱۵.
- توحیدفام، محمد؛ و توسرکانی، علی (۱۴۰۰). بررسی مؤلفه‌های الگوی سیاست‌گذاری در حوزه رسانه (گذر از نهادگرایی کلاسیک به نهادگرایی جدید). *فصلنامه سیاست*، ۵۱ (۱)، ۸۱-۹۷.
- رامتی، محمدرضا؛ سیفی، علی؛ و طیار، امیر (۱۳۹۸، ۳۰ شهریور). *بررسی موانع یادگیری مشارکتی از دیدگاه معلمان ابتدایی شهرستان خوسف* [ارائه مقاله]. اولین همایش ملی مدرسه فردا، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران. <https://civilica.com/doc/1013356>
- روحانی، حسن (۱۳۸۸). درآمدی بر نظریه سرمایه فرهنگی. *فصلنامه علمی راهبرد*، ۱۷ (۴)، ۷-۳۵.
- شجاعی، مهناز؛ و امیرپور، مهناز (۱۳۹۱). بررسی وضعیت سواد رسانه‌ای دانشجویان خراسان شمالی در جامعه اطلاعاتی. *مطالعات جامعه‌شناختی جوانان*، ۳ (۷)، ۴۳-۵۶.
- شجاع، رضا؛ قاسمی، حمید؛ و شریفی، نسیمه (۱۳۹۴). *ارتباط سواد رسانه‌ای با مصرف رسانه‌ای دانشجویان تربیت بدنی دانشگاه پیام نور بوکان* [پایان‌نامه کارشناسی ارشد]. دانشگاه پیام نور استان البرز مرکز کرج.
- شریف مقدم، هادی؛ سالمی، مریم؛ نریمانی، محمدرضا؛ و رزمخواه، مریم (۱۳۹۵). پژوهشی به منظور بررسی سطح سواد اطلاعاتی اعضای هیئت علمی و دانشجویان دکتری پرستاری دانشگاه علوم پزشکی تبریز در خصوص ارائه موفق مراقبت مبتنی بر شواهد. *آموزش پرستاری*، ۵ (۴)، ۶۰-۶۶.
- شکر خواه، یونس (۱۳۸۰). نیاز مخاطبان به سواد رسانه‌ای. *پژوهش‌های ارتباطی*، ۸ (۲۶)، ۷۳-۸۲.
- شکر خواه، یونس (۱۳۸۵). سواد رسانه‌ای یک مقاله عقیده‌ای. *فصلنامه رسانه*، ۱۷ (۴)، ۲۷-۳۲.
- طلوعی، علی (۱۳۹۱). *سواد رسانه‌ای: درآمدی بر شیوه یادگیری و سنجش*. تهران: دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها.

عبدالهی، معصومه؛ و جوکار، عبدالرسول (۱۳۹۳). بررسی وضعیت سواد اطلاعاتی کتابداران کتابخانه‌های عمومی استان فارس. *تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی*، ۲۰ (۴)، ۷۷۱-۷۸۷.

غفاری قدیر، جلال؛ روشندل اربطانی، طاهر؛ و ضیائی، محمدصادق (۱۳۹۲). تدوین سناریوهای متصور برای آینده نهاد رسانه‌ای کتابخانه‌های عمومی ایران. *تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی*، ۱۹ (۳)، ۲۹۵-۳۲۸. 20.1001.1.26455730.1392.19.3.2.6.

غفاری قدیر، جلال؛ و شقاقی، مهدی (۱۳۸۹). کتابخانه‌های عمومی و تحلیل کارکردهای اجتماعی آن به عنوان نهادی ارتباطی-رسانه‌ای. *تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی*، ۱۶ (۳)، ۳۸-۵. 20.1001.1.26455730.1389.16.3.1.4.

فتح‌آبادی، بهاره؛ دادگران، محمد؛ نصیری، بهاره؛ و هاشمی، شهناز (۱۳۹۸). توسعه جامعه دانایی محور با فعالیت منسجم بازیگران سواد رسانه‌ای (مطالعه عناصر سواد رسانه‌ای در اتحادیه اروپا طی سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۸). *مطالعات توسعه اجتماعی ایران*، ۱۱ (۳)، ۷-۲۲.

فلسفی، سیدغلامرضا؛ و نیرومند، لیلیا (۱۳۹۳)، ۷ اسفند). بررسی رابطه سواد رسانه‌ای با سبک زندگی مورد مطالعه: نوجوانان ۱۵ تا ۱۸ ساله دبیرستانی منطقه شش تهران [ارائه مقاله]. اولین همایش ملی رسانه، ارتباطات و آموزش‌های شهروندی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق، تهران، ایران. <https://civilica.com/doc/554322>

کشاورز مسعودیان، مریم؛ و طالاری، محمد (۱۳۹۷)، ۱۲-۱۴ آبان). بررسی تأثیر سطح سواد رسانه‌ای بر تغییر سبک زندگی مردم استان قزوین با نقش میانجیگری فضای مجازی [ارائه مقاله]. دومین همایش بین‌المللی سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی با موضوع خانواده. مرکز فناوری اطلاعات و رسانه‌های دیجیتال، تهران، ایران. <https://civilica.com/doc/865284>

کیخا، بتول؛ کیانی، حسن؛ و غائبی، امیر (۱۳۹۷). سواد اطلاعاتی در اسناد بالادستی نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور. *تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی*، ۲۴ (۳)، ۴۱۱-۴۳۵.

نصیری، بهاره؛ بخشی، بهاره؛ و هاشمی، سید محمود (۱۳۹۲). اهمیت آموزش سواد رسانه‌ای در قرن بیست و یکم. *مطالعات رسانه‌ای*، ۷ (۳)، ۱۵۸-۱۴۹.

نظم‌فر، حسین؛ و علی‌بخشی، آمنه (۱۴۰۰). آینده‌پژوهی برنامه‌ریزی توسعه گردشگری (نمونه موردی: استان اردبیل). *تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی*، ۲۱ (۶۳)، ۷۹-۵۹.

References

- Abdollahi, M., & Jowkar, A. R. (2015). The study of the status of information literacy skills amongst public librarians in Fars Province. *Research on Information Science & Public Libraries*, 20(4): 771-787. (in Persian)
- Amir Mazaheri, A. (2013). The role of cultural capital and class discrimination in forming and compiling music sociology (with emphasis on Bourdieu, Adorno and Peterson's views). *Sociological Studies*, 6(19), 7-20. <https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=263448> (in Persian)
- Amiri, J., Zabolizada, A., & Karami, S., (2019). Solutions for increasing teachers' media and information literacy. *Media Studies*, 14(3), 7-22. (in Persian)
- Babaei Rad, B. (2008). Media literacy and the development of human development. *Pajooeshnama*, 22, 131-153. (in Persian)
- Babaei, P., Ghavidel, S., & Riahinia, N., (2021). Content analysis of infographics with the theme of reading based on the Lasswell's communication model. *Research on Information Science & Public Libraries*, 26(4), 629-664. 20.1001.1.26455730.1399.26.4.3.8 (in Persian)
- Babran, S., & Khodaverdizadeh, M. (2011). Study of media literacy of Tabriz citizens. *Culture of Communication*, 1(2), 77-102. (in Persian)
- Baker, F. W. (2016) *Media Literacy in the K-12 Classroom* (2nd ed.). <https://www.amazon.com/Media-Literacy/s?k=Media+Literacy>
- Bakhshizadeh, H. (2021). The relationship between media consumption and fear of crime among citizens of Tehran. *Quarterly of Social Studies and Research in Iran*, 10(1), 277-312. doi: 10.22059/jisr.2020.296669.1016
- Bakhtiari, T. (2011). Effects Of Pejak And P.K.K. Parties On The Societal Security Of West Borders, *Journal of Social Order (Entezam-E-Ejtemaei)*, 3(2), 103-129. (in Persian)
- Bani Hashem, K., Soltanizah, H., & Aliabadi, Kh. (2017). Comparison and study of media literacy and information literacy among male and female students. *Media Studies*, 12(3), 115-126. (in Persian)
- Basirian Jahromi, H., Basirian Jahromi, R. (2006). An introduction to media literacy and critical thinking. *Media Quarterly*, 17(4), 33-50. (in Persian)
- Bigdeli, Z., Nasiri, M., (2013). Analysis of the media literacy status of graduate students in the humanities of Ahvaz based on Tamen theoretical approach. *Journal of Social Psychology*, 1(4), 99-117. (in Persian)
- Boles, D. (2009). *Language of media literacy: A glossary of terms*. Media Awareness Network.
- Bonyadi Naeini, A., & Moghiseh, Z. (2021). The presence of neuromarketing scientific publications in social media: An Altmetric study. *New Marketing Research Journal*, 11(1), 27-44. doi: 10.22108/nmrj.2021.125291.2250 (in Persian)

- Christian, S. E. (2019). *Everyday media literacy: an analog guide for your digital life*. Routledge.
- Culver, S., & Jacobson, T. (2012). Media literacy and its use as a method to encourage civic engagement. *Comunicar. Media Education Research Journal*, 20(2), 73-80
- Diergarten, A. K., Möckel, T., Nieding, G., & Ohler, P. (2017). The impact of media literacy on children's learning from films and hypermedia. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 48, 33-41.
- Falsafi, G., & Niroumand, L. (2013, February 26). *A study of the relationship between media literacy and lifestyle studied: 15 to 18 year old high school adolescents in the sixth district of Tehran* [Paper presentation]. The First National Conference on Media, Communication and Citizenship Education, Islamic Azad University, East Tehran Branch, Tehran, Iran. <https://civilica.com/doc/554322> (in Persian)
- Fathabadi, B., Dadgaran, M., Nasiri, B., & Hashemi, Sh., (2019). Development of knowledge-based society with coherent activity of media literacy actors (Study of media literacy elements in the European Union during 2000-2018). *Iranian Journal of Social Development Studies*, 11(3), 7-22. (in Persian)
- Ghafari-Ghadir, J., & Shaghaghi, M., (2010). Public libraries and analysis of their social functions as a communication-media foundation. *Research on Information Science & Public Libraries*, 16(3), 5-38. 20.1001.1.26455730.1389.16.3.1.4 (in Persian)
- Ghafari-Ghadir, J., Roshandel, T., & Zi'aei, M. S. (2013). Possible scenarios for the future of Iran's public libraries media . *Research on Information Science & Public Libraries*, 19(3), 295-328 20.1001.1.26455730.1392.19.3.2.6 (in Persian)
- Hobbs, R. (2020). *Media literacy education in 2020 and beyond*. New York State.
- Iranpour, P., (2010). *The level of media literacy and its role in the use of interactive media* [Master's thesis]. Allameh Tabataba'i University. (in Persian)
- Karaduman, S. (2015). The role of critical media literacy in further development of consciousness of citizenship. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 174, 3039-3043.
- Keshavarz Masoudian, M., & Talari, M. (2018, November 3-5). *Investigating the effect of media literacy level on lifestyle change in Qazvin province with the role of cyberspace mediator* [Paper presentation]. The 2nd International Conference on Media and Information Literacy about the Subject of Family, Tehran, Iran. <https://civilica.com/doc/865284> (in Persian)

- Keykha, B., Kiani, H., & Ghaebi, A. (2018). Information literacy in official documents of Iran Public Libraries Foundation. *Research on Information Science & Public Libraries*, 24(3), 411-435.
- Lessenski, M. (2021). *Media Literacy Index 2021*. OSI-Sofia. mlessenski@osi.bg
- McLean, S. A., Paxton, S. J., & Wertheim, E. H. (2016). The role of media literacy in body dissatisfaction and disordered eating: A systematic review. *Body image*, 19, 9-23.
- Pernisco, N., (2020). *Media literacy: An essential guide to critical thinking skills for our complex digital world* (3rd ed.). IngramSpark.
- Potter, J. (2021). Critical analysis of critical thinking. *Journal of Media Literacy Education Pre-Prints*. Retrieved from <https://digitalcommons.uri.edu/jmle-preprints/9>
- Potter, W. J. (2005). *Media literacy* (3rd ed.). Sage Publications.
- Potter, W. J. (2012). *Media literacy* (A. Yazidian, M. Nadali & P. Azadi, Trans.). Tehran: Islamic Research Center of Radio & Television. (Original work published 2005) (in Persian)
- Poursalehi, N., Fahimnia, F., Nakhoda, M., & Bazargan, A. (2018). Information literacy Instruction for 7-11-year-old Iranian children. *Research on Information Science & Public Libraries*, 24(2), 305-325. (in Persian)
- Ramti, M., Seyfi, A., & Tayyari, A. (2019, September 21). *An analysis the obstacles to collaborative learning from the viepoint of elementary school teachers of Khusf County* [Paper presentation]. The First National Conference of Future School, University of Mohaghegh Ardabili, Ardabil, Iran.
- Rohani, H. (2009). An introduction to the theory of cultural capital. *Strategy*, 17(4), 7-35. <https://www.sid.ir/fa/journal/ViewPaper.aspx?id=118025> (in Persian)
- Shajie, R., Ghasemi, H., Sharifi, N. (2015). *The relationship between media literacy and media consumption of physical education students of Payame Noor University, Bukan Branch* [Master's thesis]. Payame Noor University, Karaj Branch. (in Persian)
- Sharif Moghadam, H., Salemi, M., Narimani, M., & Razmkhah, M. (2016). The rate of information literacy of faculty members and PhD students of faculty of nursing and midwifery based on successful evidence healthcare. *Journal of Nursing Education*, 5(4), 606-66. (in Persian)
- Shojaei, M., & Amirpour, M. (2012). A survey of media literacy among students in the information society in North Khorasan. *Sociological Studies of Youth*, 3(7), 43-56. (in Persian)

- Shokrkhah, Y. (2001). The audience's need for media literacy. *Journal of Communication Research*, 8(26), 73-82. (in Persian)
- Shokrkhah, Y. (2006). Media literacy of an ideological article. *Media Quarterly*, 17(4), 27-32. (in Persian)
- Smith, J. (2015). *Master the Media: How Teaching Media Literacy Can Save Our Plugged-in World*. Dave Burgess Consulting, Incorporated.
- Thoman, E. (1995). The 3 stages of media literacy. *Operational definition of media literacy: Center for Media Literacy*.
- Thoman, E. (2001). Skills and strategies for Media education (H. Nouraei Bidokht, Trans.). *Media Quarterly*, 12(1), 10-15. (Original work published 1999) (in Persian)
- Tohidfam, M., & Tousarkani, A. (2021). An analysis of media policymaking: A transition from classical institutionalism to new institutionalism. *Politics*, 51(1), 81-97. (in Persian)
- Turner, K. H., Jolls, T., Hagerman, M. S., O'Byrne, W., Hicks, T., Eisenstock, B., & Pytash, K. E. (2017). Developing digital and media literacies in children and adolescents. *Pediatrics*, 140(Supplement 2), S122-S126.