



ارزیابی سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی (مطالعه موردی مناطق یک و بیست شهر تهران)

فرحناز محمدزاده^{۱*}، دکتر گیتا علی آبادی^۲

۱- کارشناسی ارشد، گروه ارتباطات علوم اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی، تهران، ایران.

(farahnaz.mohamadzadeh@iran.ir)

۲- گروه ارتباطات علوم اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی، تهران، ایران.

خلاصه

امروزه رسانه‌ها عنصر جدایی‌ناپذیر زندگی انسان‌ها شده‌اند. آنها با احاطه بر تولید و توزیع اطلاعات و حضور فراگیر آن در میان جوامع، مخاطبان را در معرض حجم وسیع اطلاعات قرار می‌دهند. برای اینکه بتوان مخاطبانی داشت که در کنار بهره‌گیری آگاهانه و فعالانه از این رسانه‌ها بتوانند خود را در برابر چالش‌ها و پیامدهای مخرب آن‌ها در زندگی محافظت کنند باید سواد جدیدی ایجاد کرد که از آن با نام سواد رسانه‌ای یاد می‌شود. کارشناسان مهم‌ترین هدف سواد رسانه‌ای را رشد و گسترش تفکر انتقادی و دادن قدرت کنترل به افراد در استفاده از برنامه‌های رسانه می‌دانند و فهم و تفسیر صحیح پیام‌های رسانه و تجزیه و تحلیل آن‌ها و آماده سازی افراد برای زندگی در جوامع دموکراتیک را در اولویت بعدی قرار می‌دهند و کمترین نتیجه سواد را در یادگیری درباره تاریخ رسانه می‌دانند. به طور کلی هدف سواد رسانه‌ای این است که به مردم کمک کند تا به جای آنکه مصرف‌کنندگانی فرهیخته باشند، شهروندانی فرهیخته باشند. بنابراین با توجه به توضیحات گفته شده، هدف این پژوهش ارزیابی سواد رسانه‌ای شهروندان شهر تهران است. در این مطالعه به منظور گردآوری اطلاعات از ابزارها و کنترل‌های مداخله‌گر و اطلاعات شامل کتب و مقالات مربوط و پرسشنامه استفاده شده است. جامعه آماری این پژوهش ساکنین مناطق یک و بیست شهر تهران است. در این راستا پرسشنامه بین نمونه توزیع گردید. سوالات پرسشنامه بر اساس طیف ۵ درجه‌ای لیکرت طراحی شده و در طراحی سوالات سعی شده است که سوالات پرسشنامه تا حد ممکن قابل فهم باشد. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که سواد رسانه‌ای شهروندان مناطق یک و بیست شهر تهران با همدیگر اختلاف معناداری دارد.

کلمات کلیدی: سواد، رسانه، سواد رسانه‌ای، مداخله‌گر.

*Corresponding author: MSc, Department of Social Communication Sciences, Islamic Azad University, Tehran Branch, Tehran, Iran.
Email: farahnaz.mohamadzadeh@iran.ir