

تأثیر مهارت‌های زندگی شهروندان تهرانی بر سواد رسانه‌ای

نسرين آقاملا*

لیلا نیرومند**

نازنین ملکيان***

سمیه تاجیک اسماعیلی***

چکیده

این تحقیق با هدف بررسی نقش مهارت‌های زندگی شهروندان تهرانی بر سواد رسانه‌ای آنان انجام شد. در این تحقیق از نظریه‌های سواد رسانه‌ای پاتر و مهارت‌های زندگی سازمان بهداشت جهانی استفاده شد. روش انجام این تحقیق، روش پیمایشی و ابزار اندازه‌گیری، پرسشنامه مهارت‌های زندگی ساعتچی و همکاران (۱۳۸۹) و پرسشنامه سواد رسانه‌ای محقق ساخته بود. جامعه آماری شامل شهروندان شهر تهران بود و با استفاده از فرمول کوکران، حجم نمونه ۳۸۵ نفر به دست آمد. در این پژوهش از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای استفاده شد. یافته‌های تحقیق نشان داد که مهارت‌های زندگی و مؤلفه‌های ده‌گانه آن که شامل مهارت خودآگاهی، مهارت همدلی، ارتباط مؤثر، مهارت روابط بین‌فردی، مهارت تصمیم‌گیری، مهارت توانایی حل مسأله، مهارت تفکر خلاق، مهارت تفکر انتقادی و مهارت توانایی مقابله با استرس است بر سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی تأثیر دارد. همچنین مهارت‌های زندگی بر ابعاد سواد رسانه‌ای که شامل بعد شناختی، بعد زیبایی‌شناختی، بعد احساسی و بعد اخلاقی است نیز تأثیر دارد.

* دانشجوی دکتری گروه علوم ارتباطات، واحد تهران شرق، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
Nasrin.ghamolla@gmail.com

** استادیار گروه علوم ارتباطات، واحد تهران شرق، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)
ln_niroomand@yahoo.com

*** استادیار گروه علوم ارتباطات، واحد تهران شرق، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

**** استادیار گروه علوم ارتباطات، واحد تهران شرق، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

تاریخ پذیرش: ۹۸/۴/۱۱

تاریخ دریافت: ۹۸/۳/۹

فصلنامه راهبردها/اجتماعی- فرهنگی، سال هشتم، شماره سی و یکم، تابستان ۱۳۹۸، صص ۳۴-۵

واژه‌های کلیدی: مهارت‌های زندگی، شهروندان تهرانی، سواد رسانه‌ای

مقدمه

یکی از مهمترین چالش‌های عصر جهانی شدن در سطح کلان، نفوذپذیری مرزها و انتشار بی‌حدومرز پیام‌های رسانه‌ای در جوامع است و در سطح خرد نیز دیگر دیوارهای منازل چارچوب انحصاری و شخصی شهروندان محسوب نمی‌شوند بلکه فضایی برای نفوذ امواج رسانه‌ای هستند. در شرایط فوق، چگونه می‌توان زمینه‌های شناختی و انگیزشی لازم را در شهروندان ایجاد کرد تا به‌صورت خودانگیخته نسبت به محتوا و عملکرد رسانه‌ها واکنش نشان دهند و مواجهه خود با رسانه‌ها و محتوای آن را از راه تحلیل و تعمق، معنا بخشند (مایرز، ۱۳۸۶: ۷۷).

سواد رسانه‌ای علاوه بر توانایی ملحوظ در سواد سنتی، که همان توان خواندن و نوشتن بود، توانایی تحلیل و ارزشیابی پیام‌ها و قدرت تولید و انتقال اطلاعات به دیگران در قالب‌های مختلف و با ابزار گوناگون را در انسان پدید می‌آورد. این‌گونه از سواد، با توانمندسازی انسان بر درک نحوه کار رسانه‌ها و نحوه معنی‌سازی آنها، ماهیت و اهداف تولید پیام رسانه‌ها و تأثیرات و تکنیک‌های رسانه‌های گوناگون، او را از مصرف‌کنندگی صرف خارج کرده و در برابر اثرات رسانه‌ها مقاوم می‌سازد. سواد رسانه‌ای توانایی بررسی، تجزیه و تحلیل پیام‌هایی است که اطلاع‌دهنده و سرگرم‌کننده هستند و هر روز به ما عرضه می‌شوند. سواد رسانه‌ای توانایی استفاده از مهارت‌های تفکر انتقادی و رابطه آن با تمام رسانه‌هاست - از ویدیو کلیپ‌ها و محیط‌های شبکه‌ای گرفته تا مکان‌های تولیدی در فیلم‌ها و نمایش‌های معنوی در تابلوها. سواد رسانه‌ای طرح سؤالات مناسب پیرامون چیزهایی است که وجود دارند و دیده می‌شوند و نیز توجه به چیزهایی

است که دیده نمی‌شوند، (سواد رسانه‌ای به استعداد پرسش درباره چیزی می‌پردازد که در پس تولیدات رسانه‌ای قرار می‌گیرد) انگیزه‌ها، ارزش‌ها، مالکیت، سرمایه و آگاهی از این امر که این عوامل چگونه بر محتوای پیام‌ها تأثیر می‌گذارند (نصیری و همکاران، ۱۳۹۱: ۸۴).

سواد رسانه‌ای، یکی از مهارت‌های زندگی است که امروزه با توجه به وسعت رسانه‌ها و تأثیر آنها بر همه ابعاد زندگی افراد، ضروری به نظر می‌رسد. می‌توان گفت که داشتن این مهارت برای تمامی شهروندان و افراد یک جامعه لازم و ضروری است. همچنین برای ارتقای نقش شهروندی و مشارکت فعال و مؤثر شهروندان در عصر جهانی‌شدن، سواد رسانه‌ای ضرورتی اساسی و اجتناب‌ناپذیر است. چراکه سواد رسانه‌ای به دنبال قدرتمندکردن شهروندان و تغییردادن ارتباط غیرفعالانه آنان با رسانه و تبدیل آنان به ارتباط‌گرانی فعال و پویا است. سواد رسانه‌ای شهروندان را قادر می‌سازد تا با شیوه‌ها، دستورالعمل‌ها و ساختار فرهنگ رسانه‌ای بیشتر آشنایی پیدا کرده و آن را مورد چالش قرار داده و به‌راحتی تسلیم پیام‌های رسانه‌ای نشوند. با توجه به آنکه شهروندان عصر جهانی‌شدن در یک محیط رسانه‌ای زندگی می‌کنند ضرورت دارد تا با کسب مهارت‌ها و تکنیک‌های جدید، تعامل موثرتر و عمیق‌تری با لایه‌های مختلف پیام‌های رسانه‌ای داشته باشند و مهارت‌های ارتباطی و فهم رسانه‌ای‌شان را در استفاده صحیح‌تر از رسانه‌ها ارتقاء بخشند (روگو، ۲۰۰۹: ۱۸۰).

این مهارت را می‌توان امروزه یکی از مهارت‌های اساسی در زندگی هر شهروندی دانست، چراکه در صورت آشنانیدن افراد با سواد رسانه‌ای، ممکن است در معرض آسیب‌های فراوانی قرار گیرند و ممکن است سرنوشت آنان تحت‌الشعاع پیام‌های رسانه‌ای قرار گیرد. عوامل گوناگونی می‌توانند در سواد رسانه‌ای مؤثر باشند، یکی از این عوامل، مهارت‌های زندگی است.

با توجه به رشد فناوری که در طول قرن حاضر به بالاترین سطح خود در تاریخ بشری رسیده است و با خود تحولات و تغییرات خیره‌کننده‌ای را در ابعاد

گونگون به همراه دارد، شیوه‌های رویارویی با مسائل موجود و نوظهور، هماهنگی و سازگاری با تغییرات، نحوه ارتباط با دیگران، فشارهای ناشی از شرایط محیطی، گونه‌هایی از مسائل هستند که پیش از پیش در عصر جدید مطرح می‌شوند، بنابراین زندگی در چنین شرایطی، مهارت‌های خاصی را طلب می‌کند، مهارت‌هایی که بتواند درست‌زیستن، یعنی زندگی سالم و بانشاط، توأم با صلح و بالندگی و کارآمدی را به ارمغان آورد. این مهارت‌های خاص، مهارت‌هایی شگرف هستند که برای افراد امکان یک زندگی توأم با رضایت را فراهم می‌آورند. از این مهارت‌ها با عنوان مهارت‌های زندگی یاد می‌کنند. طبق تعریف سازمان جهانی بهداشت^۱، مهارت‌های زندگی توانایی رفتار مثبت و سازگاری هستند که افراد را برای مقابله مؤثر با خواسته‌ها و چالش‌های روزمره آماده می‌کند. مهارت‌های زندگی گروهی از مهارت‌های روانی و مهارت‌های بین فردی هستند که افراد را در تصمیم‌گیری آگاهانه، حل مسائل، تفکر انتقادی و تفکر خلاق، ارتباط مؤثر، ایجاد روابط سالم، همدردی با دیگران، مدیریت و کنار آمدن با زندگی خود با یک شیوه سالم و مولد کمک می‌کند. مهارت‌های زندگی ممکن است درباره فعالیت‌های شخصی یا فعالیت‌های مربوط به دیگران باشند، همچنین ممکن است از آنها جهت تغییر محیط به یک محیط سالم استفاده شود (سازمان بهداشت جهانی، ۲۰۰۳). مهارت‌های ده‌گانه زندگی عبارتند از خودآگاهی، همدلی، ارتباط مؤثر، روابط بین فردی، تصمیم‌گیری، توانایی حل مسئله، تفکر خلاق، تفکر انتقادی، مقابله با هیجان‌های ناخوشایند و توانایی مقابله با استرس.

در زمینه سواد رسانه‌ای و مهارت‌های زندگی تحقیقات متعددی انجام شده است. به‌طور مثال کیا، داودی و کرمی (۱۳۹۵) در تحقیق خود دریافتند که متغیرهای مدت، میزان، نوع استفاده از رسانه‌ها، واقعی تلقی کردن محتوای رسانه، انگیزه و هدف مخاطبان، پایگاه اقتصادی- اجتماعی و میزان تحصیلات رابطه معنی داری با سواد رسانه‌ای دارد. تحقیق ده ریزه (۱۳۹۵) نیز نشان داد که سواد رسانه‌ای به ما قدرت کنترل بیشتری نسبت به تعابیر پیام‌ها می‌بخشد و ما را

توانمند می‌سازد تا ضمن آن که متفکرانی منتقد باشیم خود نیز به مولدین خلاق پیام‌ها تبدیل شویم. رشد آگاهی در میان مردم از طریق رسانه‌های جمعی، ارائه برنامه‌ها و افراد منتقد، ارائه آمار از بهترین‌های رسانه‌ها در جهان برای ارزیابی و بازشناسی شاخص‌های نقد رسانه‌ای، استفاده از تحلیل گران و کارشناسان برای آموزش، فرهنگ سازی و تعامل رسانه‌ای مناسب با مخاطبان در جذب سریع بازخورد رسانه‌ای در میان مردم و ترتیب اثردهی به نظریات اқشار مختلف بر اساس منطق، همه و همه کمک شایانی، به ارتقای سواد رسانه‌ای در جامعه خواهد کرد. باهنر و چابکی (۱۳۹۳) در تحقیقشان نشان دادند که بیشترین میزان توجه در اسناد به مؤلفه استفاده و دسترسی بوده و مؤلفه درک انتقادی و توانایی‌های ارتباطی مخاطبان کمتر مورد توجه قرار گرفته است. نکته قابل توجه در این اسناد استفاده از واژه سواد الکترونیکی، سواد اطلاعاتی، سواد دیجیتالی و عدم استفاده از واژه سواد رسانه‌ای است.

سواد رسانه‌ای امروزه از مهارت‌هایی است که به دلیل فراوانی رسانه‌ها و تولید محتواهای زیاد و متنوع و در برگیری زیاد آنها، هر شهروند نیازمند به یادگیری و آموزش آن است. این مهارت می‌تواند تأثیر زیادی بر زندگی هر فرد داشته باشد. عوامل متعددی در سواد رسانه‌ای نقش دارند. یکی از آنها مهارت‌های زندگی است. مهارت‌های زندگی که توسط سازمان بهداشت جهانی برای داشتن زندگی بهتر و با کیفیت‌تر مطرح شده است، برای زندگی در قرن بیست و یکم ضروری است. داشتن این مهارت‌ها می‌تواند سواد رسانه‌ای را تحت الشعاع قرار دهد. با توجه به توضیحات فوق محقق به دنبال پاسخ این سؤال است که مهارت‌های زندگی شهروندان تهرانی بر سواد رسانه‌ای آنان چه تأثیری دارد؟

چارچوب نظری

در این تحقیق از نظریه سواد رسانه‌ای پاتر و مهارت‌های زندگی سازمان بهداشت جهانی استفاده شد. از نظر پاتر، ابعاد سواد رسانه‌ای نقش مهمی در درک اهداف رسانه توسط مخاطبان بازی می‌کند. سواد رسانه‌ای الگویی چندعاملی است و ساختارهای دانش، منبع شخصی، وظایف پردازش اطلاعات و مهارت‌ها و

توانایی‌ها عامل‌های مدل سواد رسانه‌ای هستند (کاووسی، ۱۳۸۵: ۱۷) که دائماً یکدیگر را پشتیبانی می‌کنند. چهار بعد مدنظر پاتر عبارتند از:

الف- بعد ادراکی: این بعد از سواد رسانه‌ای مربوط به دانش و اطلاعات قبلی مخاطبان نسبت به محتوای پیامی است که از یک رسانه خاص انتقال داده می‌شود. این اطلاعات در مغز مستقر هستند. بعد ادراکی حیطه‌ای است که به فرآیندهای ذهنی و افکاری مربوط می‌شود. شایستگی‌های ادراکی، مجموعه‌ای از شناخت ساده نشانه‌ها تا درک پیچیده‌ترین پیام‌ها و کشف علل نحوه ارائه خاص آنها به وسیله یک رسانه را در برمی‌گیرد.

ب- بعد احساسی: به میزان پیامدهای احساسی مثبت یا منفی گفته می‌شود که مخاطبان نسبت به محتوای پیام رسانه‌ای خاصی قول می‌باشند. احساساتی همچون عشق، نفرت، خشم، شادی و ناامیدی، سردرگمی، تردید و دودلی.

ج- بعد زیبایی‌شناسی: این بعد از سواد رسانه‌ای حاوی اطلاعاتی درباره روش و چگونگی تولید پیام است. این اطلاعات بنیانی، زمینه لازم را برای مخاطبان به منظور قضاوت در مورد نویسندگان، بازیگران، طراحان، نوازندگان، نورپردازان و ... بسته به اینکه پیام از چه رسانه‌ای انتقال داده می‌شود، فراهم می‌کند و به طور کلی این بعد از سواد رسانه‌ای در داشتن دید نقادانه بسیار حائز اهمیت است.

د- بعد اخلاقی: این بعد از سواد رسانه‌ای که با ارزش‌های مخاطبان سروکار دارد و به تقویت آن می‌پردازد شامل اطلاعاتی درباره ارزش‌ها است که در ضمیر و روح انسانی مستقر است. اطلاعات اخلاقی، ملاک و معیاری برای قضاوت راجع به «درست و غلط» را فراهم می‌کند. ما درباره خوبی یا بدی شخصیت‌های یک داستان قضاوت می‌کنیم. هرچه اطلاعات اخلاقی ما دقیق‌تر باشد، ارزش‌های نهفته در پیام‌های رسانه‌ای را با عمق بیشتری درک می‌کنیم و قضاوت‌هایمان درباره آن ارزش‌ها دقیق‌تر و منطقی‌تر خواهد شد (کاووسی، ۱۳۸۵: ۱۷).

در زمینه مهارت‌های زندگی نیز از تعریف سازمان بهداشت جهانی در این

زمینه استفاده گردید. طبق تعریف سازمان جهانی بهداشت، مهارت‌های زندگی توانایی رفتار مثبت و سازگاری هستند که افراد را برای مقابله مؤثر با خواسته‌ها و چالش‌های روزمره آماده می‌کند. در حالت خاص، مهارت‌های زندگی گروهی از مهارت‌های روانی و مهارت‌های بین فردی هستند که افراد را در تصمیم‌گیری آگاهانه، حل مسائل، تفکر انتقادی و تفکر خلاق، ارتباط مؤثر، ایجاد روابط سالم، همدردی با دیگران، مدیریت و کنار آمدن با زندگی خود با یک شیوه سالم و مولد کمک می‌کند. مهارت‌های زندگی ممکن است درباره فعالیت‌های شخصی یا فعالیت‌های مربوط به دیگران باشند، همچنین ممکن است از آنها جهت تغییر محیط به یک محیط سالم استفاده شود. مهارت‌های ده‌گانه زندگی عبارتند از خودآگاهی، همدلی، ارتباط مؤثر، روابط بین فردی، تصمیم‌گیری، توانایی حل مسئله، تفکر خلاق، تفکر انتقادی، مقابله با هیجان‌های ناخوشایند و توانایی مقابله با استرس (سازمان بهداشت جهانی، ۲۰۰۳).

مهارت‌های زندگی

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

موضوع مهارت‌های زندگی در سال ۱۹۷۹ و با اقدامات گیلبرت برتوین^۱ مطرح شد. وی مجموعه‌ای از دوره‌های آموزشی مهارت‌های زندگی را برای دانش آموزان کلاس هفتم تا نهم تدوین کرد که با استقبال فراوان متخصصان بهداشت روانی مواجه شد. این برنامه آموزشی به نوجوانان یاد می‌داد که چگونه با استفاده

1. Gilbert bertoin

از مهارت‌های قاطعیت، تصمیم‌گیری و تفکر نقاد، در مقابل وسوسه یا پیشنهاد سوء مصرف مواد از سوی همسالان، مقاومت کنند (بهاری و شفیق‌پور، ۱۳۸۴: ۲۵).

دیوید سلبی^۱ معتقد است که هدف از آموزشی مهارت‌های زندگی، افزایش توانایی‌های روحی اجتماعی است؛ مهارت‌هایی که افراد را در اداره مؤثر نیازها، سختی‌ها و فشارهای زندگی توانا سازد (ادیب، ۱۳۸۲: ۱۳). اصطلاح مهارت‌های زندگی به گروه بزرگی از مهارت‌های روانی اجتماعی و میان فردی گفته می‌شود که به افراد کمک می‌کنند تصمیماتشان را با آگاهی اتخاذ کنند، به طور مؤثر ارتباط برقرار سازند، مهارت‌های مقابله و مدیریت شخصی خود را گسترش دهند و زندگی سالم و بارآور داشته باشند. مهارت‌های زندگی می‌توانند اعمال شخصی و اعمال مربوط به دیگران و نیز اعمال مربوط به محیط اطراف را طوری هدایت کنند که به سلامت بیشتر منجر شود. سلامت بیشتر یعنی آسایش بیشتر جسمانی، روانی و اجتماعی (کردنوقانی و شریفی، ۱۳۸۴: ۱۳).

آموزش مهارت‌های زندگی فرد را قادر می‌سازد تا دانش، ارزش‌ها و نگرش‌ها را به توانایی‌های بالفعل تبدیل کند. مهارت‌های زندگی، فرد را قادر می‌سازند، انگیزه و رفتار سالم داشته باشد و فرصت و میدان انجام چنین رفتارهایی را نیز به وجود می‌آورند. مهارت‌های زندگی، کودکان و نوجوانان را قادر می‌سازند که دانش آنچه را که می‌دانند، نگرش و ارزش‌های آنچه را احساس می‌کنند و بدان باور دارند، به عمل در آورند. مهارت‌های زندگی به افراد کمک می‌کنند در وضعیت‌های مختلف با سایرین به نحو مطلوب و شایسته‌ای ارتباط برقرار کنند تا نتایج مثبتی به دست آورند.

سواد رسانه‌ای

در عصر حاضر، استفاده از رسانه‌ها و فناوری‌های نوین ارتباطی به تنهایی نمی‌تواند ما را در دستیابی به توسعه انسانی یاری کند. چراکه ما نیاز داریم بدانیم در چنین فضایی چگونه از رسانه‌ها و منابع اطلاعاتی آن‌ها بهره بگیریم، چه

1. Deivid selbi

چیزهایی را انتخاب و چه اطلاعاتی را پس بزنیم و در کل به شناختی از زندگی در این عصر برسیم. این فرایند مستلزم دستیابی به سطح معقولی از مهارت‌ها و دانش است تا بر پایه آن بتوان ارتباط با رسانه‌ها را در پیش گرفت و از حالت انفعالی و یک‌سویه با رسانه‌های جدید خارج شد. سواد رسانه‌ای مهارت‌های لازم برای برقراری ارتباطی متفکرانه و آگاهانه با رسانه‌ها را به ما می‌آموزد و در عین حال نگاهی دقیق، دیدگاهی نقادانه و تحلیلی نسبت به پیام‌های رسانه‌های مختلف و فناوری‌های نوین را فراهم می‌آورد (بابایی راد، ۱۳۸۷: ۱۳۳).

برهمن اساس در عصر اطلاعات، سواد رسانه‌ای نوعی مهارت بقا محسوب می‌شود. افرادی که دارای سواد رسانه‌ای هستند می‌توانند از میان انبوه اطلاعات دست به انتخاب بزنند، تحلیل کنند، نقد کنند و رسانه‌ها را درک کنند، این موضوع در مورد رسانه‌های جدید بیشتر مصداق پیدا می‌کند؛ رسانه‌هایی که هم فراگیرترند و هم از پیچیدگی بیشتری در تبادل اطلاعات برخوردارند.

پیشینه تحقیق

- اسمعیل پونکی و همکاران (۱۳۹۵) تحقیقی با عنوان *سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی و تأثیر آنها بر قابلیت‌های کارآفرینی انجام دادند*. این پژوهش بر مبنای هدف از نوع کاربردی و برحسب روش پیمایشی از نوع 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 دو روش بررسی اسناد و مطالعات کتابخانه‌ای و پرسشنامه استفاده شده است. ابتدا از روش مطالعه اسنادی و کتابخانه‌ای برای بررسی مبانی نظری سواد رسانه‌ای، سواد اطلاعاتی و کارآفرینی بهره برده شد؛ سپس با بررسی پیشینه‌ها و بر اساس مدل پژوهش، پرسشنامه موردنظر ساخته شد و در بین جامعه آماری پخش گردید. پایایی ابزار با استفاده از آلفای کرونباخ مقدار ۰/۹۱۷ 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 و سطح ویژگی‌های

کارآفرینی در حد نسبتاً مطلوب قرار دارد.

- نصیری (۱۳۹۵) تحقیقی با عنوان *سواد اخلاقی به‌عنوان یکی از رهیافت‌های سواد رسانه‌ای و مسئولیت اجتماعی انجام داد*. خالق بدون در نظر گرفتن انسان و کنش‌هایش بی‌معناست و قضاوت اخلاقی نوعی کنش انسانی نسبت به پیام‌هایی است که فرد از محیط پیرامونش کسب می‌کند. زمانی که صحبت از رسانه به یکسری رسانه‌های خاص می‌شود به زعم نویسنده؛ رسانه و پیام صرفاً مانند مطبوعات، کتاب، رادیو، تلویزیون، ماهواره، فضای مجازی و پیام‌هایشان اطلاق نمی‌گردد، بلکه هر آنچه که در اطراف ما وجود دارد می‌تواند همانند یک رسانه عمل کرد، کما اینکه هر فردی خود می‌تواند یک رسانه باشد. هدف اصلی نوشتار حاضر بررسی سه مؤلفه سواد رسانه‌ای، سواد اخلاقی و مسئولیت اجتماعی و ارتباط میان آنها در کنار الزامات عاملیت انسانی به‌عنوان رسانه در بستر جامعه است؛ تا بتوان با تحلیل منطقی برخی از زوایا، افق‌ها و چالش‌های پیشروی این مفاهیم را نشان داد. قاعده اساسی این بحث توجه به امنیت، سلامت و آسایش همگان که همان مسئولیت اجتماعی و توانایی مدیریت مناسب آن است، است. با در نظر داشتن این موضوع که مفهوم اخلاق با فهم و دانش مسئولیت اجتماعی، تحت عنوان سواد اخلاقی و به‌عنوان یکی از اضلاع سواد رسانه‌ای (حوزه شناختی، عاطفی، زیبایی شناختی و اخلاقی) می‌توان هم‌تراز با سایر نیازهای انسان قرن بیست و یکم برای زندگی فرض کرد. همانطور که اخلاق به بعد شخصی و فردی تصمیمات و رفتارهای ارتباطی توجه دارد. در مقابل، مسئولیت اجتماعی به جنبه اجتماعی و مسائل فراشخصی مرتبط است؛ و سواد رسانه‌ای در این میان به هر دو رویکرد نیازمند است.

- فتحی و همکاران (۱۳۹۴) تحقیقی را با عنوان *سواد رسانه‌ای والدین و مصرف برنامه‌های تلویزیونی کودکان؛ مورد مطالعه: شهر تهران انجام دادند*. پژوهشی با هدف بررسی رابطه سواد رسانه‌ای والدین با مصرف برنامه‌های تلویزیونی کودکان ۵ تا ۱۰ ساله تهرانی با حجم نمونه ۴۰۰ نفر به روش پیمایشی انجام شود. بر اساس نتایج این پژوهش بیش از ۹۵ درصد از والدین اذعان دارند

که کودکان آنان برنامه‌های سیمای جمهوری اسلامی ایران را تماشا می‌کنند. ۴۳ درصد از مادران در حد زیاد و ۴۳ درصد در حد کم کودکانشان را در تماشای برنامه‌های تلویزیون همراهی می‌کنند. تنها ۱۴ درصد از مادران اصلاً فرزندان خود را به هنگام تماشای برنامه‌های تلویزیون همراهی نمی‌کنند؛ براساس مدل نظری به‌دست‌آمده از چهارچوب نظری و مورد تأیید داده‌های پژوهش به ترتیب سهم شاخص‌های سواد رسانه‌ای به ترتیب برنامه‌ریزی و ساختار ۰/۵۳۳/ مهارت‌ها ۰/۲۸۵/ جایگاه مخاطب ۰/۲۳۴/ و پیام و پردازش پیام ۰/۲۳۲/ می‌باشند.

- مین‌باشی، آقاسی (۱۳۹۴) تحقیقی با عنوان بررسی سواد رسانه‌ای در تعامل با شبکه‌های اجتماعی مجازی؛ مطالعه دانشجویان دانشگاه‌های تهران انجام داد. این مقاله تلاش دارد سواد رسانه‌ای دانشجویان را در تعامل با شبکه‌های اجتماعی مجازی ارزیابی نماید. اطلاعات به کار رفته در این مطالعه از نتایج نظرسنجی انجام شده در دانشگاه‌های دولتی شهر تهران که با ۴۰۲ نمونه در خرداد ۱۳۹۳ انجام شده، استخراج شده است. در این پژوهش میزان و چگونگی استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی چون «فیس بوک»، «وایبر»، «تانگو» و غیره بررسی شده است که می‌تواند در زمینه مطرح شده رهنمون باشد.

- اشرفی ریزی و همکاران (۱۳۹۳) تحقیقی را با عنوان میزان سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی در بین دانشجویان براساس شاخص‌های سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی یونسکو انجام دادند. یافته‌ها نشان داد 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 است. مقایسه بین جنسیت و وضعیت تأهل و میزان سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی نشان داد که بین سواد اطلاعاتی و متغیرهای مذکور تفاوت معنی‌داری وجود ندارد.

- لیچ^۱ (۲۰۱۷) تحقیقی را با عنوان طراحی جهانی برای یادگیری: اصول راهنمایی برای کاهش موانع صلاحیت سواد رسانه‌ای دیجیتالی و رسانه‌ای انجام

داد. تولید رسانه‌های دیجیتال یک رویکرد مبتنی بر تحقیق است که اصول طراحی وب برای یادگیری (UDL) را آموزش می‌دهد و گزینه‌هایی برای یادگیری و ارزیابی برای مجموعه‌ای گسترده از دانش آموزان با توانایی‌های مختلف یادگیری فراهم می‌کند و تجارب کشف استعداد برخی از دانش آموزانی را که «ناتوان» نامگذاری شده است، به رسمیت می‌شناسند. برای برخی از افراد، کشف توانایی‌هایشان که هنگام یادگیری از طریق فرآیند تولید فعال می‌شود، می‌تواند باعث یادگیری عمیق‌تر شود. گرچه دسترسی، کیفیت معلمان و استراتژی‌های ارزیابی چالش‌های مهمی را نشان می‌دهند، تجربیات یادگیری تولید رسانه‌های دیجیتال، یک محیط غنی و اجتماعی تعاملی ارائه می‌دهند که ارتباطات باز و هیجان را برای یادگیری فراهم می‌کند.

- پروبست^۱ (۲۰۱۷) تحقیقی را با عنوان تأثیر آموزش سواد رسانه‌های اجتماعی در یادگیری اجتماعی و احساسی انجام داد. این مقاله امکان استفاده از آموزش سواد رسانه‌های اجتماعی را به‌عنوان بخشی از برنامه آموزشی فردی (IEP) برای بهبود نتایج یادگیری اجتماعی و احساسی دانش‌آموزان معلول بررسی می‌کند. این مقاله چارچوبی برای استفاده از مباحث کلیدی برای تدریس صلاحیت‌های اجتماعی و عاطفی خاص و اهداف دانش‌آموزان با معلولیت‌های اجتماعی و عاطفی فراهم می‌کند. با استفاده از مباحث کلیدی سواد رسانه‌ای برای آموزش توانمندی‌ها، مربیان می‌توانند دانش آموزان را با راهبردهای تجزیه و تحلیل، ارزیابی، ایجاد و اقدامات مسئولانه در دنیای دیجیتال، در کنار مهارت‌های اجتماعی و عاطفی که معمولاً با بسیاری از عواطف اجتماعی، احساسی و اختلالات رفتاری همراه است آشنا کنند.

- ویتورث (۲۰۱۲) در پژوهش خود به تشریح یک مدل پرداخته است که می‌تواند برای درک و تولید شیوه‌های مختلف تجسم و پیاده‌سازی سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی مورد استفاده قرار گیرد. نتایج نشان داد این مدل جهت تجزیه و تحلیل طیف وسیعی از اقدامات در راستای ارتقای سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی، شامل

خودآموزها، دوره‌های آموزشی و یک پروژه در امر آموزش جامعه قابل استفاده است و این که چگونه رسانه‌های اجتماعی می‌توانند مجموعه‌ای از منابع اطلاعاتی تعریف شده، با کیفیت خوب برای جامعه خود ایجاد نمایند.

- صالح (۲۰۱۲) 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 ارتقای سطح سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی در میان محرومان آفریقای جنوبی ارائه می‌دهد.

فرضیه‌های تحقیق

۱. مهارت خودآگاهی بر سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی تأثیر دارد.
۲. مهارت همدلی بر سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی تأثیر دارد.
۳. مهارت ارتباط مؤثر بر سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی تأثیر دارد.
۴. مهارت روابط بین‌فردی بر سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی تأثیر دارد.
۵. مهارت تصمیم‌گیری بر سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی تأثیر دارد.
۶. مهارت توانایی حل مسئله بر سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی تأثیر دارد.
۷. مهارت تفکر خلاق شهروندان بر سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی تأثیر دارد.
۸. مهارت تفکر انتقادی بر سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی تأثیر دارد.
۹. مهارت مقابله با هیجان‌های ناخوشایند بر سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی تأثیر دارد.
۱۰. مهارت توانایی مقابله با استرس بر سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی تأثیر دارد.
۱۱. مهارت‌های زندگی بر بعد شناختی سواد رسانه‌ای بر شهروندان تهرانی تأثیر دارد.
۱۲. مهارت‌های زندگی بر بعد زیبایی‌شناختی سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی تأثیر دارد.
۱۳. مهارت‌های زندگی بر بعد احساسی سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی تأثیر دارد.

۱۴. مهارت‌های زندگی بر بعد اخلاقی سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی تأثیر دارد.

روش تحقیق

در این تحقیق، روش پیمایشی، تکنیک پیمایشی و ابزار اندازه‌گیری؛ پرسشنامه محقق ساخته است. جامعه آماری شامل شهروندان شهر تهران است. براساس آخرین سرشماری جمعیت شهروندان تهران در حدود ۱۳ میلیون نفر است. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران حجم نمونه ۳۸۵ نفر به دست آمد. در این پژوهش از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای استفاده شد. شهر تهران به ۵ بخش، شمال، جنوب، شرق، غرب و مرکز تقسیم شد. در ابتدا با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده از بین ۲۲ منطقه شهر تهران در هر بخش، ۳ منطقه انتخاب شدند. سپس اسامی محلات هر منطقه بر روی کاغذ نوشته شد و درون کیسه‌ای ریخته شد و از هر منطقه ۲ محله انتخاب شدند. سپس در هر محله با استفاده از روش تصادفی ساده ۲ کوچه انتخاب شدند. از بین پلاک منازل موجود در هر کوچه نیز ۷ پلاک به صورت تصادفی ساده انتخاب شدند و پرسشنامه در بین آنها توزیع و جمع‌آوری گردید. برای سنجش سواد رسانه‌ای و مهارت‌های زندگی از پرسشنامه استاندارد استفاده می‌شود. مقیاس مهارت‌های زندگی توسط ساعتچی و همکاران (۱۳۸۹) ساخته شد. سؤالات از نوع بسته و مقیاس اندازه‌گیری سؤالات، از نوع مقیاس لیکرت بود.

تعاریف مفهومی و عملیاتی متغیرها

مهارت‌های زندگی: مهارت‌های زندگی را به‌عنوان توانایی‌ها، دانش‌ها، نگرش‌ها و رفتارهایی تعریف کرده‌اند که برای شادمانی و موفقیت در زندگی آموخته می‌شود. این مهارت‌ها انسان را قادر می‌سازد تا با موقعیت‌های زندگی سازگاری یابد و به آنها تسلط داشته باشند. از طریق رشد این مهارت‌ها افراد یاد می‌گیرند تا به راحتی با دیگران زندگی کنند، احساس خود را با امنیت خاطر بیان کنند و زندگی را دوست داشته باشند (فرمهبینی فراهانی؛ پیداد، ۱۳۸۸: ۹۶).

خودآگاهی: مهارت خودآگاهی، توانایی شناخت از نقاط ضعف و قوت، خواسته‌ها، نیازها، رغبت‌ها و تصویر واقع‌بینانه از خود است تا حقوق فردی، اجتماعی و مسئولیت‌های خود را بهتر بشناسیم. با کسب این مهارت به این سؤال اساسی که «من کیستم؟» پاسخ می‌گوییم (دهستانی، ۱۳۸۷).

همدلی: همدلی یعنی اینکه فرد بتواند زندگی دیگران را حتی زمانی که در آن شرایط قرار ندارد درک کندهمدلی به فرد کمک می‌کند تا بتواند انسان‌های دیگر را حتی وقتی با آنها متفاوت است بپذیرد و به آنها احترام بگذارد. همدلی روابط اجتماعی را بهبود می‌بخشد و به ایجاد رفتارهای حمایت‌کننده و پذیرنده نسبت به انسان‌های دیگر منجر می‌شود این مهارت موجب می‌شود تا به دیگران توجه کرده و آنها را دوست داشته باشیم و با ایجاد روابط اجتماعی بهتر به هم نزدیکتر شویم (خانزاده، ۱۳۹۲).

ارتباط مؤثر: کسب این مهارت به ما می‌آموزد برای درک موقعیت دیگران چگونه به سخنان آنان فعالانه گوش دهیم و چگونه دیگران را از احساس و نیازهای خود آگاه کنیم تا ضمن به دست آوردن خواسته‌های خود طرف مقابل نیز احساس رضایت کند (میلبرن، ۱۳۸۵). روابط بین فردی: مهارتی است که ضمن تقویت روحیه مشارکت موجب می‌شود روابط بین فردی مؤثر و مثبت فرد با انسان‌های دیگر ایجاد شود. یکی از این موارد توانایی ایجاد روابط دوستانه است که در سلامت روانی و اجتماعی نقش بسیار مهمی دارد. روابط اجتماعی سالم و روابط گرم خانوادگی به‌عنوان یک منبع مهم روابط بین فردی هستند (وود، ۱۳۸۴).
تصمیم‌گیری: مهارت تصمیم‌گیری به ما کمک می‌کند تا با اطلاعات و آگاهی کافی راه‌حل‌های مختلف از بین بهترین راه‌حل را انتخاب کرده و به کار بگیریم و پذیرای پیامدهای آن نیز باشیم. این توانایی به فرد کمک می‌کند تا به نحو مؤثرتری در مورد مسائل تصمیم‌گیری کند. اگر کودکان و نوجوانان بتوانند با توجه به اهداف واقع‌بینانه خود جوانب مختلف انتخاب را بررسی کرده و پیامد هر انتخاب را ارزیابی کنند مسلماً می‌توانند در سطوح بالاتر بهداشت اعمالشان نیز تصمیم‌گیری کنند (ادیب، ۱۳۸۲).

توانایی حل مسئله: مهارت حل مسئله این توانایی را به ما می‌دهد که با توجه به تجارب عملی و توانمندی‌های ذهنی خود بتوانیم در جهت حل مسئله یا مشکل قدم برداشته و به نتیجه مطلوب دست یابیم. این توانایی همچنین فرد را قادر می‌سازد تا به طور مؤثرتری مسائل

زندگی را حل کند. مسائل مهم زندگی چنانچه حل نشده باقی بماند استرس، روانی ایجاد می‌کند (ادیب، ۱۳۸۲)

تفکر خلاق: فکر کردن مهارتی است که از کودکی می‌آموزیم. مهارت تفکر خلاق، قدرت کشف و تولید اندیشه جدید را برای ما فراهم می‌آورد. مهارت تفکر خلاق به ما کمک می‌کند در مواجهه با حوادث ناگوار چگونه احساسات منفی خود را به احساسات مثبت تبدیل کنیم. تفکر خلاق نوع دیگر دیدن است. در این تفکر هیچ‌گاه مشکل یک عامل مزاحم به حساب نمی‌آید بلکه یک فرصت برای کشف راه‌حل‌های نو و بدیع تلقی می‌شود که تاکنون کسی به آن توجه نکرده است. (نظری، ۱۳۸۴)

تفکر انتقادی: تفکر نقادانه نوعی دیگر از تفکر است. کسب این مهارت به ما می‌آموزد تا هر چیزی را به سادگی قبول یا رد کنیم، ابتدا در مورد آن موضوع سؤال و استدلال کنیم، سپس بپذیریم یا رد کنیم. کسانی که از تفکر نقادانه برخوردارند، فریب دیگران را نمی‌خورند و به راحتی جذب گروه‌ها و افراد و... نمی‌شوند، چراکه همواره با سؤال کردن به عاقبت کار می‌اندیشند (اکبری زردخانه، ۱۳۹۲).

مقابله با هیجان‌های ناخوشایند: این توانایی فرد را قادر می‌سازد تا هیجان‌ها را در خود و دیگران تشخیص دهد، نحوه تأثیر هیجان‌ها بر رفتار را بداند و بتواند واکنش مناسبی به هیجان‌های مختلف نشان دهد. اگر با حالات هیجانی، مثل غم و خشم یا اضطراب درست برخورد نشود این هیجان تأثیر منفی‌ای بر سلامت جسمی و روانی خواهد گذاشت و برای سلامت، پیامدهای منفی به دنبال خواهد داشت (بیرامی و مرادی، ۱۳۸۵).

توانایی مقابله با استرس: این توانایی شامل شناخت استرس‌های مختلف

زندگی و تأثیر آنها بر فرد است. شناسایی منابع استرس و نحوه تأثیر آن بر انسان، فرد را قادر می‌سازد تا با اعمال و موضع‌گیری‌های خود فشار و استرس را کاهش دهد (اورنسن، ۱۳۸۱).

سواد رسانه‌ای: توانایی و قدرت دسترسی، تحلیل، ارزیابی و انتقال اطلاعات و پیام‌های رسانه‌ای که می‌توان در چارچوب‌های مختلف چاپی و غیر چاپی عرضه نمود را سواد رسانه‌ای می‌گویند (کانسیداین، ۱۳۷۹: ۲۳۳).

حوزه شناختی سواد رسانه‌ای: شمول شناختی یا ادراکی حیطه‌ای است که به فرایندهای ذهنی و فکری مربوط می‌شود. شایستگی‌های ادراکی، مجموعه‌ای از شناخت ساده نشانه‌ها تا درک پیچیده‌ترین پیام‌ها و کشف علل نحوه ارائه خاص آن به وسیله یک رسانه را در برمی‌گیرد. این همان بعد عقلانی است که به ایجاد مضمونی غنی در فرایند ساختن معنا منتهی می‌شود. به تعبیر دیگر این بعد را می‌توان ناظر بر این تعریف از ارتباطات به شمار آورد، ارتباطات عبارت‌اند از: فراگرد تفهیم و تفاهم و تسهیم معنی مشروط بر مشابَهت معنی بین فرستنده و گیرنده پیام (قاسمی، ۱۳۸۹: ۸۸).

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

بعد زیباشناختی سواد رسانه‌ای: بعد زیباشناختی شامل اطلاعاتی درباره چگونگی تولید یک پیام است. این اطلاعات مبنای قضاوت ما در برابر این پرسش است که چه کسی بهترین نویسنده، عکاس، بازیگر، خواننده موسیقی‌دان،

کارگردان، تدوینگر و ... است این بعد به ما کمک می‌کند تا درباره محصولات استادانه و خلاقانه مثل تدوین، ویراستاری، نورپردازی، طراحی، بازیگردانی، صدابرداری، صفحه‌آرایی و ... قضاوت و داوری کنیم. این مهارت برای بعضی متخصصان ضروری و مهم است (پاتر، ۱۳۹۱: ۶۵).

بعد اخلاقی سواد رسانه‌ای: عرصه اخلاقی شامل اطلاعات درباره ارزش‌هاست. اطلاعات اخلاقی را اطلاعاتی تلقی کنید که در ضمیر و روح مستقر است. این نوع اطلاعات بنیانی برای قضاوت راجع به درست و غلط فراهم می‌کند.

تعریف عملیاتی

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

خودآگاهی: نمره‌ای که فرد از پاسخگویی به سؤال‌های مربوط به این مؤلفه (گویه‌های ۱ تا ۱۱) در پرسش‌نامه مهارت‌های زندگی به دست می‌آورد.

همدلی: نمره‌ای که فرد از پاسخگویی به سؤال‌های مربوط به این مؤلفه (گویه‌های ۷۷-۸۳) در پرسش‌نامه مهارت‌های زندگی به دست می‌آورد.

ارتباط مؤثر: نمره‌ای که فرد از پاسخگویی به سؤال‌های مربوط به این مؤلفه (گویه‌های ۱۲ تا ۲۲) در پرسش‌نامه مهارت‌های زندگی به دست می‌آورد.

روابط بین فردی: نمره‌ای که فرد از پاسخگویی به سؤال‌های مربوط به این مؤلفه (گویه‌های ۲۳-۳۴) در پرسش‌نامه مهارت‌های زندگی به دست می‌آورد.

تصمیم‌گیری: نمره‌ای که فرد از پاسخگویی به سؤال‌های مربوط به این مؤلفه (گویه‌های ۳۵-۴۲) در پرسش‌نامه مهارت‌های زندگی به دست می‌آورد.

توانایی حل مسئله: نمره‌ای که فرد از پاسخگویی به سؤال‌های مربوط به این مؤلفه (گویه‌های ۵۱ تا ۵۶) در پرسش‌نامه مهارت‌های زندگی به دست می‌آورد.

تفکر خلاق: نمره‌ای که فرد از پاسخگویی به سؤال‌های مربوط به این مؤلفه (گویه‌های ۵۷-۶۲) در پرسش‌نامه مهارت‌های زندگی به دست می‌آورد.

تفکر انتقادی: نمره‌ای که فرد از پاسخگویی به سؤال‌های مربوط به این مؤلفه (گویه‌های ۶۳-۶۹) در پرسش‌نامه مهارت‌های زندگی به دست می‌آورد.

مقابله با هیجان‌های ناخوشایند: نمره‌ای که فرد از سؤالات مربوط به این مؤلفه در پرسش‌نامه مهارت‌های زندگی به دست می‌آورد.

توانایی مقابله با استرس: نمره‌ای که فرد از پاسخگویی به سؤال‌های مربوط به این مؤلفه (گویه‌های ۴۳-۵۰) در پرسش‌نامه مهارت‌های زندگی به دست می‌آورد.

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

بعد ادراکی سواد رسانه‌ای: نمره‌ای که فرد از پاسخگویی به سؤال‌های مربوط به این مؤلفه (گویه‌های ۱ تا ۴) در پرسش‌نامه سواد رسانه‌ای به دست می‌آورد.

بعد احساسی سواد رسانه‌ای: نمره‌ای که فرد از پاسخگویی به سؤال‌های مربوط به این مؤلفه (گویه‌های ۵ تا ۷) در پرسش‌نامه سواد رسانه‌ای به دست می‌آورد.

بعد زیبایی‌شناسی سواد رسانه‌ای: نمره‌ای که فرد از پاسخگویی به سؤال‌های مربوط به این مؤلفه (گویه‌های ۸ تا ۱۱) در پرسش‌نامه سواد رسانه‌ای به دست می‌آورد.

بعد اخلاقی سواد رسانه‌ای: نمره‌ای که فرد از پاسخگویی به سؤال‌های مربوط به این مؤلفه (گویه‌های ۱۲-۱۵) در پرسش‌نامه سواد رسانه‌ای به دست می‌آورد.

روایی پرسشنامه تحقیق

ابتدا پرسشنامه‌های (مهارت‌های زندگی و سواد رسانه‌ای) همراه با اهداف و فرضیه‌های پژوهش به تعدادی از اساتید که در زمینه موضوع پژوهش از تجربه و تخصص کافی برخوردارند داده تا در مورد سؤال‌های پرسشنامه و ارتباط آن با اهداف و فرضیه‌های پژوهش قضاوت و داوری کنند. آنگاه نظرات آنها جمع‌آوری و پرسشنامه‌ها پس از اصلاح بر روی مدیران اجرا خواهد شد.

جدول ۱. آزمون KMO و کرویت بارتلت

Kmo	
۰/۶۱۱	۰/۷۱۱
۰/۶۱۱	۰/۷۱۱

بر اساس نتایج جدول فوق مشخص است که میزان آماره^۱ KMO جهت بررسی کفایت نمونه‌گیری برابر با ۰.۷۱۱ محاسبه شده است که اگر این میزان بالاتر از ۰/۶ باشد حاکی از آن است که نمونه انتخاب شده از کفایت لازم برخوردار است. همچنین آزمون کرویت بارتلت^۲ حاکی از آن بود که میزان کای اسکوتر برابر با ۷۰۹.۳۵۲ به دست آمده که در سطح $P < 0.01$ معنادار است که مضمون آن حاکی از آن است که داده‌ها توانایی عاملی شدن را دارند و در نهایت ما را به این نتیجه می‌رساند که ابزار اندازه‌گیری از روایی لازم برخوردار است.

پایایی ابزار

ابتدا ۳۰ نفر از آزمودنی‌ها به صورت تصادفی انتخاب کرده، هر دو پرسشنامه روی آنها اجرا، با استفاده از روش آلفای کرونباخ ضریب پایایی محاسبه شد و ۰.۷۰۵ به دست آمد. در این آزمون مقدار آلفا بزرگ‌تر از ۰.۷ است، بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که سؤالات پرسشنامه از اعتبار لازم برخوردارند.

یافته‌های تحقیق

یافته‌های توصیفی

۱۱۱	۱۱۱	۱۱۱
۱۱۱	۱۱۱	۱۱۱
۱۱۱	۱۱۱	۱۱۱
۱۱۱	۱۱۱	۱۱۱

1. Kayser- Meyer- Oklin
2. Bartlett's Test of Sphericity

(۰.۱۴)، مهارت تصمیم‌گیری (۰.۴۰)، مهارت حل مسأله (۰.۲۵)، مهارت تفکر خلاق (۰.۳۲)، مهارت تفکر انتقادی (۰.۳۹)، مهارت مقابله با هیجان (۰.۱۸)، مهارت مقابله با استرس (۰.۱۰) از تغییرات متغیر وابسته (سواد رسانه‌ای) را پیش‌بینی می‌کند.

بحث و نتیجه‌گیری

نتایج تحقیق نشان داد که مهارت خودآگاهی بر سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی تأثیر معناداری دارد. این نتیجه را این‌گونه می‌توان تبیین نمود که مهارت خودآگاهی، توانایی شناخت از نقاط ضعف و قوت، خواسته‌ها، نیازها، رغبت‌ها و تصویر واقع‌بینانه از خود است تا حقوق فردی، اجتماعی و مسئولیت‌های خود را بهتر بشناسیم. با کسب این مهارت به این سؤال اساسی که «من کیستم؟» پاسخ می‌گوییم. بنابراین می‌توان گفت وقتی که فرد مهارت خودآگاهی را دارا باشد می‌تواند با شناخت کافی از خود، پیام‌های رسانه‌ای را متناسب با شرایطش تحلیل کند و خود را در معرض رسانه‌های و پیام‌های رسانه‌ای قرار دهد که با ویژگی‌های فردی و اجتماعی او تناسب داشته باشد. با این توصیف می‌توان گفت که مهارت خودآگاهی می‌تواند بر سواد رسانه‌ای تأثیر داشته باشد.

همچنین نتایج تحقیق نشان داد مهارت همدلی بر سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی تأثیر معناداری دارد. همدلی یعنی اینکه فرد بتواند زندگی دیگران را حتی زمانی که در آن شرایط قرار ندارد درک کند. همدلی به فرد کمک می‌کند تا بتواند انسان‌های دیگر را حتی وقتی با آنها متفاوت است بپذیرد و به آنها احترام بگذارد. همدلی روابط اجتماعی را بهبود می‌بخشد و به ایجاد رفتارهای حمایت‌کننده و پذیرنده نسبت به انسان‌های دیگر منجر می‌شود. این مهارت موجب می‌شود تا به دیگران توجه کرده و آنها را دوست داشته باشیم و با ایجاد روابط اجتماعی بهتر به هم نزدیکتر شویم. بنابراین فردی که دارای مهارت همدلی است، می‌تواند با شخصیت‌های حاضر در رسانه‌ها همدلی کند و پیام‌های آنها را درک کند و متوجه شود که هدف رسانه از ارائه این شخصیت چه بوده است، همچنین با استفاده از این مهارت که می‌تواند روابط اجتماعی فرد را بهبود بخشد، باعث می‌شود تا فرد

به جهت داشتن روابط اجتماعی بهتر، از اطلاعات بیشتر و تحلیل‌های پیام‌های رسانه‌ای متنوع‌تر برخوردار گردد. بر این اساس می‌توان گفت که مهارت همدلی می‌تواند سواد رسانه‌ای را تحت تأثیر خود قرار دهد.

سومین نتیجه تحقیق این بود که مهارت ارتباط مؤثر بر سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی تأثیر معناداری دارد. کسب این مهارت به فرد می‌آموزد، برای درک موقعیت دیگران چگونه به سخنان آنان فعالانه گوش دهد و چگونه دیگران را از احساس و نیازهای خود آگاه کند تا ضمن به دست آوردن خواسته‌های خود طرف مقابل نیز احساس رضایت کند. مهارت ارتباط مؤثر باعث می‌شود تا فرد ارتباط قوی‌تر و کامل‌تری را با دیگران برقرار نماید و با استفاده از این روابط بتواند بهتر در معرض تحلیل پیام‌های رسانه‌ای قرار گیرد و با تکرار افکار در زمینه پیام‌های رسانه‌ای قرار گیرد که این موضوع می‌تواند باعث گردد که سواد رسانه‌ای فرد بهبود یابد. با این توضیحات می‌توان پذیرفت که سواد رسانه‌ای می‌تواند تحت تأثیر مهارت ارتباط مؤثر قرار گیرد.

نتیجه بعدی که از این تحقیق به دست آمد عبارت بود از مهارت روابط بین‌فردی بر سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی تأثیر معناداری دارد. این نتیجه را این‌گونه می‌توان تبیین نمود روابط بین فردی مهارتی است که ضمن تقویت روحیه مشارکت موجب می‌شود روابط بین‌فردی مؤثر و مثبت فرد با انسان‌های دیگر ایجاد شود. یکی از این موارد توانایی ایجاد روابط دوستانه است که در سلامت روانی و اجتماعی نقش بسیار مهمی دارد. روابط اجتماعی سالم و روابط گرم خانوادگی به‌عنوان یک منبع مهم روابط بین‌فردی هستند. این مهارت نیز مانند مهارت‌های ارتباط مؤثر و مهارت همدلی، باعث گردد تا فرد روحیه‌ای مشارکت‌جو داشته باشد و در جرگه مخاطبان فعال قرار گیرد و روابط گسترده او باعث می‌گردد که بتواند از دیدگاه‌های متعدد در خصوص پیام‌های رسانه‌ای برخوردار گردد و همین امر باعث می‌شود تا سواد رسانه‌ای او افزایش یابد.

مهارت تصمیم‌گیری بر سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی تأثیر معناداری دارد، این نتیجه بعدی تحقیق بود. مهارت تصمیم‌گیری به ما کمک می‌کند تا با

اطلاعات و آگاهی کافی راه‌حل‌های مختلف از بین بهترین راه‌حل را انتخاب کرده و به کار بگیریم و پذیرای پیامدهای آن نیز باشیم. این توانایی به فرد کمک می‌کند تا به نحو مؤثرتری در مورد مسائل تصمیم‌گیری کند. اگر کودکان و نوجوانان بتوانند با توجه به اهداف واقع‌بینانه خود جوانب مختلف انتخاب را بررسی کرده و پیامد هر انتخاب را ارزیابی کنند مسلماً می‌توانند در سطوح بالاتر بهداشت اعمالشان نیز تصمیم‌گیری کنند. بنابراین مهارت تصمیم‌گیری می‌تواند به جهت بالابردن قدرت درک و فهم موضوعات و اتخاذ تصمیم‌های بهتر، توان تصمیم‌گیری در زمینه محتوای پیام‌های رسانه‌ای را نیز در افراد افزایش می‌دهد و بر این اساس می‌توان گفت که سواد رسانه‌ای تحت تأثیر مهارت تصمیم‌گیری قرار دارد.

در ادامه، نتایج تحقیق نشان داد که مهارت توانایی حل مسئله بر سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی تأثیر معناداری دارد. مهارت حل مسئله این توانایی را به ما می‌دهد که با توجه به تجارب عملی و توانمندی‌های ذهنی خود بتوانیم در جهت حل مسئله یا مشکل قدم برداشته و به نتیجه مطلوب دست یابیم. این توانایی همچنین فرد را قادر می‌سازد تا به‌طور مؤثرتری مسائل زندگی را حل کند. مسائل مهم زندگی چنانچه حل نشده باقی بمانند، استرس روانی ایجاد می‌کنند. یکی از مسائل روزمره که هر فردی با آن روبرو است نوع مواجهه با رسانه و پیام‌های آن‌هاست. رسانه‌ها می‌توانند به جهت ارائه پیام‌های متنوع که با اهداف و سیاست‌های داخلی خودشان هماهنگی دارد، برای مخاطب خود مسائلی را ایجاد نمایند. فرد دارای مهارت حل مسئله، می‌تواند مسائل ناشی از مواجهه با رسانه‌ها را نیز حل نماید و به این جهت دارای سواد رسانه‌ای بالاتری خواهد بود.

همچنین محقق دریافت که مهارت تفکر خلاق بر سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی تأثیر معناداری دارد. فکرکردن مهارتی است که هر فردی از کودکی می‌آموزد. مهارت تفکر خلاق، قدرت کشف و تولید اندیشه جدید را فراهم می‌آورد. مهارت تفکر خلاق کمک می‌کند در مواجهه با حوادث ناگوار چگونه احساسات منفی را به احساسات مثبت تبدیل کرد. تفکر خلاق نوع دیگر دیدن

است. در این تفکر هیچ‌گاه مشکل یک عامل مزاحم به حساب نمی‌آید بلکه یک فرصت برای کشف راه‌حل‌های نو و بدیع تلقی می‌شود که تاکنون کسی به آن توجه نکرده است. با این توضیحات می‌توان گفت که داشتن این نوع تفکر باعث می‌شود تا مخاطب، پیام رسانه‌ای را از زوایای دیگری هم مورد بررسی قرار دهد و به‌سادگی پیام رسانه‌ها را نپذیرد. بنابراین می‌توان گفت که مهارت تفکر خلاق می‌تواند سواد رسانه‌ای فرد را تحت تأثیر قرار دهد.

هشتمین نتیجه تحقیق نشان داد که مهارت تفکر انتقادی بر سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی تأثیر معناداری دارد. کسب این مهارت به فرد می‌آموزد تا هر چیزی را به‌سادگی قبول یا رد نکند، ابتدا در مورد آن موضوع سؤال و استدلال کند، سپس بپذیرد یا رد کند. کسانی که از تفکر نقادانه برخوردارند، فریب دیگران را نمی‌خورند و به‌راحتی جذب گروه‌ها و افراد و... نمی‌شوند، چراکه همواره با سؤال کردن به عاقبت کار می‌اندیشند. بنابراین افراد دارای تفکر انتقادی، محتواهای ارائه شده توسط رسانه‌ها را به‌سادگی نمی‌پذیرند یا رد نمی‌کنند و در مورد آنها به تحقیق و مطالعه می‌پردازند و بعد در مورد پذیرش آن محتواها تصمیم می‌گیرند. بر این اساس می‌توان گفت که سواد رسانه‌ای تحت تأثیر مهارت تفکر انتقادی قرار دارد.

مهارت مقابله با هیجان‌های ناخوشایند بر سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی تأثیر معناداری دارد. این نتیجه را این‌گونه می‌توان تبیین نمود که این توانایی فرد را قادر می‌سازد تا هیجان‌ها را در خود و دیگران تشخیص دهد، نحوه تأثیر هیجان‌ها بر رفتار را بداند و بتواند واکنش مناسبی به هیجان‌های مختلف نشان دهد. محتواهای رسانه‌ای معمولاً همراه با هیجان‌ات مختلفی است. فرد دارای مهارت مقابله با هیجان‌های ناخوشایند می‌تواند دلیل آن هیجان و راهکار مقابله با آن را بکار گیرد و بر این اساس به‌سادگی تحت تأثیر هیجان‌ات ناشی از پیام‌های رسانه‌ای قرار نگیرد. با این توضیحات می‌توان گفت که سواد رسانه‌ای تحت تأثیر مهارت مقابله با هیجان‌های ناخوشایند قرار دارد.

مهارت توانایی مقابله با استرس بر سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی تأثیر

معناداری دارد. این نتیجه را این گونه می‌توان تبیین نمود که این توانایی شامل شناخت استرس‌های مختلف زندگی و تأثیر آنها بر فرد است. شناسایی منابع استرس و نحوه تأثیر آن بر انسان، فرد را قادر می‌سازد تا با اعمال و موضع‌گیری‌های خود فشار و استرس را کاهش دهد. رسانه‌ها امروزه یکی از منابع ایجاد استرس در شهروندان به شمار می‌روند، بنابراین فردی که توانایی مقابله با استرس را دارد، به راحتی تحت تأثیر استرس‌های ناشی از پیام‌های رسانه‌ای قرار نمی‌گیرد و می‌تواند آنها را مدیریت کند. بنابراین می‌توان گفت که این مهارت بر سواد رسانه‌ای مخاطبان تأثیرگذار است.

پیشنهادها و راهکارها

با عنایت به نتیجه تحقیق که نشان داد مهارت تفکر انتقادی بر سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی مؤثر است، پیشنهاد می‌گردد سازمان‌های متولی سواد رسانه‌ای در جامعه مانند آموزش و پرورش، دانشگاه‌ها و نهادهای فرهنگی، با استفاده از ابزارهای در اختیار، به آموزش مهارت تفکر انتقادی در سطح جامعه بپردازند. در ادامه نتیجه تحقیق که نشان داد مهارت همدلی بر سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی مؤثر است، پیشنهاد می‌گردد رسانه‌های جمعی اقدام به تولید برنامه‌هایی از قبیل فیلم و سریال‌هایی نمایند که در آنها مخاطب با مهارت همدلی آشنایی بیشتری پیدا کند و از این طریق بتوان سواد رسانه‌ای جامعه را بهبود بخشید.

نتیجه بعدی تحقیق عبارت بود از مهارت حل مسأله بر سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی مؤثر است، پیشنهاد می‌گردد که این مهارت در دستور کار سازمان‌های آموزشی قرار گیرد تا از طریق بهبود این مهارت، بتوان مهارت مواجهه با رسانه‌ها و مسائل ناشی از آن را به شهروندان تهرانی آموخت. همچنین پیشنهاد می‌گردد مهارت تصمیم‌گیری در رسانه‌های شهری اکران گردد و شهروندان بتوانند با این مهارت آشنایی بیشتری پیدا کنند. با عنایت به نتیجه تحقیق که نشان داد مهارت ارتباط مؤثر بر سواد رسانه‌ای شهروندان تهرانی مؤثر است، پیشنهاد می‌گردد کمپین تبلیغاتی با عنوان ارتباط مؤثر در شهر تهران برنامه‌ریزی و اجرا گردد و در طی آن مهارت ارتباط مؤثر برای شهروندان تهران در اولویت قرار گیرد

و از این طریق سواد رسانه‌ای آنها ارتقاء یابد.

منابع

- ادیب، یوسف (۱۳۸۲) طراحی الگوی مناسب برنامه درسی مهارت‌های زندگی برای دوره‌ی تعلیم و تربیت عمومی تهران مؤسسه پژوهشی و برنامه‌ریزی درسی و نوآوری‌های آموزشی، سازمان پژوهش و برنامه‌ریزی آموزشی
- اسمعیل پونکی، الهام؛ اسمعیلی گیوی، محمدرضا؛ فهیم نیاف، فاطمه (۱۳۹۵) اسمعیل پونکی و همکاران (۱۳۹۵) سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی و تأثیر آنها بر قابلیت‌های کارآفرینی، تعامل انسان و اطلاعات، جلد ۲، ص ۶۴-۷۹
- اکبری زردخانه، سعید (۱۳۹۲). نسخه مقدماتی مقیاس ملی مهارت‌های زندگی برای جمعیت دانشجویی تحلیل آیتم، ساختار عاملی اکتشافی و ضرایب اعتبار، فصلنامه پژوهش‌های کاربردی روان‌شناختی، ۱۵۲-۱۲۸ (۴) ۴
- اورنسون، الیوت (۱۳۸۱). روانشناسی اجتماعی. (حسن شکر کن). تهران. رشد
- بولتون، رابرت (۱۳۸۳)، روانشناسی روابط انسانی ترجمه حمیدرضا سهرابی با همکاری افسانه حیات تهران انتشارات رشد
- بابایی راد، بیتا (۱۳۸۷)، سواد رسانه‌ای و گسترش توسعه انسانی در سواد رسانه‌ای، تهران مجمع تشخیص مصلحت نظام، پژوهشکده تحقیقات استراتژیک.
- باکینگهام، دیوید (۱۳۸۹). آموزش رسانه‌ای، ترجمه حسن سرافراز، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع)، چاپ اول.
- باهنر، ناصر و چابکی در زایی، رامین (۱۳۹۳) «تحلیل سواد رسانه‌ای براساس مدل FC۱ مورد مطالعه سیاست‌های شورای عالی انقلاب فرهنگی»، فصلنامه علمی پژوهشی فرهنگ ارتباطات، شماره ۳۴۷۶۰
- بهاری، سیف ...، شفیق پور، محمدرضا (۱۳۸۴) تأثیر آموزش مهارت‌های زندگی بر سلامت روانی دانشجویان. طرح پژوهشی، چاپ‌نشده، دانشگاه آزاد اسلامی قزوین
- بیرامی منصور، مرادی، علیرضا (۱۳۸۵) تأثیر آموزش مهارت‌های اجتماعی بر کفایت اجتماعی دانش آموزان (مدل فلنر، پژوهش‌های نوین روان‌شناختی (روانشناسی دانشگاه تبریز) دوره ۱، شماره ۴، ص ۴۷-۶۷
- پاتر، جیمز (۱۳۹۱) بازشناسی رسانه‌های جمعی با رویکرد سواد رسانه‌ای، مترجمان امیر

یزدیان، پیام آزادی و منا ادعلی، نشر قم؛ صداوسیما جمهوری اسلامی ایران، مرکز پژوهش‌های اسلامی.

پاتر، جیمز (۲۰۰۵) تعریف سواد رسانه‌ای، لیلا کاووسی، فصلنامه رسانه، ۱۳۶۸، ص ۱۶.

پاتر، جیمز (۲۰۰۵) تعریف سواد رسانه‌ای، ترجمه لیدا کاووسی، مجله رسانه، سال چهارم، شماره ۴، ص ۷-۲۵

تاکونومی، شیبایا (۱۳۷۸) «تحلیل رویکرد انتقادی در سواد رسانه‌ای مطالعات تطبیقی بین ایران و کانادا»، ترجمه زهره بیدوفتی، فصلنامه رسانه، شماره ۲، ۸۴-۷۹.

خانزاده، عباسعلی (۱۳۹۲) آموزش مهارت‌های اجتماعی به کودکان و نوجوانان، تهران، فرهنگ.

دهستانی، منصور (۱۳۸۷) مهارت‌های زندگی تهران جیحون رضائیان، علی؛ مدیریت رفتار سازمانی، تهران، سمت، ۱۳۷۹.

فتحی، ابراهیم، شاکری راد، محسن، موسی پور، میثم (۱۳۹۴) سواد رسانه‌ای والدین و مصرف برنامه‌های تلویزیونی کودکان مورد مطالعه: شهر تهران، دومین همایش بین‌المللی مدیریت رسانه

قاسمی، طهمورث (۱۳۸۹) سواد رسانه‌ای رویکرد جدید به نظارت. فصلنامه رسانه، سال هفدهم، شماره ۴، شماره پیاپی ۶۸، زمستان ۱۳۸۵

کانسیداین، دیوید (۱۳۷۹) درآمدی بر سواد رسانه‌ای، ناصر بلیغ، تهران، اداره کل تحقیق و توسعه صدا، ص ۳

کرد نوقابی، رسول (۱۳۹۰) تأثیر آموزش مهارت‌های مقابله‌ای بر کاهش اضطراب امتحان دانش آموزان پایه سوم متوسطه، فصلنامه تعلیم و تربیت، ۱۰۵

مایرز، چت (۱۳۸۶) آموزش تفکر انتقادی (ترجمه خدایار ابیلی، چاپ هفتم). تهران: سمت.

میلبرن، ج، ۱۳۸۵. آموزش مهارت‌های ارتباطی به کودکان. ترجمه م، نظری نژاد، مشهد: انتشارات آستان قدس رضوی

نصیری، بهاره، بخشی، بهاره (۱۳۹۱) اهمیت آموزش سواد رسانه‌ای در قرن بیست و یکم، مطالعات رسانه‌ای، شماره ۱۸، ص ۱۴۹-۱۵

نظری، امید، (۱۳۸۶)، بررسی اثربخشی آموزش مهارت‌های زندگی در سواد آموزان زن دوره پایانی نهضت سوادآموزی شهر تهران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد.

وود، جمالیاتی (۱۳۸۴) ارتباطات میان فردی. ترجمه مهرداد فیروزبخت، تهران: نشر مهتاب

Farmahini Farahani M, Kashani nia Z, Hosaini MA, Biglarian A. [Effects of communication skills training on patients' satisfaction with nursing communication]. Iranian J Nurs Res. [Psychiatric and Mental Health Nursing]. 2007; 1(3):47-54. (Persian)

Frauenknecht, M., & Black, D. R. (2003). The Social Problem Solving

- Inventory for Adolescents (SPSI-A): A manual for application, interpretation, and psychometric evaluation. Morgantown, WV: PNG Publishers.
- Kadish. T.E.; Glaser. B.A.; Calhoun. G.B.; Ginter. E. J. (2001) "Identifying the developmental strengths of juvenile offenders: Assessing four life skills..." *Journal of Addictions & offender counseling*. 21(2), 11-58)
- Nicol, M.M; Robertson. Lijonnaughton J.A. (2000). "Life skills programs for chronic mental illnesses. (Cochrane Review)". The Cochrane library. Lssue 2. Ixford: update software (ISSN 1464780 X)
- Picklesimer. B.K.; Hooper. D.R; et.al. (1998). "Life skills, adolescence and career choices". *Journal of mental health counseling*. 20(3). 11-279.
- Probst, Donnell (2017) "Social Media Literacy as an IEP Intervention for Social and Emotional Learning," *Journal of Media Literacy Education*, 9(2), 45 -57.
- Rogow, Faith. (2009) "Teaching Media Literacy in Less Than an Hour " *Journal of Media Literacy Education*, 72-74
- Saleh, I. (2012). Media and information literacy in South Africa: Goals and tools. *Comunicar*, 20(39): 35-
- Whithworth A. (2012). The design of media and information literacy. *Proceeding of the International Conference on Media and Information Literacy for Knowledge Societies*. Moscow, Russian Federation
- World Health Organazation. *Skills for health: skills-based healtheducation including life skills: an important component of a child-friendly/ health-promoting school*. Geneva: WHO, 2003.