



SCIENCES AND TECHNIQUES OF
INFORMATION MANAGEMENT
VOL. 4, No. 3, SUMMER 1397
DE/2018



مجله مدیریت اطلاعات

سال چهارم، شماره سوم - پاییز ۱۳۹۷ شماره پیاپی ۱۲

ارزیابی سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی کاربران مرکز اسناد و کتابخانه ملی سیستان و بلوچستان*

گلی باقری‌نیا^۱

چکیده

هدف: پژوهش حاضر ارزیابی سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی کاربران مرکز اسناد و کتابخانه ملی سیستان و بلوچستان است.

روش پژوهش: پژوهش از نوع پیمایشی است. جامعه آماری، کاربران فعال مرکز اسناد و کتابخانه ملی سیستان و بلوچستان بودند. نمونه‌ها با بهره‌گیری از فرمول کوکران معادل ۱۷۰ نفر به دست آمد. روش نمونه‌گیری تصادفی - طبقه‌ای بوده است. به منظور جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی اشرفی ریزی، حسن زاده و کاظم پور (۱۳۹۲) استفاده شد. به منظور تحلیل داده‌های پژوهش، از نرم افزار آماری اس پی اس و از روش آماری خی دو بهره گرفته شد.

یافته‌ها: یافته‌ها نشان داد میزان استفاده هدفمند از رسانه‌ها، و شیوه استفاده از رسانه‌ها در نمونه‌های مورد بررسی پایین‌تر از حد متوسط است. همچنین، میزان ارزشیابی اطلاعات، میزان ترکیب اطلاعات، میزان تبادل اطلاعات و میزان رعایت حق مولف در نمونه‌های مورد بررسی بالاتر از حد متوسط است.

نتیجه‌گیری: کاربران برای آنکه به انتخابی که با نیاز آنان منطبق باشد دست یابند، ضروری است به ابزار سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی مجهز شوند.

واژگان کلیدی: سواد رسانه‌ای، سواد اطلاعاتی، مرکز اسناد و کتابخانه ملی سیستان و بلوچستان

* تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۴/۳۱؛ پذیرش: ۱۳۹۷/۷/۱۷.

۱. کارشناسی ارشد علم اطلاعات و دانش‌شناسی، کتابدار مرکز اسناد و کتابخانه ملی سیستان و بلوچستان، نویسنده مسئول

goliii۶۲۷@gmail.com

مقدمه

دنیای قرن بیست و یکم، دنیای استیلای فناوری نوین اطلاعات است. به عبارت دیگر، امروزه فناوری اطلاعات فراگیر شده و جهان را دگرگون ساخته است (مزرعی جوشری، ۱۳۸۸). در عصر حاضر، فناوری اطلاعات سازمانی و فناوری‌های مبتنی بر اطلاعات به عنوان یکی از الزامات اساسی تلقی می‌شود (الممری و همکاران^۱، ۲۰۱۵). با ظهور فناوری‌های جدید در زمینه اطلاعات، بسیاری از مشکلات اطلاعاتی هموار گشته و راه‌های رسیدن به جدیدترین اخبار و اطلاعات در کوتاه‌ترین زمان آسان شده است (تسیکناکیس و کورابالی^۲، ۲۰۰۹).

در سی و چهارمین جلسه کنفرانس عمومی یونسکو^۳ در سال ۲۰۰۷، یونسکو مدیران کل را به حمایت بیشتر از سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی^۴ با هدف ارائه فرصت به کاربران برای قضاوت آگاهانه در رابطه با رسانه و منابع اطلاعاتی و گسترش مشارکت مدنی در رسانه‌ها، دعوت نمود (ویلسون^۵، ۲۰۱۲). سواد رسانه‌ای مجموعه‌ای از چشم‌اندازهاست (جنبه‌های فکری) که ما به طور فعالانه برای قرار گرفتن در معرض رسانه، از آنها بهره‌برداری می‌کنیم

۱. Al-Mamary Et Al

۲. Tsiknakis&Kouroubali

۳. Unesco

۴. Media & Information Literacy

۵. Wilson

تا معنای پیام‌هایی را که با آنها مواجه می‌شویم، تفسیر کنیم (بصیریان و بصیریان، ۱۳۸۵). سواد اطلاعاتی نیز عبارت است از ایجاد توانایی در افراد تا بتوانند تشخیص دهند چه وقت به اطلاعات نیاز دارند. همچنین، توانایی ذخیره کردن اطلاعات، ارزشیابی و استفاده مؤثر از آن را در زمان نیاز داشته باشند (زمانی، ۱۳۸۲).

سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی، ترکیبی از دانش‌ها، نگرش‌ها، مهارت‌ها و تجربیات مورد نیاز برای دستیابی، تحلیل، ارزیابی، استفاده، تولید و برقراری ارتباط با اطلاعات و دانش به شکل خلاقانه، قانونی و اخلاقی با تاکید بر حقوق انسان‌ها اطلاق شده است. افراد با سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی می‌توانند انواع مختلف رسانه‌ها، منابع و مجراهای اطلاعاتی را در زندگی خصوصی، شغلی و عمومی خود به کار برند. آنها می‌دانند چه موقع و چه اطلاعاتی نیاز دارند، برای چه، کجا و چگونه می‌توانند به آن دست پیدا کنند. آنها درک می‌کنند چه کسی و چرا اطلاعات را تولید کرده و نیز نقش، مسئولیت و عملکرد رسانه و فراهم‌کنندگان اطلاعات را در کمی کنند. آنها می‌توانند اطلاعات، پیام‌ها، اعتقادات و ارزش‌هایی که در رسانه و هر تولیدکننده دیگر محتوا نقل‌شده را تحلیل و ارزش‌گذاری کنند (اشرفی ریزی، رمضان، آقاجانی و کاظم پور، ۱۳۹۲).

طبق ارزش‌گذاری یونسکو، سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی به عنوان یک قابلیت به شهروندان اجازه می‌دهد تا با رسانه و دیگر ارائه دهندگان اطلاعات به طور مؤثر به تعامل بپردازند و تفکر انتقادی و مهارت‌های آموزش مادام‌العمر برای زندگی اجتماعی و تبدیل شدن به یک شهروند فعال را گسترش دهند (ویلسون، ۲۰۱۲؛ به نقل از اشرفی ریزی، رمضان، آقاجانی و کاظم پور، ۱۳۹۲). یونسکو بر این باور است که سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی نقشی مهم در ایجاد و توسعه فرهنگ دموکراتیک و یک جامعه مدنی فعال دارد (یونسکو، ۲۰۰۷؛ به نقل از اشرفی ریزی، رمضان، آقاجانی و کاظم پور، ۱۳۹۲).

مهارت‌های سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی ذاتی نیست، بلکه لازم است در یک روش سیستماتیک و گروهی در کلاس درس، کتابخانه و در هر محلی که پژوهش انجام می‌شود، آموزش داده شوند. این وظیفه‌ای است که به بهترین وجه توسط کتابداران انجام

می‌شود. بر این اساس، کاربران متوجه خواهند شد که کتابداران به عنوان متخصصان خدمات اطلاعاتی می‌توانند آنها را بهمدیران اطلاعاتی کارآمد تبدیل کنند. این بدان معنی است که کتابخانه‌ها باید نقش خود را باز تعریف کنند و متخصصان کتابخانه‌ای باید به شدت آموزش و مهارت‌های سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی کاربران را ارتقاء دهند (سینگ^۱، ۲۰۱۲؛ به نقل از اشرفی ریزی، رمضان، آقاجانی و کاظم پور، ۱۳۹۲).

با توجه به تغییرات و تحولات عصر حاضر حجم وسیع اطلاعات و گستردگی، پراکندگی و تولید غیر قابل تصور دانش در حوزه‌های مختلف علم، هر فرد نیازمند فراگیری مهارت‌ها و توانمندی‌هایی فراتر از سواد سنتی است تا وی را در همگامی با این تغییرات و تحولات و به ویژه در بهره‌گیری از اطلاعات یاری رساند. شرط موفقیت در این عصر، برخورداری از قابلیت‌هایی است که فرد بتواند به واسطه آنها به تشخیص نیاز اطلاعاتی بپردازد؛ از میان انبوه اطلاعات، مناسبترین منبع اطلاعات را برای نیاز اطلاعاتی خاص خود انتخاب کند؛ اطلاعات مورد نیاز خود را مکان‌یابی و ارزیابی کند و در نهایت مورد استفاده قرار دهد (خالقی و سیامک، ۱۳۸۹).

اشرفی ریزی و همکاران (۱۳۹۳) پژوهشی تحت عنوان میزان سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی در بین دانشجویان براساس شاخص‌های سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی یونسکو نشان داد که بین سواد اطلاعاتی و متغیرهای مذکور تفاوت معنی داری وجود ندارد.

سلیمان و همکاران (۱۳۹۲) نیز در پژوهشی تحت عنوان ارزیابی سواد رسانه‌ای دانشجویان و دانش‌آموزان شهر تهران نشان داد به دلیل ضعف بعد ادراکی سواد رسانه‌ای دانشجویان و دانش‌آموزان تهرانی، آنها قادر به انتخاب آگاهانه از میان فرستنده‌های متعدد، عمل مستقل و کنترل در مرحله مصرف نیستند و نیازمند آموزش هستند تا به ابزار تحلیل و ارزیابی تولیدات رسانه‌ای مجهز شوند. لی و همکاران^۲ (۲۰۱۵) در پژوهشی تحت عنوان درک و توسعه سواد رسانه‌ای نشان دادند که وضعیت سواد رسانه‌ای آنان در وضعیت مطلوبی قرار داشته است.

^۱.Singh

^۲.Lee Et L

تحولات پر شتاب و پیوسته این دوران، نشان دهنده ابهام اساسی فرا روی بشریت در مواجهه با آینده است. افراد در ایران مانند بسیاری از کشورها در معرض هزاران نوع اطلاعات به ویژه از طریق رسانه‌های نوین اطلاعاتی داخلی و خارجی قرار دارند که تنها با داشتن مهارت‌های سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی می‌توانند نیازهای اطلاعاتی خود را شناسایی کرده، راه‌های دسترسی به اطلاعات مورد نیاز و چگونگی ارزیابی و استفاده از اطلاعات را بیاموزند. کاربران کتابخانه‌ها از جمله کسانی هستند که نیازمند بهره‌گیری از سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی هستند. چرا که بدون بهره‌مندی از این سواد، در انجام امور مربوط در مراجعه به این سازمان و سایر کتابخانه‌های مربوط دچار مشکل خواهند شد و بدون بهره‌مندی از سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی ممکن است کاربران راه به جایی نبرده و یا حتی به بیراهه بروند. در واقع، کاربران نیازمند سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی هستند تا منابع اطلاعاتی خود را به درستی ارزیابی و انتخاب نمایند. از طرف دیگر، آنچه از پژوهش‌های مذکور می‌توان استنباط کرد این است که این پژوهشگران بر آموزش سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی به عنوان یک مفهوم جدید تاکید کرده‌اند، اما کمتر به میزان سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی پرداخته‌اند. بنابراین، با توجه به نگاه ویژه یونسکو به کشورهای در حال توسعه و در نظر گرفتن ویژگی‌های کشور پژوهشگران بر آن شدند تا در این پژوهش میزان سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی کاربران مذکور را بر اساس شاخص‌های سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی یونسکو مورد بررسی قرار دهد تا از این رهگذر بتوان میزان سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی آنها و نقاط ضعف و قوت این کاربرانرا شناسایی نمود. از این رو پرسش اصلی در پژوهش حاضر این خواهد بود که سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی کاربران مرکز اسناد و کتابخانه ملی سیستان و بلوچستان به چه میزان است؟ سوال‌های فرعی نیز به شرح زیر می‌باشد:

- سوال اول: میزان سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی کاربران مرکز اسناد و کتابخانه ملی سیستان و بلوچستان از بعد استفاده هدفمند از رسانه‌ها چقدر است؟
- سوال دوم: میزان سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی کاربران مرکز اسناد و کتابخانه ملی سیستان و بلوچستان از بعد شیوه استفاده از رسانه‌ها چقدر است؟

- سوال سوم: میزان سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی کاربران مرکز اسناد و کتابخانه ملی سیستان و بلوچستان از بعد ارزشیابی اطلاعات رسانه‌ها چقدر است؟
- سوال چهارم: میزان سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی کاربران مرکز اسناد و کتابخانه ملی سیستان و بلوچستان از بعد ترکیب اطلاعات چقدر است؟
- سوال پنجم: میزان سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی کاربران مرکز اسناد و کتابخانه ملی سیستان و بلوچستان از بعد تبادل اطلاعات چقدر است؟
- سوال ششم: میزان سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی کاربران مرکز اسناد و کتابخانه ملی سیستان و بلوچستان از بعد رعایت حق مؤلف چقدر است؟

روش شناسی

پژوهش از نظر هدف در زمره پژوهش‌های کاربردی است. از نظر نوع داده‌ها، کمی و از نظر روش گردآوری داده‌ها توصیفی از نوع پیمایشی است. جامعه در پژوهش عبارت است از تمامی کاربران فعال مرکز اسناد و کتابخانه ملی سیستان و بلوچستان که این تعداد مشتمل بر ۳۰۰ نفر است. نمونه‌ها نیز با بهره‌گیری از فرمول کوکران عبارت است از ۱۷۰ نفر که با فرمول کوکران محاسبه شده است. روش نمونه‌گیری تصادفی - طبقه‌ای است. به منظور جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه اشرفی ریزی، رمضان‌آقاجانی، کاظم پور، (۱۳۹۲) بهره گرفته شد که شامل ۳۶ گویه بود. این پرسشنامه ابعاد استفاده هدفمند از رسانه‌ها، شیوه استفاده از رسانه‌ها، ارزشیابی اطلاعات رسانه‌ها، ترکیب اطلاعات، تبادل اطلاعات، و رعایت حق مؤلف را مورد سنجش قرار می‌دهد.

روایی پرسشنامه مذکور از طریق روایی محتوایی و صوری و با استفاده از نظرات متخصصین و کارشناسان حوزه مربوط بررسی و مورد تأیید قرار گرفت. در پژوهش اشرفی ریزی، رمضان‌آقاجانی، کاظم پور (۱۳۹۲) ضریب آلفای کرانباخ پرسشنامه معادل ۰/۸۹ به دست آمده است که پایایی قابل قبولی است. پایایی ابعاد نیز به شرح زیر است: بعد اول، استفاده هدفمند از رسانه‌ها، (۰/۷۷)، بعد دوم، شیوه استفاده از رسانه‌ها، (۰/۸۴)، بعد سوم،

ارزشیابی اطلاعات رسانه‌ها، (۰/۷۳)، بعد چهارم، ترکیب اطلاعات (۰/۸۲)، بعد پنجم، تبادل اطلاعات، (۰/۷۶) و بعد ششم، رعایت حق مولف (۰/۸۰).

یافته‌ها

به منظور بررسی توزیع ویژگی‌های جامعه مورد نظر از دو بخش آمار توصیفی و استنباطی و نرم افزار آماری اس پی اس اس و روش آماری خی دو بهره برده‌ایم. جدول ۱ توزیع جمعیت نمونه بر اساس جنسیت آزمودنی‌ها را نشان می‌دهد، ۵۸.۸ درصد نمونه‌ها زن و ۴۱.۲ درصد مرد بوده‌اند.

جدول ۱. وضعیت جنسیت شرکت کنندگان

جنسیت	فراوانی مطلق	فراوانی درصدی
زن	۱۰۰	۵۸.۸
مرد	۷۰	۴۱.۲
کل	۱۷۰	۱۰۰

جدول ۲ توزیع جمعیت نمونه بر اساس تحصیلات آزمودنی‌ها را نشان می‌دهد، ۱۶.۵ درصد نمونه‌ها فوق دیپلم، ۴۰.۶ درصد نمونه‌ها کارشناسی، ۳۲.۹ درصد نمونه‌ها کارشناسی ارشد، و ۱۰ درصد نمونه‌ها دکترا بوده‌اند.

جدول ۲. وضعیت تحصیلات شرکت کنندگان

تحصیلات	فراوانی مطلق	فراوانی درصدی
فوق دیپلم	۲۸	۱۶.۵
کارشناسی	۶۹	۴۰.۶
کارشناسی ارشد	۵۶	۳۲.۹
دکترا	۱۷	۱۰
کل	۱۷۰	۱۰۰

جدول ۳ شاخص‌های توصیفی متغیرهای پژوهش را نشان می‌دهد. میانگین به دست آمده در متغیر استفاده هدفمند برابر ۱۴.۱۲، انحراف معیار ۳.۲۶، کجی ۰.۲۹-، کشیدگی

۰.۰۴۹، کمترین نمره ۴ و بیشترین نمره ۲۰ است. میانگین به دست آمده در متغیر شیوه استفاده برابر ۱۷.۴۶، انحراف معیار ۳.۱۱، کجی ۰.۱۲۹، کشیدگی ۰.۰۹۷، کمترین نمره ۱۰ و بیشترین نمره ۲۵ است. میانگین به دست آمده در متغیر ارزشیابی برابر ۳۴.۷۱، انحراف معیار ۷.۶، کجی ۲.۵۹، کشیدگی ۱.۹۱، کمترین نمره ۸ و بیشترین نمره ۲۱ است. میانگین به دست آمده در ترکیب اطلاعات برابر ۱۶.۹۷، انحراف معیار ۳.۵۵۷، کجی ۰.۱۱۴، کشیدگی ۰.۴۳۹، کمترین نمره ۶ و بیشترین نمره ۲۵ است. میانگین به دست آمده در متغیر تبادل اطلاعات برابر ۲۲.۴۱، انحراف معیار ۳.۹۸، کجی ۰.۲۳۵، کشیدگی ۰.۴۶۳، کمترین نمره ۱۱ و بیشترین نمره ۳۰ است.

میانگین به دست آمده در متغیر رعایت حق مولف برابر ۲۳.۷۹، انحراف معیار ۴.۳۵، کجی ۰.۳۴۵، کشیدگی ۰.۸۷۰، کمترین نمره ۱۴ و بیشترین نمره ۳۰ است.

جدول ۳. شاخص‌های توصیفی متغیرهای پژوهش

مؤلفه ها	میانگین	انحراف معیار	کجی	کشیدگی	کمترین نمره	بیشترین نمره
استفاده هدفمند	۱۴.۱۲	۳.۲۶	-۰.۲۹	۰.۰۴۹	۴	۲۰
شیوه استفاده	۱۷.۴۶	۳.۱۱	۰.۱۲۹	-۰.۰۹۷	۱۰	۲۵
ارزشیابی	۳۴.۷۱	۷.۶	۲.۵۹	۱.۹۱	۸	۲۱
ترکیب اطلاعات	۱۶.۹۷	۳.۵۵۷	-۰.۱۱۴	۰.۴۳۹	۶	۲۵
تبادل اطلاعات	۲۲.۴۱	۳.۹۸	۰.۲۳۵	۰.۴۶۳	۱۱	۳۰
رعایت حق مولف	۲۳.۷۹	۴.۳۵	-۰.۳۴۵	۰.۸۷۰	۱۴	۳۰

سوال‌های پژوهش

سوال اول: میزان سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی کاربران مرکز اسناد و کتابخانه ملی سیستان و بلوچستان از بعد استفاده هدفمند از رسانه‌ها چقدر است؟

مقدار خی دو به دست آمده در متغیر استفاده هدفمند از رسانه‌ها برابر است با ۸/۹۳ و این مقدار به دست آمده در سطح $P \leq 0.01$ معنادار است. بنابراین، مقدار فراوانی مشاهده

شده با فراوانی مورد انتظار تفاوت معناداری دارد. از این رو می‌توان اذعان کرد که میزان استفاده هدفمند از رسانه‌ها در نمونه‌های مورد بررسی پایین‌تر از حد متوسط است.

جدول ۴. آزمون خی دو استفاده هدفمند از رسانه‌ها

استفاده هدفمند از رسانه‌ها	فراوانی مشاهده شده	فراوانی مورد انتظار
دارد	۳۱/۳۲٪	۵۰٪
ندارد	۶۸/۶۸٪	۵۰٪
	مقدار خی دو	سطح معناداری
	۸/۹۳	۰/۰۰۱

سوال دوم: میزان سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی کاربران مرکز اسناد و کتابخانه ملی سیستان و بلوچستان از بعد شیوه استفاده از رسانه‌ها چقدر است؟
مقدار خی دو به دست آمده در متغیر شیوه استفاده از رسانه‌ها برابر است با ۷/۷۱ و این مقدار به دست آمده در سطح $P \leq 0.01$ معنادار است. بنابراین، مقدار فراوانی مشاهده شده با فراوانی مورد انتظار تفاوت معناداری دارد از این رو می‌توان اذعان کرد که شیوه استفاده از رسانه‌ها در نمونه‌های مورد بررسی پایین‌تر از حد متوسط است.

جدول ۵. آزمون خی دو شیوه استفاده از رسانه‌ها

شیوه استفاده از رسانه‌ها	فراوانی مشاهده شده	فراوانی مورد انتظار
دارد	۲۸/۲۹٪	۵۰٪
ندارد	۷۱/۷۱٪	۵۰٪
	مقدار خی دو	سطح معناداری
	۷/۷۱	۰/۰۱۰

سوال سوم: میزان سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی کاربران مرکز اسناد و کتابخانه ملی سیستان و بلوچستان از بعد ارزشیابی اطلاعات رسانه‌ها چقدر است؟
مقدار خی دو به دست آمده در متغیر ارزشیابی اطلاعات برابر است با ۹/۰۹ و این مقدار به دست آمده در سطح $P \leq 0.01$ معنادار است. بنابراین، مقدار فراوانی مشاهده شده با

فراوانی مورد انتظار تفاوت معناداری دارد. از این رو، می‌توان اذعان کرد که در نمونه‌های مورد بررسی، بالاتر از حد متوسط است.

جدول ۶. آزمون خی دو ارزشیابی اطلاعات

ارزشیابی اطلاعات	فراوانی مشاهده شده	فراوانی مورد انتظار
دارد	۷۳/۶۵٪	۵۰٪
ندارد	۲۶/۳۵٪	۵۰٪
	مقدار خی دو	سطح معناداری
	۹/۰۹	۰/۰۰۰۱

سوال چهارم: میزان سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی کاربران مرکز اسناد و کتابخانه ملی سیستان و بلوچستان از بعد ترکیب اطلاعات چقدر است؟
مقدار خی دو به دست آمده در متغیر ترکیب اطلاعات برابر است با ۸/۶۶ و این مقدار به دست آمده در سطح $P \leq 0.01$ معنادار است. بنابراین، مقدار فراوانی مشاهده شده با فراوانی مورد انتظار تفاوت معناداری دارد از این رو، می‌توان اذعان کرد که ترکیب اطلاعات در نمونه‌های مورد بررسی، بالاتر از حد متوسط است.

جدول ۷. آزمون خی دو ترکیب اطلاعات

ارزشیابی اطلاعات	فراوانی مشاهده شده	فراوانی مورد انتظار
دارد	۷۳/۶۵٪	۵۰٪
ندارد	۲۶/۳۵٪	۵۰٪
	مقدار خی دو	سطح معناداری
	۸/۶۶	۰/۰۰۰۱

سوال پنجم: میزان سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی کاربران مرکز اسناد و کتابخانه ملی سیستان و بلوچستان از بعد تبادل اطلاعات چقدر است؟
مقدار خی دو به دست آمده در متغیر تبادل اطلاعات برابر است با ۸/۳۲ و این مقدار به دست آمده در سطح $P \leq 0.01$ معنادار است. بنابراین، مقدار فراوانی مشاهده شده با

فراوانی مورد انتظار تفاوت معناداری دارد. از این رو، می‌توان اذعان کرد که تبادل اطلاعات در نمونه‌های مورد بررسی، بالاتر تر از حد متوسط است.

جدول ۸. آزمون خی دو تبادل اطلاعات

ارزشیابی اطلاعات	فراوانی مشاهده شده	فراوانی مورد انتظار
دارد	٪۶۹/۴۱	٪۵۰
ندارد	٪۳۰/۵۹	٪۵۰
	مقدار خی دو	سطح معناداری
	۸/۳۲	۰/۰۰۰۱

سوال ششم: میزان سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی کاربران مرکز اسناد و کتابخانه ملی سیستان و بلوچستان از بعد رعایت حق مولف چقدر است؟
مقدار خی دو به دست آمده در متغیر رعایت حق مولف برابر است با ۹/۱۳ و این مقدار به دست آمده در سطح $P \leq 0.01$ معنادار است. بنابراین، مقدار فراوانی مشاهده شده با فراوانی مورد انتظار تفاوت معناداری دارد از این رو می‌توان اذعان کرد که رعایت حق مولف در نمونه‌های مورد بررسی بالاتر تر از حد متوسط است.

جدول ۹. آزمون خی دو رعایت حق مولف

ارزشیابی اطلاعات	فراوانی مشاهده شده	فراوانی مورد انتظار
دارد	٪۷۵/۵۱	٪۵۰
ندارد	٪۲۴/۴۹	٪۵۰
	مقدار خی دو	سطح معناداری
	۹/۱۳	۰/۰۰۰۱

بحث و نتیجه گیری

بر اساس یافته‌های به دست آمده از پژوهش حاضر میزان استفاده هدفمند از رسانه‌ها در نمونه‌های مورد بررسی پایین تر از حد متوسط است. این در حالی است که یافته‌های پژوهش لی و همکاران (۲۰۱۵) نشان داد که وضعیت سواد رسانه‌ای کاربران مورد بررسی

در وضعیت مطلوبی قرار داشته است. با توجه به ابزار اندازه گیری در پژوهش حاضر می توان اذعان داشت که پیگیری اخبار در حوزه های مورد علاقه و به شکل هدفمند، کسب اطلاعات از رسانه های معتبر، دنبال کردن اخبار در سطح محلی، ملی، منطقه ای و بین المللی و به کارگیری انواع استراتژی های جستجو را در یافتن اطلاعات و اخبار در نمونه های مورد بررسی در وضعیت مطلوبی قرار داشته است.

همچنین، شیوه استفاده از رسانه ها در نمونه های مورد بررسی، پایین تر از حد متوسط است. این در حالی است که یافته های پژوهش های انجام شده در خصوص سواد رسانه ای مانند نصیری و عقیلی (۱۳۹۳) بالاتر از متوسط بوده است. همچنین اشرفی ریزی، حسن زاده و کاظم پور (۱۳۹۳) نیز به بالا بودن سواد رسانه ای اشاره کرده اند و این یافته ها با یافته های پژوهش حاضر ناهمسو است. شیوه استفاده درست از رسانه ها با واکاوی محتوای رسانه ای، سطح رشد و اکتشاف بشر را ارتقایی بخشد. این چارچوب به افراد فرصت می دهد تا تاثیر رسانه ها را برنگرش ها، ارزش ها، شیوه زندگی و تصمیم های شخصی شان بررسی کنند. رویکرد آموزش، مخاطب محور است. به عبارت دیگر، فرد از تجربه شخصی خویش به عنوان یک سکوی پرش برای تحلیل رسانه های بهره می گیرد. این رویکرد به جای پاسخ گویی، بر پردازش و واکاوی روش هایی برای بررسی محتوای رسانه ای تاکید می کند. هم زمان، تحلیل بازنمایه ای رسانه ایدر بافت تجربه های شخصی موجب می شود تا فرد متن را بشناسد. این شناخت، اطلاعاتی درباره شخصیت پردازی، قواعد، جهان بینی و پیام هایی درباره موفقیت و خشونت را در برمی گیرد.

با توجه به ابزار اندازه گیری در پژوهش حاضر، می توان اذعان داشت که یادگیری شیوه استفاده از رسانه های جدید، شناختی کافی نسبت به انواع رسانه ها و کارکرد آنها در حوزه های مختلف درک پیام های متنی منتشر شده از سوی رسانه ها در نمونه های مورد بررسی در وضعیت مطلوبی قرار نداشته است.

ازسوی دیگر، میزان ارزشیابی اطلاعات در نمونه های مورد بررسی، بالاتر از حد متوسط است. این در حالی است که بگوم (۲۰۱۲) نیز در پژوهش خود در بنگلادش به این

نتایج دست یافته است. وضعیت سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی نمونه‌ها در وضعیت نامطلوبی قرار دارد. می‌توان اذعان داشت که نمونه‌های مورد بررسی بدون در نظر گرفتن ماهیت و محتوای منابع اطلاعاتی و رسانه‌ای از آنها استفاده‌ای نمی‌کنند و پیش از استفاده از این منابع و ابزارها به ارزشیابی آن مبادرت می‌ورزند. نصیری و عقیلی (۱۳۹۳) نیز به این نتایج دست یافتند که میزان توانایی کارکنان خبرگزاری دانشجویان ایران در ارزیابی اطلاعات و منابع اطلاعاتی و بهره‌مندی کارکنان از مهارت‌های تفکر انتقادی پایین‌تر از حد متوسط و در حد نامطلوبی است. صادقی (۱۳۸۹) نیز به این مهم دست یافته است که سواد اطلاعاتی نمونه‌های مورد بررسی در حد مطلوبی قرار ندارد. با توجه به ابزار اندازه‌گیری در پژوهش حاضر می‌توان اذعان داشت که شناخت کافی از چگونگی کشف درستی و نادرستی اطلاعات، آگاهی از قابلیت‌ها و توانایی‌های خود در ارزشیابی اطلاعات، اطلاع از اثرات فرهنگی، اجتماعی، سیاسی اطلاعات بر افکار، تبعیت از ملاک‌ها و استانداردها در شناسایی اطلاعات متناقض در نمونه‌های مورد بررسی، بالاتر از حد متوسط و در وضعیت مطلوبی قرار داشته است.

همچنین، میزان ترکیب اطلاعات در نمونه‌های مورد بررسی بالاتر از حد متوسط است. طبیب نیا (۱۳۸۴) و پندپذیر و چشمه سهرابی (۱۳۸۹) نیز در پژوهش خود به این مهم دست یافته‌اند و یافته‌های پژوهش حاضر با یافته‌های پژوهش‌های مذکور همسو است. اشرفی ریزی و حسن‌زاده و کاظم‌پور (۱۳۹۳) نیز در پژوهش خود به بالا بودن میزان ترکیب اطلاعات اذعان داشته‌اند. نیاز اطلاعاتی و ترکیب اطلاعات هنگامی حادث می‌شود که فرد به وجود ابهام و خلأی در دانسته‌های خویش پی می‌برد و لذا در پی یافتن پاسخ مناسبی برای پر کردن آن خلأ بر می‌آید. به عبارت دیگر، «نیاز اطلاعاتی» امری درونی است که از نیازهای فردی سرچشمه می‌گیرد. تعریف چنین نیازی، مانند هر امر بنیانی دیگری کار آسانی نیست و بیشتر از روی آثارش شناخته می‌شود.

با توجه به ابزار اندازه‌گیری در پژوهش حاضر می‌توان اذعان داشت که استفاده از انواع رسانه‌ها برای تکمیل اطلاعات، توانایی ترکیب مطالب مختلف جهت درک

واقعیت‌های جهان، و آشنایی با شیوه تلفیق اطلاعات جدید با اطلاعات پیشین در نمونه‌های مورد بررسی در وضعیت مطلوبی قرار داشته است.

از سوی دیگر، میزان تبادل اطلاعات در نمونه‌های مورد بررسی بالاتر از حد متوسط است. بختیارزاده (۱۳۸۱) و صیفوریوغفاری (۱۳۹۰) نیز در پژوهش خود به این مهم دست یافته‌اند که میزان تبادل اطلاعات کاربران بالاتر از متوسط بوده است و این یافته‌ها با یافته‌های پژوهش حاضر همسو است.

وجود اطلاعات به تنهایی موجب داشتن شهروندانی مطلع و آگاه نمی‌شود مگر اینکه آنها توانایی‌های لازم برای استفاده مؤثر از اطلاعات را کسب کرده باشند. با توجه به ابزار اندازه‌گیری در پژوهش حاضر می‌توان اذعان داشت که بهره‌گیری از بازخورد از افراد در بهبود فرایند تبادل اطلاعات، علاقه‌مندی به ارائه‌ی سخنرانی رسمی برای انتقال اطلاعات، بهره‌گیری از امکانات الکترونیک مانند پست الکترونیک، وبسایت‌ها و ... برای انتقال پیام‌ها، و استقبال از نقد دیگران بر مطالب علمی در نمونه‌های مورد بررسی در وضعیت مطلوبی قرار داشته است.

همچنین، میزان رعایت حق مولف در نمونه‌های مورد بررسی بالاتر از حد متوسط است. این یافته با یافته‌های اشرفی‌ریزی و حسن‌زاده و کاظم‌پور (۱۳۹۳) همسو است. به نظر می‌رسد که کاربران این کتابخانه ضمن استفاده از تولیدات علمی دیگران و رعایت امانتداری در نقل مطالب دیگران، به تلاش برای ایجاد خلاقیت و ابتکار در پژوهش، بهبود مهارت‌های نوشتاری، پژوهشی و تحلیلی و یادگیری مطالب جدید در زندگی شخصی و اجتماعی خود اهمیت می‌دهند. رعایت حق مولف یکی از مقوله‌های سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی است که به نظر می‌رسد تا حدودی نگاهی ارزشی نیز دارد. به این صورت که کاربران و استفاده‌کنندگان منابع و ابزارهای رسانه‌ای می‌بایست با در نظر گرفتن رعایت امانتداری و ذکر منابع و مآخذ مورد استفاده از منابع موجود بهره‌بگیرند. با توجه به ابزار اندازه‌گیری در پژوهش حاضر، می‌توان اذعان داشت که ارج نهادن سهم دیگران در تولیدات علمی، استفاده مسئولانه از رسانه‌ها، رعایت امانتداری در نقل

مطالب دیگران، احترام به قوانین و مقررات رسانه‌ها، توجه به به حریم خصوصی افراد در رسانه‌ها و سایر مواردی از این قبیل در نمونه‌های مورد بررسی در وضعیت مطلوبی قرار داشته است. علت این مهم را می‌توان در این نکته خلاصه کرد که اغلب کاربران مراجعه‌کننده به مرکز اسناد و کتابخانه ملی سیستان و بلوچستان از وضعیت تحصیلی بالایی برخوردار بوده و این مسأله می‌تواند با تحصیلات آکادمیک پیوند خورده باشد.

به طور کلی، یافته‌های پژوهش نشان داد میزان سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی کاربران در وضعیت مطلوبی است. با این وجود و در مجموع لازم است هم کاربران و هم دست‌اندرکاران امر آموزش به عوامل مؤثر در افزایش سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی به عنوان یک قابلیت اساسی در استفاده از رسانه‌های چاپی و الکترونیک توجه ویژه‌ای داشته باشند. با توجه به یافته‌های به دست آمده از پژوهش حاضر، کاربران مورد بررسی به طور متوسط از سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی مناسبی بهره‌مندند، به طوری که آنها قادر به پردازش و گزینش پیام‌های دریافتی هستند. یافته‌ها نشان می‌دهد که کاربران می‌توانند با نگاه نقادانه با وسایل ارتباط جمعی روبرو شوند و پیام‌های مورد نظر خود را انتخاب کنند. بنابراین، می‌توانید آور شد جامعه آماری مورد نظر به طور متوسط مخاطبانی فعال با سطح آگاهی بالا در برابر پیام‌های منتشر شده در منابع رسانه‌ای و اطلاعاتی هستند. در اصل باید گفت سهم سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی در کشور نیاز به رشد و توسعه بیشتری دارد و این امر موجب نگرانی شده است، زیرا جامعه امروزی جامعه‌ای رسانه‌ای و اطلاعاتی است و برای موفقیت در این جامعه بسترسازی و زمینه‌های توسعه سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی نیاز اساسی است.

منابع

۱. ابراهیمی، ز (۱۳۹۲). فناوری های نوین آموزشی، تهران: انتشارات راه.
۲. اسمعیل پونکی، الف؛ اسمعیلی گیوی، م و فهیم نیا، ف (۱۳۹۴). بررسی رابطه سواد رسانه ای و سواد اطلاعاتی دانشجویان علوم ارتباطات و علم اطلاعات و دانششناسی. دانش و مدیریت اطلاعات. ۲(۴)، ۶۴-۷۶.
۳. اشرفی ریزی، ح؛ رضانی، الف؛ آقاجانی، ح؛ کاظم پور، ز (۱۳۹۲). بررسی میزان سواد رسانه ای و اطلاعاتی دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی اصفهان. نظام ها و خدمات اطلاعاتی. ۲(۶): ۱۷-۳۴.
۴. اشرفی ریزی، ح؛ حسن زاده، د. و کاظم پور، ز (۱۳۹۳). میزان سواد رسانه ای و اطلاعاتی در بین دانشجویان براساس شاخصهای سواد رسانه ای و اطلاعاتی یونسکو. مدیریت اطلاعات سلامت. ۱۱(۴)، ۳۳۴-۳۲۴.
۵. بصیریان، ح و بصیریان، ر (۱۳۸۵). درآمدی به سواد رسانه ای و تفکر انتقادی. فصلنامه رسانه، ۴(۱۷)، ۵۰-۳۳.
۶. سلیمان، س؛ خسروی، ف. و حداد، ز (۱۳۹۲). ارزیابی سواد رسانه ای دانشجویان و دانش آموزان شهر تهران. مجله جهانی رسانه. ۸(۲): ۷۴-۵۲.
۷. صادقی، ج (۱۳۸۹). سنجش سواد اطلاعاتی کارکنان خبری صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران؛ مطالعه موردی دبیران خبر و خبرنگاران معاونت سیاسی. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران.
۸. طبیب نیا، و (۱۳۸۴). بررسی سواد اطلاعاتی دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشکده اقتصاد علامه طباطبائی. پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات.
۹. فرج پهلوی، ع و مرادی مقدم، ح (۱۳۸۴). بررسی نظرات اعضای هیأت علمی دانشگاه شهید چمران اهواز درباره میزان همخوانی و مطابقت منابع و خدمات موجود در کتابخانه های دانشگاه شهید چمران اهواز با نیازهای اطلاعاتی آنان. علوم تربیتی. ۷۴، ۹۱-۶۶.
۱۰. مزرعی جوشی، س (۱۳۸۸). بررسی جامعه شناختی تقابل بین فرهنگ و فناوری نوین ارتباط (تلفن همراه و اینترنت). علوم اجتماعی. ۲۴(۶): ۱۰۵-۱۰۰.
۱۱. نصیری، ب و عقیلی، و (۱۳۹۱). بررسی آموزش سواد رسانه ای در کشورهای کانادا و ژاپن. نوآوریهای آموزشی. ۴۱(۱۱)، ۱۵۹-۱۳۷.

۱۲. Al-Mamary YH., Shamsuddin Al and Aziati N. (۲۰۱۵). Investigating The Key Factors Influencing On Management Information Systems Adoption Among Telecommunication Companies In Yemen: The Conceptual Framework Development. Energy, Information And Communications, ۶(۱):۵۹-۶۸.

۱۳. Begum D. (۲۰۱۲). Promoting Media and Information Literacy: A Case Study of Bangladesh Public Sector. Paper presented at the International Conference on Media and Information Literacy for Knowledge Societies, Moscow: Russian Federation.

۱۴. koc, m & barut, e. (۲۰۱۶). Development and validation of New Media Literacy Scale (NMLS) for university students. Computers in Human Behavior. ۶۳, ۸۳۴-۸۴۳.

۱۵. Lee L., Chen., D., Li J. & Lin T. (۲۰۱۵). Understanding new media literacy: The development of a measuring instrument. Computers & Education. ۸۵, ۸۴-۹۳.

۱۶. Moeller S., Joseph A., Lau J., &Carbo T. (۲۰۱۱). Towards media and information literacy indicators. Paris: UNESCO.
۱۷. Singh J. (۲۰۱۲). Placing Media and Information Literacy at the Core of Instruction. Paper presented at the International Conference on Media and Information Literacy for Knowledge Societies, Moscow: Russian Federation.
۱۸. Tsiknakis M and Kouroubali A. (۲۰۰۹). Organizational Factors Affecting Successful Adoption Of Innovative Ehealth Services: A Case Study Employing The FITT Framework. Medical Informatics, ۷۸(۱): ۳۹-۵۲.
۱۹. Unesco. (۲۰۰۷). Global Framework On Mil Indicators Retrieved ۰۱/۰۸/۲۰۱۳, ۲۰۱۳, From <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/mediadevelopment/media-literacy/global-framework-on-mil-indicators/>.
۲۰. Wilson C. (۲۰۱۲). Media and Information Literacy: Pedagogy and Possibilities. Comunicar, ۲۰(۳۹), ۱۵- ۲۲.

استناد به این مقاله:

شناسه دیجیتال (DOI): ۱۰.۲۲۰۹۱/stim.۲۰۱۸.۲۰۸۶.۱۱۳۹

باقری نیا، گک (۱۳۹۷). «ارزیابی سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی کاربران مرکز اسناد و کتابخانه ملی سیستان و بلوچستان». علوم و فنون مدیریت اطلاعات، ۴ (۳)، ۱۵۹- ۱۷۵.