





دانشگاه آزاد اسلامی  
واحد تهران مرکزی  
دانشکده روانشناسی و علوم اجتماعی

پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد (M.A.)  
علوم ارتباطات اجتماعی (روزنامه نگاری)

عنوان

بررسی سواد رسانه‌ای شهروندان تبریز

استاد راهنما:

دکتر صدیقه پیران

استاد مشاور:

دکتر محمد سلطانی فر

پژوهشگر:

مهرداد خداویردی زاده

بهار ۱۳۹۰

تقدیم به مادرم :

پشیمهای همیشه نگران و منتظره،

به دیدگان مروارید فشان،

به سنگ صبوره،

به مجسمه عشق و وفا و امید.

تقدیم به همسر عزیزم :

که سایه بان و تکیه گاه لمظات تنهایی و دشوار زندگی من بوده است.

او که فداکاریهای بی‌ریایش سرمشتقی بی‌همتاست.

تقدیم به خواهرانم :

که قلب پاک و پر از عطوفتشان امید زندگیم بوده است و حضورشان

بر تار و پود زندگی‌ام نقش امید می‌زند.

تقدیم به :

روان پاک پدر

که طلوع عمرش فیلی زود غروب کرد.

## بسمه تعالی

### تقدیر و تشکر

حمد و سپاس خداوند یکتا را، که بیاراست ارواح ما را به وجود اصل و بپیراست اشباح ما را به سجود وصل، در ما کشید رقم بندگی و بر ما پوشید حله زندگی، شارع شریعت را به ما نمود و رنگ ضلالت از آئینه طبیعت ما بزدود و خاتم انبیاء و سید اصفیا را دلیل راه و شفیع گناه ما کرد. سپاس خداوند یکتا را که هستیم بخشید و از دریای بیکران رحمتش برخوردارم نموده، تحصیل دانش را روزیم ساخت، همتم عطا کرد تا سختی‌ها و مرارت‌های زندگی را با حلاوت آموختن برخورد هموار کنم. گذار از این مسیر و فائق آمدن بر مشکلات را به برکت فداکاری، یاری و مهربانی بندگان خویش بر من میسر ساخت.

### با سپاس فراوان از:

- استاد محترم خانم دکتر صدیقه ببران که زحمت راهنمایی این پایان‌نامه را تقبل فرموده و در تمام مراحل پایان‌نامه از هیچ راهنمایی و کمکی دریغ نمودند.
- استاد محترم آقای دکتر محمد سلطانی فر که به عنوان استاد مشاور صمیمانه یاری و مساعدت فرمودند.
- استاد گرامی جناب آقای دکتر غلامرضا آذری که زحمت داوری این پایان‌نامه را به عهده داشتند و در حین تحصیل از هیچ کمکی به اینجانب دریغ نکردند.
- کلیه اساتید و اعضای محترم گروه علوم ارتباطات دانشکده روانشناسی و علوم اجتماعی دانشگاه تهران مرکز که در ارتقاء سطح علمی اینجانب مؤثر بوده و هیچگاه از راهنمائیهایشان بی‌بهره نبوده‌ام.

## بسمه تعالی

### تعهد نامه اصالت پایان نامه کارشناسی ارشد

اینجانب **مهرداد خداویردی زاده** دانشجوی کارشناسی ارشد رشته **علوم ارتباطات** با شماره دانشجویی **۸۷۰۸۴۹۳۳۴۰۰** اعلام می‌نمایم که کلیه مطالب مندرج در این پایان نامه با عنوان: **بررسی سواد رسانه‌ای شهروندان تبریز** با کسب نمره **۱۹/۷۵** بحروف **نوزده و هفتاد و پنج صدم** و درجه **عالی** دفاع نموده‌ام بدینوسیله متعهد می‌شوم:

- ۱- این پایان‌نامه حاصل تحقیق و پژوهش انجام شده توسط اینجانب بوده و در مواردی که از دستاوردهای علمی و پژوهشی دیگران (اعم از پایان‌نامه، کتاب، مقاله و ...) استفاده نموده‌ام، مطابق ضوابط و رویه‌های موجود، نام منبع مورد استفاده و سایر مشخصات آن را در فهرست ذکر و درج کرده‌ام.
- ۲- این پایان‌نامه قبلاً برای دریافت هیچ مدرک تحصیلی (هم سطح، پایین‌تر یا بالاتر) در سایر دانشگاهها و موسسات آموزش عالی ارائه نشده است.
- ۳- چنانچه بعد از فراغت از تحصیل، قصد استفاده و هر گونه بهره‌برداری اعم از چاپ کتاب، ثبت اختراع و ... از این پایان‌نامه داشته باشم، از حوزه معاونت پژوهشی واحد مجوزهای مربوطه را اخذ نمایم.
- ۴- چنانچه در هر مقطع زمانی خلاف موارد فوق ثابت شود، عواقب ناشی از آن را بپذیرم و واحد دانشگاهی مجاز است با اینجانب مطابق ضوابط و مقررات رفتار نموده و در صورت ابطال مدرک تحصیلی‌ام هیچگونه ادعایی نخواهم داشت.

نام و نام خانوادگی: **مهرداد خداویردی زاده**

تاریخ و امضاء: **۹۰/۴/۱۹**

## بسمه تعالی

در تاریخ : ۹۰/۴/۱۹

دانشجوی کارشناسی ارشد علوم ارتباطات آقای **مهرداد خداویردی زاده** از پایان نامه خود دفاع نموده  
و با نمره **۱۹/۲۵** بحروف **نوزده و هشتادوینج صدم** و با درجه **عالی**  
مورد تصویب قرار گرفت.

نام و نام خانوادگی : **دکتر صدیقه ببران**  
امضاء استاد راهنما

بسمه تعالی  
دانشکده روانشناسی و علوم اجتماعی

«این چکیده به منظور چاپ در پژوهش نامه دانشگاه تهیه شده است»

کد شناسایی پایان نامه: ۱۰۱۲۰۵۰۹۸۹۲۰۱۱	نام واحد دانشگاهی: تهران مرکزی کد واحد: ۱۰۱
<b>عنوان پایان نامه: بررسی سواد رسانه‌ای شهروندان تبریز</b>	
تاریخ شروع پایان نامه: ۸۹/۱۰/۱۰ تاریخ اتمام پایان نامه: ۹۰/۴/۱۹	نام و نام خانوادگی دانشجو: <b>مهرداد خداویردی زاده</b> شماره دانشجویی: ۸۷۰۸۴۹۳۳۲۰۰ رشته تحصیلی: <b>علوم ارتباطات</b>
استاد / استادان راهنما: <b>دکتر صدیقه بیران</b> استاد/استادان مشاور: <b>دکتر محمد سلطانی فر</b>	
<b>چکیده پایان نامه (شامل خلاصه، اهداف، روش های اجرا و نتایج به دست آمده):</b>	
<p>سواد رسانه‌ای به عنوان یک اندیشه کلیدی در حوزه ارتباطات مطرح است که در نتیجه آن افراد خود را به رسانه‌ها اعلام می‌نمایند، تا معنای پیام‌هایی که با آنها مواجه می‌شوند تعبیر و تفسیر کنند. در این راستا پژوهش حاضر با هدف بررسی میزان سواد رسانه‌ای شهروندان تبریز نسبت به پیام وسایل ارتباط جمعی است که در اهمیت موضوع می‌توان به تاثیرات رسانه‌ها روی فرایندهای دموکراتیک، مصرف بالای رسانه‌ای و اشباع شدن جامعه با رسانه‌ها، نفوذ رسانه‌ها بر شناخت، درک و گرایش انسانها، افزایش اهمیت اطلاعات و ارتباطات بصری و توجه به اهمیت اطلاعات در جامعه و نیاز به آموزش مادام‌العمر اشاره کرد. در این پژوهش از روش پیمایشی و از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شده است. جامعه آماری جمعیت ۱۵ سال به بالای ساکن شهر تبریز به تعداد ۱۱۵۰۰۰۰ نفر بوده، حجم نمونه براساس فرمول کوکران با لحاظ جنسیت و سن برابر ۳۸۴ نفر بود که به روش خوشه‌ای چند مرحله‌ای انتخاب شدند. یافته‌ها بیانگر همانند بودن اهداف استفاده از رسانه‌ها در سطوح مختلف سواد رسانه، تلویزیون پر مخاطب ترین رسانه، توانایی متوسط شهروندان تبریز در تشخیص تاثیر تحریف، کلیشه‌سازی، تبلیغات و خشونت در رسانه‌ها، برخورداری متوسط از نگاه نقادانه به محتوای رسانه‌ها، دانستن پیامدهای اخلاقی، اجتماعی و فرهنگی رسانه‌ها در حد متوسط بود. نتیجه این که در اغلب متغیرهای وابسته مورد بررسی، مردم نسبت به رسانه‌ها، محتوا و پیامدهای همه جانبه آنها شناخت متوسطی دارند. بطور کلی یافته‌های تحقیق حاکی از آن است که سواد رسانه‌ای شهروندان تبریز در حد متوسط است.</p> <p style="text-align: right;"><b>کلید واژه‌ها:</b> سواد رسانه، وسایل ارتباط جمعی، شهروندان تبریز</p>	

**مناسب است**

تاریخ و امضاء:

\_\_\_\_\_ نظر استاد راهنما برای چاپ در پژوهش نامه دانشگاه

مناسب نیست

## فهرست مطالب

صفحه	عنوان
فصل اول: کلیات تحقیق	
۲	۱-۱- مقدمه.....
۶	۲-۱- بیان مساله.....
۸	۳-۱- اهمیت و ضرورت تحقیق.....
۸	۱-۳-۱- ضرورت نظری و علمی.....
۱۰	۲-۳-۱- اهمیت کاربردی تحقیق.....
۱۱	۴-۱- اهداف تحقیق.....
۱۲	۵-۱- سؤالات تحقیق.....
۱۳	۶-۱- فرضیه‌های تحقیق.....
۱۴	۷-۱- تعریف مفاهیم.....
۱۴	۱-۷-۱- تعریف نظری.....
۱۵	۲-۷-۱- تعریف عملیاتی.....
۱۵	۳-۷-۱- ابعاد سواد رسانه.....
۱۶	۸-۱- روش تحقیق.....
۱۶	۹-۱- جامعه آماری.....
۱۷	۱۰-۱- روش نمونه‌گیری.....
۱۷	۱۱-۱- تجزیه و تحلیل اطلاعات.....
۱۷	۱۲-۱- محدودیتها و مشکلات تحقیق.....
۱۸	۱۳-۱- مدل تحقیق.....
فصل دوم: پیشینه و مبانی نظری تحقیق	
۲۰	۱-۲- مقدمه.....



۲۱	..... ۲-۲- تعریف سواد رسانه‌ای
۲۲	..... ۱-۲-۲- تعریف سواد رسانه از نظر جیمز پاتر
۲۴	..... ۲-۲-۲- تعریف کانادا از سواد رسانه‌ای
۲۴	..... ۳-۲-۲- چیستی سواد رسانه
۲۶	..... ۴-۲-۲- رویکردهای مختلف نسبت به مفهوم سواد رسانه
۲۸	..... ۳-۲- تاریخچه سواد رسانه‌ای
۳۰	..... ۴-۲- ویژگیهای اصلی سواد رسانه‌ای
۳۱	..... ۵-۲- ابعاد سواد رسانه
۳۱	..... ۱-۵-۲- توانایی‌های ادراکی
۳۱	..... ۲-۵-۲- توانایی‌های حسی
۳۲	..... ۳-۵-۲- توانایی‌های زیبایی شناسی
۳۲	..... ۴-۵-۲- توانایی‌های اخلاقی
۳۲	..... ۶-۲- اصول سواد رسانه‌ای
۳۵	..... ۷-۲- جنبه‌های مختلف سواد رسانه‌ای
۳۶	..... ۸-۲- فرایندهای شناختی موجود در داشتن سواد رسانه‌ای
۳۶	..... ۹-۲- اهداف سواد رسانه‌ای
۳۸	..... ۱۰-۲- مراحل کسب سواد رسانه‌ای
۳۸	..... ۱-۱۰-۲- داشتن آگاهی کامل در خصوص استفاده از رسانه‌ها
۳۸	..... ۲-۱۰-۲- برخورد منتقدانه با محتوای رسانه‌ها
۳۹	..... ۳-۱۰-۲- تحلیل زمینه‌های فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی محیط رسانه
۳۹	..... ۴-۱۰-۲- جانبداری از رسانه و استفاده از آن برای تغییرات اجتماعی
۴۰	..... ۱۱-۲- دلایل فراگیری سواد رسانه‌ای
۴۰	..... ۱۲-۲- ضرورت‌های آموزش سواد رسانه‌ای
۴۱	..... ۱۳-۲- ضرورت و فایده سواد رسانه
۴۱	..... ۱۴-۲- دلایل نیاز مخاطبان به سواد رسانه
۴۲	..... ۱۵-۲- سواد رسانه‌ای نیاز هر شهروند
۴۳	..... ۱۶-۲- توانایی‌های مرتبط با سواد رسانه
۴۳	..... ۱۷-۲- تعاریف و مدل‌های سواد رسانه‌ای

- ۱۸-۲- رویکردها و مدل‌های سواد رسانه‌ای..... ۴۵
- ۱-۱۸-۲- سواد رسانه‌ای از نظر هابز ..... ۴۵
- ۱-۱۸-۲- مدل سواد رسانه‌ای از منظر هابز..... ۴۵
- ۲-۱۸-۲- تلفیق نظر لاسول و هابز در زمینه سواد رسانه‌ای..... ۴۶
- ۱۹-۲- ویژگی‌های لایه بیرونی ..... ۴۷
- ۲۰-۲- ویژگی‌های لایه درونی ..... ۴۸
- ۲۱-۲- سواد رسانه‌ای از نظر تامن..... ۴۸
- ۲۲-۲- سواد رسانه‌ای از نظر پاتر ..... ۵۱
- ۲۳-۲- ساختارهای دانش ..... ۵۲
- ۲۴-۲- منبع شخصی ..... ۵۴
- ۲۵-۲- شایستگی و مهارت‌های استفاده از رسانه ..... ۵۴
- ۲۶-۲- وظایف پردازش پیام اطلاعات..... ۵۶
- ۲۷-۲- مراحل پردازش اطلاعات از منظر پاتر..... ۵۷
- ۲۸-۲- سواد رسانه و نشانه‌شناسی ..... ۵۸
- ۲۹-۲- سواد رسانه‌ای و مفهوم نشانه‌شناسی ..... ۶۱
- ۳۰-۲- تفکر بنیادی و روش نشانه‌شناسی تحلیلی..... ۶۲
- ۳۱-۲- چگونگی تحلیل رسانه‌ای ..... ۶۴
- ۳۲-۲- نظریه‌های ارتباطی مرتبط با سواد رسانه‌ای ..... ۶۸
- ۱-۳۲-۲- نظریه برجسته سازی..... ۶۸
- ۲-۳۲-۲- نظریه دروازه‌بانی..... ۷۰
- ۳-۳۲-۲- نظریه استفاده و رضایت‌مندی..... ۷۱
- ۴-۳۲-۲- مزایای رویکرد استفاده و رضامندی ..... ۷۳
- ۵-۳۲-۲- نظریه یادگیری اجتماعی ..... ۷۳
- ۶-۳۲-۲- نظریه کاشت ..... ۷۴
- ۷-۳۲-۲- تبیین نظریه ..... ۷۵
- ۸-۳۲-۲- تجدید نظر در نظریه گرینر..... ۷۶
- ۹-۳۲-۲- نظریه نشر نوآوری..... ۷۸
- ۱۰-۳۲-۲- نظریه شکاف آگاهی ..... ۸۰

۸۲	..... نظریه شکاف دیجیتالی	۱۱-۳۲-۲
۸۴	..... نظریه وابستگی	۱۲-۳۲-۲
۸۷	..... نظریه غنای رسانه	۱۳-۳۲-۲
۹۰	..... نظریه جریان دو مرحله‌ای	۱۴-۳۲-۲
۹۱	..... نظریه چارچوب‌سازی	۱۵-۳۲-۲
۹۴	..... نظریه پیش‌زمینه‌سازی	۱۶-۳۲-۲
۹۷	..... نظریه بازنمایی برساختی	۳۳-۲
۹۸	..... نگاهی گذرا به شهرستان تبریز	۳۴-۲
۹۸	..... جغرافیای طبیعی شهرستان تبریز	۱-۳۴-۲
۹۹	..... جمعیت	۲-۳۴-۲
۹۹	..... پیشینه تاریخی شهرستان تبریز	۳-۳۴-۲
۱۰۰	..... خصوصیات فرهنگی شهرستان تبریز	۴-۳۴-۲
۱۰۰	..... مراکز و موسسات فرهنگی	۵-۳۴-۲
۱۰۳	..... پیشینه تحقیق	
۱۰۳	..... تحقیقات پیشین	۳۳-۲
۱۰۳	..... پایان‌نامه‌ها	۱-۳۳-۲
۱۰۵	..... کتاب‌های مرتبط	۲-۳۳-۲
۱۰۹	..... مقالات مرتبط	۳-۳۳-۲

### فصل سوم: روش تحقیق

۱۱۶	..... مقدمه	۱-۳
۱۱۷	..... روش تحقیق	۲-۳
۱۱۷	..... جامعه آماری و حجم آن	۳-۳
۱۱۷	..... برآورد حجم نمونه	۴-۳
۱۱۸	..... روش نمونه‌گیری	۵-۳
۱۱۸	..... روش گردآوری اطلاعات	۶-۳
۱۱۸	..... روائی و پایایی	۱-۶-۳

۱۱۹ ..... ۷-۳- تجزیه و تحلیل اطلاعات

### فصل چهارم: تجزیه و تحلیل داده‌ها

۱۲۱ ..... ۱-۴- مقدمه

۱۲۲ ..... ۲-۴- سیمای پاسخگویان

۱۲۶ ..... ۳-۴- توصیف یافته‌ها

۱۶۶ ..... ۴-۴- تحلیل یافته‌ها

### فصل پنجم: نتیجه‌گیری و پیشنهادات

۱۸۲ ..... ۱-۵- نتایج تحقیق

۱۸۹ ..... ۲-۵- پیشنهادات

۱۸۸ ..... ۱-۲-۵- پیشنهادات کاربردی

۱۹۰ ..... ۲-۲-۵- پیشنهادات کلی

۱۹۳ ..... منابع و مأخذ

۱۹۲ ..... الف) منابع فارسی

۱۹۲ ..... ب) منابع لاتین

۱۹۶ ..... پیوستها

۲۰۰ ..... پرسشنامه

## فهرست جداول

صفحه

عنوان

۱۲۲	جدول شماره ۱-۴- توزیع پاسخگویان به تفکیک جنسیت
۱۲۳	جدول شماره ۲-۴- توزیع پاسخگویان به تفکیک سنین مختلف
۱۲۴	جدول شماره ۳-۴- توزیع پاسخگویان به تفکیک سطوح تحصیلات
۱۲۵	جدول شماره ۴-۴- توزیع پاسخگویان به تفکیک وضعیت تأهل
۱۲۶	جدول شماره ۵-۴- میزان تماشای تلویزیون در بین پاسخگویان
۱۲۷	جدول شماره ۶-۴- میزان گوش دادن به رادیو در بین پاسخگویان
۱۲۸	جدول شماره ۷-۴- میزان استفاده از اینترنت در بین پاسخگویان
۱۲۹	جدول شماره ۸-۴- میزان خواندن روزنامه در بین پاسخگویان
۱۳۰	جدول شماره ۹-۴- میزان تماشای ماهواره در بین پاسخگویان
۱۳۱	جدول شماره ۱۰-۴- توزیع پاسخگویان به تفکیک اهداف آنها از تماشای تلویزیون
۱۳۲	جدول شماره ۱۱-۴- توزیع پاسخگویان به تفکیک اهداف آنها از گوش دادن به رادیو
۱۳۳	جدول شماره ۱۲-۴- توزیع پاسخگویان به تفکیک اهداف استفاده آنها از اینترنت
۱۳۴	جدول شماره ۱۳-۴- توزیع پاسخگویان به تفکیک اهداف مطالعه روزنامه توسط آنها
۱۳۵	جدول شماره ۱۴-۴- توزیع پاسخگویان برحسب اهداف آنها از تماشای ماهواره
۱۳۶	جدول شماره ۱۵-۴- میزان موافقت پاسخگویان با این نکته که «داشتن اطلاعات لازم از رسانه‌ها باعث انتخاب آگاهانه فرد می‌شود»
۱۳۷	جدول شماره ۱۶-۴- میزان موافقت پاسخگویان با این نکته که: «برخورداری از قدرت درک و شناخت بالا موجب افزایش استفاده هوشمندانه از رسانه‌ها می‌شود»
۱۳۸	جدول شماره ۱۷-۴- میزان موافقت پاسخگویان با این نکته که «داشتن قدرت شناخت بالا موجب افزایش سطح اطلاعات و آگاهی‌های مردم می‌شود»
۱۳۹	جدول شماره ۱۸-۴- میزان موافقت پاسخگویان با این نکته که: «بیشتر مردم از توانایی لازم برای استفاده از رسانه‌ها برخوردارند»
۱۴۰	جدول شماره ۱۹-۴- نظر پاسخگویان درباره «میزان توانایی تشخیص محتوای پیام‌های منتشر شده از سوی رسانه‌ها توسط مردم»

- جدول شماره ۴-۲۰- نظر پاسخگویان درباره توانایی تجزیه و تحلیل مردم از پیام‌های ارائه شده از سوی رسانه‌ها..... ۱۴۱
- جدول شماره ۴-۲۱- توزیع پاسخگویان براساس نظر آنها درباره مطلع شدن مردم از سانسور و تحریف اخبار..... ۱۴۲
- جدول شماره ۴-۲۲- توزیع پاسخگویان بیان کلیشه‌ای و قالبی واقعیت‌ها برای مردم توسط رسانه‌ها..... ۱۴۳
- جدول شماره ۴-۲۳- میزان آگاهی مردم از خشونت‌ی که در رسانه‌ها به تصویر کشیده می‌شود..... ۱۴۴
- جدول شماره ۴-۲۴- نظر پاسخگویان درباره آگاهی مردم از اهداف تبلیغات توسط رسانه‌ها..... ۱۴۵
- جدول شماره ۴-۲۵- نظر پاسخگویان درباره توانایی مردم در تجزیه و تحلیل پیام‌های سیاسی رسانه‌ها .. ۱۴۶
- جدول شماره ۴-۲۶- نظر پاسخگویان درباره توانایی مردم در تجزیه و تحلیل پیام‌های اجتماعی رسانه‌ها ۱۴۷
- جدول شماره ۴-۲۷- نظر پاسخگویان برحسب نظر آنها درباره توانایی مردم در تجزیه و تحلیل پیام‌های اقتصادی رسانه‌ها ..... ۱۴۸
- جدول شماره ۴-۲۸- نظر پاسخگویان برحسب نظر آنها پیرامون توانایی مردم در تجزیه و تحلیل پیام‌های فرهنگی رسانه‌ها از نظر پاسخگویان..... ۱۴۹
- جدول شماره ۴-۲۹- توزیع پاسخگویان برحسب نظر آنها درباره توانایی مردم در تشخیص پیام‌های اخلاقی، اجتماعی و فرهنگی محتوای رسانه‌ها..... ۱۵۰
- جدول شماره ۴-۳۰- توزیع پاسخگویان برحسب نظرات آنها درباره جهت دهی رسانه‌ها به محتوای پیام‌ها ..... ۱۵۱
- جدول شماره ۴-۳۱- توزیع پاسخگویان برحسب نظر آنها با درک بهتر پیام‌های رسانه‌ای در بین اقشار تحصیلکرده ..... ۱۵۲
- جدول شماره ۴-۳۲- میزان تأثیرپذیری مردم از رسانه‌ها از دید پاسخگویان ..... ۱۵۳
- جدول شماره ۴-۳۳- توزیع پاسخگویان برحسب نظر آنها درباره میزان توانایی مردم برای نقد برنامه‌های رسانه‌ها ..... ۱۵۴
- جدول شماره ۴-۳۴- توزیع پاسخگویان برحسب نظر آنها درباره میزان پنهان کردن اهداف سیاسی و فکری رسانه‌ها در محتوای پیام‌ها..... ۱۵۵
- جدول شماره ۴-۳۵- توزیع پاسخگویان درباره میزان تشخیص اهداف پنهان رسانه‌ها توسط مردم ..... ۱۵۶
- جدول شماره ۴-۳۶- توزیع پاسخگویان برحسب نظر آنها درباره میزان تشخیص فریب‌ها و تحریف‌های رسانه‌ای موجود در پیام‌ها توسط مردم..... ۱۵۷
- جدول شماره ۴-۳۷- توزیع پاسخگویان برحسب نظر آنها درباره میزان مهارت لازم مردم برای تشخیص پیام‌های رسانه‌ای ..... ۱۵۸

- جدول شماره ۴-۳۸- توزیع پاسخگویان برحسب نظر آنها دربارهٔ سنجیده و هدفمند دنبال کردن پیام‌های رسانه‌ای توسط مردم..... ۱۵۹
- جدول شماره ۴-۳۹- میزان سواد رسانه‌ای شهروندان تبریزی..... ۱۶۰
- جدول شماره ۴-۴۰- توزیع پاسخگویان برحسب میزان تشخیص پیام‌های تحریف شده، تبلیغاتی، خشونت آمیز و کلیشه‌ای..... ۱۶۱
- جدول شماره ۴-۴۱- میزان توانایی شهروندان تبریز در نقد فعال از محتوای رسانه‌ها..... ۱۶۲
- جدول شماره ۴-۴۲- نحوه تحلیل پیامدهای اخلاقی، اجتماعی، فرهنگی محتوای رسانه‌ها توسط شهروندان..... ۱۶۳
- جدول شماره ۴-۴۳- توزیع پاسخگویان برحسب توانایی تجزیه و تحلیل پیام‌های مختلف..... ۱۶۴
- جدول شماره ۴-۴۴- میزان توانایی شهروندان در تشخیص اغراض سیاسی و ایدئولوژیک محتوای رسانه‌ها ۱۶۵
- جدول شماره ۴-۴۵- توزیع سواد رسانه‌ای پاسخگویان به تفکیک جنسیت..... ۱۶۶
- جدول شماره ۴-۴۶- توزیع پاسخگویان به تفکیک سواد رسانه‌ای آنها در بین سطوح مختلف تحصیلی... ۱۶۷
- جدول شماره ۴-۴۷- سواد رسانه‌ای پاسخگویان به تفکیک گروه‌های سنی مختلف..... ۱۶۸
- جدول شماره ۴-۴۸: تعیین رابطه بین میزان استفاده از رسانه‌های مختلف (تلویزیون، رادیو، اینترنت، روزنامه و ماهواره)..... ۱۶۹
- جدول شماره ۴-۴۹- میزان سواد رسانه‌ای پاسخگویان به تفکیک اهداف مختلف استفاده از رسانه‌ها ..... ۱۷۰
- جدول شماره ۴-۵۰- توزیع پاسخگویان دارای سواد رسانه‌ای مختلف به تفکیک نحوهٔ تشخیص پیام‌های رسانه‌ای..... ۱۷۱
- جدول شماره ۴-۵۱- محاسبه ضریب همبستگی اسپیرمن برای دو متغیر سواد رسانه‌ای و توانایی تشخیص پیامها ..... ۱۷۲
- جدول شماره ۴-۵۲- پاسخگویان دارای سواد رسانه‌ای مختلف به تفکیک توانایی تجزیه و تحلیل پیامها توسط آنها ..... ۱۷۳
- جدول شماره ۴-۵۳- محاسبه ضریب همبستگی اسپیرمن برای دو متغیر سواد رسانه‌ای و توانایی تجزیه و تحلیل پیامهای مختلف..... ۱۷۴
- جدول شماره ۴-۵۴- توانایی تشخیص پیامدهای اخلاقی اجتماعی، فرهنگی محتوای ..... ۱۷۵
- جدول شماره ۴-۵۵- محاسبه ضریب همبستگی اسپیرمن برای دو متغیر سواد رسانه‌ای و توانایی تشخیص پیامدهای مختلف رسانه‌ها..... ۱۷۶
- جدول شماره ۴-۵۶- سواد رسانه‌ای پاسخگویان به تفکیک دیدگاه انتقادی آنها دربارهٔ برنامه‌های رسانه ۱۷۷
- جدول شماره ۴-۵۷- ضریب همبستگی اسپیرمن بین دو متغیر سواد رسانه‌ای و نگاه انتقادی نسبت به پیامهای رسانه‌ها..... ۱۷۸

جدول شماره ۴-۵۸- میزان سواد رسانه‌ای پاسخگویان و نظر آنها درباره پنهان کردن اهداف سیاسی و فکری در محتوای رسانه‌ها..... ۱۷۹

جدول شماره ۴-۵۹- محاسبه ضریب همبستگی اسپیرمن برای دو متغیر سواد رسانه‌ای و تشخیص اغراض سیاسی و ایدئولوژیک رسانه‌ها..... ۱۸۰

## فهرست اشکال

عنوان	صفحه
شکل ۲-۱- مدل سواد رسانه‌ای از منظر هابز.....	۴۵
شکل ۲-۲- تلفیق نظر تلفیق نظر لاسول و هابز در زمینه سواد رسانه‌ای .....	۴۶
شکل ۲-۳- سواد رسانه‌ای از نظر تامن.....	۵۰
شکل ۲-۴- سواد رسانه‌ای از نظر پاتر.....	۵۱
شکل ۲-۵- مدل ساختارهای دانش رسانه‌ای از نظر پاتر .....	۵۳
شکل ۲-۶- مراحل پردازش اطلاعات از نظر پاتر.....	۵۷



## فهرست نمودارها

صفحه

عنوان

- نمودار شماره ۴-۱- توزیع پاسخگویان به تفکیک جنسیت ..... ۱۲۲
- نمودار شماره ۴-۲- توزیع پاسخگویان به تفکیک سنین مختلف ..... ۱۲۳
- نمودار شماره ۴-۳- توزیع پاسخگویان به تفکیک سطوح تحصیلات ..... ۱۲۴
- نمودار شماره ۴-۴- توزیع پاسخگویان به تفکیک وضعیت تأهل ..... ۱۲۵
- نمودار شماره ۴-۵- توزیع پاسخگویان به تفکیک وضعیت تأهل ..... ۱۲۶
- نمودار شماره ۴-۶- میزان گوش دادن به رادیو در بین پاسخگویان ..... ۱۲۷
- نمودار شماره ۴-۷- میزان استفاده از اینترنت در بین پاسخگویان ..... ۱۲۸
- نمودار شماره ۴-۸- میزان خواندن روزنامه در بین پاسخگویان ..... ۱۲۹
- نمودار شماره ۴-۹- میزان تماشای ماهواره در بین پاسخگویان ..... ۱۳۰
- نمودار شماره ۴-۱۰- توزیع پاسخگویان به تفکیک اهداف آنها از تماشای تلویزیون ..... ۱۳۱
- نمودار شماره ۴-۱۱- توزیع پاسخگویان به تفکیک اهداف آنها از گوش دادن به رادیو ..... ۱۳۲
- نمودار شماره ۴-۱۲- توزیع پاسخگویان به تفکیک اهداف استفاده آنها از اینترنت ..... ۱۳۳
- نمودار شماره ۴-۱۳- توزیع پاسخگویان به تفکیک اهداف استفاده آنها از مطالعه روزنامه ..... ۱۳۴
- نمودار شماره ۴-۱۴- توزیع پاسخگویان برحسب اهداف آنها از تماشای ماهواره ..... ۱۳۵
- نمودار شماره ۴-۱۵- میزان موافقت پاسخگویان با این نکته که «داشتن اطلاعات لازم از رسانه‌ها باعث انتخاب آگاهانه فرد می‌شود» ..... ۱۳۶
- نمودار شماره ۴-۱۶- میزان موافقت پاسخگویان با این نکته که: «برخورداری از قدرت درک و شناخت بالا موجب افزایش استفاده هوشمندانه از رسانه‌ها می‌شود» ..... ۱۳۷
- نمودار شماره ۴-۱۷- میزان موافقت پاسخگویان با این نکته که: «داشتن قدرت شناخت بالا موجب افزایش سطح اطلاعات و آگاهی‌های مردم می‌شود» ..... ۱۳۸
- نمودار شماره ۴-۱۸- میزان موافقت پاسخگویان با این نکته که: «بیشتر مردم از توانایی لازم برای استفاده از رسانه‌ها برخوردارند» ..... ۱۳۹
- نمودار شماره ۴-۱۹- نظر پاسخگویان درباره «میزان توانایی تشخیص محتوای پیام‌های منتشر شده از سوی رسانه‌ها توسط مردم» ..... ۱۴۰

- نمودار شماره ۴-۲۰- نظریه پاسخگویان درباره توانایی تجزیه و تحلیل مردم از پیام‌های ارائه شده از سوی رسانه‌ها ..... ۱۴۱
- نمودار شماره ۴-۲۱- توزیع پاسخگویان براساس نظر آنها درباره مطلع شدن مردم از سانسور و تحریف اخبار ..... ۱۴۲
- نمودار شماره ۴-۲۲- توزیع پاسخگویان بیان کلیشه‌ای و قالبی واقعیت‌ها برای مردم توسط رسانه‌ها ..... ۱۴۳
- نمودار شماره ۴-۲۳- میزان آگاهی مردم از خشونت‌ی که در رسانه‌ها به تصویر کشیده می‌شود ..... ۱۴۴
- نمودار شماره ۴-۲۴- نظر پاسخگویان درباره آگاهی مردم از هدف تبلیغات توسط رسانه‌ها ..... ۱۴۵
- نمودار شماره ۴-۲۵- نظر پاسخگویان درباره توانایی مردم در تجزیه و تحلیل پیام‌های سیاسی رسانه‌ها .. ۱۴۶
- نمودار شماره ۴-۲۶- نظر پاسخگویان درباره توانایی مردم در تجزیه و تحلیل پیام‌های اجتماعی رسانه‌ها ۱۴۷
- نمودار شماره ۴-۲۷- توزیع پاسخگویان برحسب نظر آنها درباره توانایی مردم در تجزیه و تحلیل پیام‌های اقتصادی رسانه‌ها ..... ۱۴۸
- نمودار شماره ۴-۲۸- توزیع پاسخگویان برحسب نظر آنها پیرامون توانایی مردم در تجزیه و تحلیل پیام‌های فرهنگی رسانه‌ها از نظر پاسخگویان ..... ۱۴۹
- نمودار شماره ۴-۲۹- توزیع پاسخگویان برحسب نظر آنها درباره توانایی مردم در تشخیص پیام‌های اخلاقی، اجتماعی و فرهنگی محتوای رسانه‌ها ..... ۱۵۰
- نمودار شماره ۴-۳۰- توزیع پاسخگویان برحسب نظرات آنها درباره جهت‌دهی رسانه‌ها به محتوای پیام‌ها ..... ۱۵۱
- نمودار شماره ۴-۳۱- توزیع پاسخگویان برحسب نظر آنها با درک بهتر پیام‌های رسانه‌ای در بین اقشار تحصیلکرده ..... ۱۵۲
- نمودار شماره ۴-۳۲- میزان تأثیرپذیری مردم از رسانه‌ها از دید پاسخگویان ..... ۱۵۳
- نمودار شماره ۴-۳۳- توزیع پاسخگویان برحسب نظر آنها درباره میزان توانایی مردم برای نقد برنامه‌های رسانه‌ها ..... ۱۵۴
- نمودار شماره ۴-۳۴- توزیع پاسخگویان برحسب نظر آنها درباره میزان پنهان کردن اهداف سیاسی و فکری رسانه‌ها در محتوای پیام‌ها ..... ۱۵۵
- نمودار شماره ۴-۳۵- توزیع پاسخگویان درباره میزان تشخیص اهداف پنهان رسانه‌ها توسط مردم ..... ۱۵۶
- نمودار شماره ۴-۳۶- توزیع پاسخگویان برحسب نظر آنها درباره میزان تشخیص فریب‌ها و تحریف‌های رسانه‌ای موجود در پیام‌ها توسط مردم ..... ۱۵۷
- نمودار شماره ۴-۳۷- توزیع پاسخگویان برحسب نظر آنها درباره میزان مهارت لازم مردم برای تشخیص پیام‌های رسانه‌ای ..... ۱۵۸
- نمودار شماره ۴-۳۸- توزیع پاسخگویان برحسب نظر آنها درباره سنجیده و هدفمند دنبال کردن پیام‌های رسانه‌ای توسط مردم ..... ۱۵۹

- نمودار شماره ۴-۳۹- میزان سواد رسانه‌ای شهروندان تبریزی..... ۱۶۰
- نمودار شماره ۴-۴۰- توزیع پاسخگویان برحسب میزان تشخیص پیام‌های تحریف شده، تبلیغاتی، خشونت آمیز و کلیشه‌ای..... ۱۶۱
- نمودار شماره ۴-۴۱- میزان توانایی شهروندان تبریز در نقد فعال از محتوای رسانه‌ها..... ۱۶۲
- نمودار شماره ۴-۴۲- نحوه تحلیل پیامدهای اخلاقی، اجتماعی، فرهنگی محتوای رسانه‌ها توسط شهروندان ..... ۱۶۳
- نمودار شماره ۴-۴۳- توزیع پاسخگویان برحسب توانایی تجزیه و تحلیل پیام‌های مختلف (درصد) ۱۶۴
- نمودار شماره ۴-۴۴- میزان توانایی شهروندان در تشخیص اغراض سیاسی و ایدئولوژیک محتوای رسانه‌ها ..... ۱۶۵

فصل اول

کلیات تحقیق

