**پرسشنامه استانداردمحقق ساخته سواد رسانه ای ( فلسفی، 1393)**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ردیف | سوالات | بسیار کم | کم | نه بسيار كم نه بسيار زياد | زیاد | بسیار زیاد |
| 1 | درانتخاب روزنامه به نحوه توليد اخبار و گزارش هاي آن روزنامه اهميت ميدهم. |  |  |  |  |  |
| 2 | قدرت تشخيص محتواي پيام بازي هاي رايانه ايرادارم. |  |  |  |  |  |
| 3 | هنگام تماشاي فيلم سينمايي متوجه سانسورها ميشوم. |  |  |  |  |  |
| 4 | پس ازتماشاي يك برنامه ماهواره اي پيرامون نحوه برنامه ريزي آن شبكه جهت تهيه آن برنامه فكرميكنم. |  |  |  |  |  |
| 5 | برخي سايت هاي اينترنتي سعي دارند به من بگويند چگونه فکر کنم. |  |  |  |  |  |
| 6 | براي برخي شبكه هاي ماهواره اي اهداف فرهنگي و سياسي مهمتر از آگاه سازي من است. |  |  |  |  |  |
| 7 | توان تشخيص فريبكاري هاي سايت ها را در خود مي بينم. |  |  |  |  |  |
| 8 | تشخيص اهداف پنهان موجود در بازي هاي رايانه اي برايم آسان است. |  |  |  |  |  |
| 9 | آگاهي از خط مشي شبكه هاي ماهواره اي دراستفاده هوشمندانه ام از آن ها تاثيرگذار است. |  |  |  |  |  |
| 10 | برنامه هاي موردعلاقه ام را ازميان رسانه هاي مختلف گزينش ميكنم. |  |  |  |  |  |
| 11 | سايت هاي اينترنتي را بر اساس عقايد و باورهايم انتخاب ميكنم. |  |  |  |  |  |
| 12 | تحت تاثير تبليغات تلويزيوني قرار نميگيرم. |  |  |  |  |  |
| 13 | شبكه هاي ماهواره اي به دنبال تاثيرگذاري بر من جهت حفظ و گسترش منافع مالي خود هستند. |  |  |  |  |  |
| 14 | اطلاعات موجود در فضاي مجازي باعث تسلط اينترنت بر من شده است. |  |  |  |  |  |
| 15 | به برنامه هاي تلويزيوني وابسته شده ام. |  |  |  |  |  |
| 16 | از تاثيرات نامطلوب شبكه هاي ماهواره اي برخود آگاهي دارم. |  |  |  |  |  |
| 17 | آگاهي من نسبت به محتواي شبكه هاي ماهواره اي باعث تماشاي آگاهانه برنامه ها ميشود. |  |  |  |  |  |
| 18 | عدم اطلاع ازماهيت خبرها موجب سر در گم شدنم در مواجهه با انواع رسانه ها ميشود. |  |  |  |  |  |
| 19 | جهت تحليل برنامه هاي تلويزيوني نياز به آموزش دارم. |  |  |  |  |  |
| 20 | تاكيدات جامعه درنحوه تجزيه وتحليل من از اخبار پخش شده در اينترنت نقش دارد. |  |  |  |  |  |

**نمره گذاری پرسشنامه:**

بر اساس طیف لیکرت نمره گذاری شده است

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **گزینه** | **کاملا مخالفم** | **مخالفم** | **نطری ندارم** | **موافقم** | **کاملا موافقم** |
| امتیاز | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

**تعریف مفهومی متغیر پرسشنامه**

**سواد رسانه ای:**سواد رسانه اي مجموعه ديدگاه ها و مهارت ها درباره كنترل مخاطب بر خود به هنگام مواجهه با رسانه است. به بيان ديگر سواد رسانه اي تفسير آگاهانه فرد از مفاهيم پيام هاي رسانه اي است (پاتر,1391؛ به نقل از فلسفی، 1393).

**تعریف عملیاتی متغیر پرسشنامه**

در اين پژوهش منظور از سواد رسانه اي ديدگاه و مهارت هايي است كه نوجوانان 15تا 18ساله دبيرستاني با داشتن آن ها نسبت به رسانه و توليداتش نگاهي تفسيري, ترجيحي, و منتقدانه پيدا كرده; رابطه اي متوازن بين خود و رسانه تعريف مي كنند

**مولفه های پرسشنامه :**

|  |  |
| --- | --- |
| مولفه ها | سوالات |
| درك محتواي پيام هاي رسانه اي | 1 تا 4 |
| آگاهي از اهداف پنهان پيام هاي رسانه اي | 5 تا 8 |
| گزينش آگاهانه پيام هاي رسانه اي | 9 تا 12 |
| نگاه انتقادي به پيام هاي رسانه اي | 13 تا 16 |
| تجزيه و تحليل پيام هاي رسانه اي | 17 تا20 |

سئوال هاي3 تا 6 براي سنجش درك محتواي پيام هاي رسانه اي, سئوال هاي 7 تا 10 براي سنجش آگاهي از اهداف پنهان پيام هاي رسانه اي, سئوال هاي11 تا 14 براي سنجش گزينش آگاهانه پيام هاي رسانه اي, سئوال هاي15 تا 18 براي سنجش نگاه انتقادي به پيام هاي رسانه اي و در نهايت سئوال هاي19 تا 22 براي سنجش تجزيه و تحليل پيام هاي رسانه اي است.

**تحلیل ( تفسیر) بر اساس میزان نمره پرسشنامه**

بر اساس این روش از تحلیل شما نمره­های به دست آمده را جمع کرده و سپس بر اساس جدول زیر قضاوت کنید.توجه داشته باشید میزان امتیاز های زیر برای یک پرسشنامه است در صورتی که به طور مثال شما 10 پرسشنامه داشته باشید باید امتیاز های زیر را ضربدر 10 کنید

مثال: حد پایین نمرات پرسشنامه به طریق زیر بدست آمده است

تعداد سوالات پرسشنامه \* 1 = حد پایین نمره

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| حد پایین نمره | حد متوسط نمرات | حد بالای نمرات |
| 20 | 50 | 100 |

امتیازات خود را از 20 عبارت فوق با یکدیگر جمع نمایید. حداقل امتیاز ممکن 20 و حداکثر 100 خواهد بود.

نمره بین 20 تا 33: میزان سواد رسانه ایدر حد پایینی می باشد.

نمره بین33 تا 66: میزانسواد رسانه ایدر حد متوسطی می باشد.

نمره بالاتر از 66 : میزان سواد رسانه ایدر حد بالایی می باشد.

**روایی پرسشنامه:**

اعتبار یا روایی با این مسئله سر و کار دارد که یک ابزار اندازه گیری تا چه حد چیزی را اندازه می گیرد که ما فکر می کنیم( سرمد و همکاران،1390). در پژوهش فلسفی(1393)به اعتبار قابل قبول در اين پژوهش، ابتدا طي جلسات متعدد با کمک استاد راهنما به انتخاب معتبرترين شاخص هاي گردآوري شده از بين شاخص هاي حاضر در پرسش نامه هاي موجود و آزمون شده قبلي، اقدام نموديم. علاوه برآن، تمامي گويه هاي استخراج شده در اختيار چند تن از اساتيد و کارشناسان مرتبط با موضوع مورد مطالعه قرار گرفت. اشتراک نظر آنها بر گويه ها، مبني بر معتبر بودن سنجه مورد نظر بود.

**پایایی پرسشنامه:**

قابلیت اعتماد یا پایایی یک ابزار عبارت است از درجه ثبات آن در اندازه گیری هر آنچه اندازه می گیرد یعنی اینکه ابزار اندازه گیری در شرایط یکسان تا چه اندازه نتایج یکسانی به دست می دهد( سرمد و همکاران،1390). در پژوهش فلسفی (1393)، به اين منظور محقق ابزار طراحي شده را با يك گروه 30 نفره به اجرا درآورده و سپس با نرم افزار آماري اس پي اس اس, ضريب آلفاي كرون باخ به دست آمد كه نتيجه شاخص ها به شرح زير است:

|  |  |
| --- | --- |
| شاخص | ضریب الفای کرونباخ |
| درك محتواي پيام هاي رسانه اي | 77/. |
| آگاهي از اهداف پنهان پيام هاي رسانه اي | 82/. |
| گزينش آگاهانه پيام هاي رسانه اي | 79/. |
| نگاه انتقادي به پيام هاي رسانه اي | 80/. |
| تجزيه و تحليل پيام هاي رسانه اي | 75/. |

**منابع:**

سرمد، زهره؛ حجازی، الهه و عباس بازرگان(1390) روش تحقیق در علوم رفتاری.

فلسفی، سيدغلامرضا (1393). بررسي رابطه سواد رسانه اي با سبك زندگي(موردمطالعه):نوجوانان 15 تا 18 ساله دبيرستاني منطقه شش تهران. پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه آزاد اسلامي واحد تهران شرق