

پیش بینی سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی بر اساس مدیریت دانش در بین دبیران مدارس متوسطه دوره دوم ناحیه یک یزد

حمیده همتی^{۱*} منصور دهقان منشادی^۲

۱. استادیار گروه علوم تربیتی، دانشگاه فرهنگیان، یزد، ایران

۲. دانشجوی دکترای روانشناسی تربیتی، دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی دانشگاه شهید چمران اهواز، ایران

(تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۶/۱۷؛ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۲/۲۸)

چکیده

سواد رسانه‌ای مجموعه‌ای از مهارت‌های قابل یادگیری است که به توانایی دسترسی، تجزیه و تحلیل و ایجاد انواع پیام‌های رسانه‌ای اشاره دارد و یک مهارت ضروری در دنیای امروزی به شمار می‌رود و سواد اطلاعاتی مجموعه مهارت‌هایی است که فرد را قادر می‌سازد نیاز اطلاعاتی خود را تشخیص دهد. هدف پژوهش حاضر بررسی رابطه بین مدیریت دانش با سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی دبیران مدارس متوسطه دوره دوم ناحیه یک یزد بود. جامعه مورد مطالعه این پژوهش را کلیه دبیران در سال ۹۷-۱۳۹۶ بود که شامل ۳۸۰ نفر (۲۶۹ دبیر زن و ۱۱۱ دبیر مرد) تشکیل می‌داد. بدین منظور ۲۰۰ نفر از دبیران مدارس با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای تصادفی چندمرحله‌ای انتخاب شدند ابزار پژوهش شامل پرسشنامه مدیریت دانش شرون لاوسون (۲۰۰۳)، سواد اطلاعاتی مقدس زاده (۱۳۸۵) و سواد رسانه‌ای عباسی (۱۳۹۳) بود برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از امار توصیفی (میانگین، جدول نمودار و...) و آزمون استنباطی ضریب همبستگی رگرسیون استفاده شد. نتایج بررسی فرضیه‌ها (در سطح معناداری ۰/۰۵) نشان داد که بین مدیریت دانش با سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی دبیران رابطه وجود دارد و مدیریت دانش توسط سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی پیش‌بینی می‌شود.

کلیدواژه‌ها: سواد اطلاعاتی، سواد رسانه‌ای، مدیریت دانش، دبیران متوسطه دوم

مقدمه

پیدایش پدیده‌های جدید و یا تغییر و تحولات وسیع در پدیده‌ها، برخی اوقات سبب شکل‌گیری مفاهیم جدیدی می‌شود و یا در پاره‌ای از اوقات مفاهیم قبلی تحول یافته و شکل جدیدی به خود می‌گیرند. یک نمونه از این مفاهیم، سواد^۱ است (هاشمی، همتی و عباسی، ۱۳۹۱: ۱۰۷). گذر جهان از جامعه صنعتی به جامعه اطلاعاتی سبب شده که شکل اطلاعات و سطح سواد از حالت قبلی خود تغییر کند (اسمعیل پونکی، اسمعیل گیوی و فهیم نیا، ۱۳۹۵: ۵۸۳). تا پیش از قرن نوزدهم، داشتن سواد فقط برای طبقه نخبه قدرتمند و به طور قابل ملاحظه‌ای برای طبقه اعیان و روحانیون، قابل دسترس بوده است؛ اما پس از این دوره بر اساس یک ایدئولوژی جهانی، سواد به عنوان یک مهارت عمومی، هدف اصلی آموزش و پرورش به شمار آمد (صفوی و محبوب، ۱۳۹۱: ۲۳۰). در مجموع سواد مفهومی است که طیف متنوعی از معانی را در برمی‌گیرد و قدمتی بسیار طولانی دارد (نظری، ۱۳۹۴: ۵۲). در مفهوم جدید سواد در عصر اطلاعات نیز نیازمند ارائه تعریف گسترده‌تری از این مفهوم در دو بُعد رسانه‌ای و اطلاعاتی هستیم که بسیار فراتر از توانایی خواندن و نوشتن بوده و مبتنی بر قابلیت‌ها و مهارت‌های دیگری است (تقی زاده، ۱۳۹۵: ۸۶).

در دنیای رسانه‌ای شده امروز که در آن رسانه نه خیر مطلق است نه شر مطلق، سواد رسانه‌ای^۲ بهترین مأمونی است که با تکیه بر آن می‌توان از اثرات منفی و مخرب رسانه‌ها در امان ماند و از محاسن و فواید آن بهره برد. صاحب‌نظران ارتباطات و رسانه، سواد رسانه‌ای را به‌عنوان، مهارت و توانایی ضروری برای زیستن در عصر حاضر که عصر ارتباطات و اطلاعات نام گرفته مطرح می‌کنند (حسینی پاکدهی و شبیری، ۱۳۹۶: ۳۶). مک لوهان^۳، اولین بار در سال ۱۹۶۵ و در کتاب "برای درک رسانه" واژه سواد رسانه‌ای را به کار برد؛ آنجا که از فرارسیدن دهکده جهانی^۴ صحبت می‌کند و می‌گوید لازم است در این دوره انسان‌ها به سواد جدیدی به نام سواد رسانه‌ای دست یابند (مک لوهان، ۱۳۸۷: ۵۴).

1. Literacy
2. Media Literacy
3. Mc Luhan
4. Global village

سواد رسانه‌ای به‌عنوان یک اندیشه کلیدی در حوزه ارتباطات مطرح است که در نتیجه آن افراد خود را در مواجهه با رسانه‌ها بیمه می‌نمایند زیرا سواد رسانه‌ای به مخاطب این امکان را می‌دهد تا با افزایش درک، شناخت و قدرت نقد و تحلیل خود به طور مؤثر و کارآمد انبوه پیام‌های رسانه‌ای را تحت کنترل درآورد (محب زاده و همکاران، ۱۳۹۹: ۱۷۰؛ بیران و خداویردی زاده، ۱۳۹۰: ۵). هدف سواد رسانه‌ای این است که به مردم کمک کند تا به جای آنکه مصرف‌کنندگانی فرهیخته برای رسانه‌ها باشند، به شهروندانی فرهیخته در جامعه اطلاعاتی که انواع رسانه‌ها، قلب تپنده آن هستند تبدیل شوند. تک تک افراد نمی‌توانند بر روی آنچه که رسانه‌ها عرضه می‌کنند کنترل زیادی داشته باشند اما می‌توانند روش‌های کنترل به شیوه برنامه‌ریزی ذهنی را بیاموزند؛ بنابراین هدف سواد رسانه‌ای این است که به مردم نشان دهد چگونه کنترل را از رسانه‌ها به سمت خود معطوف کنند (ایجی و سلیمانی، ۱۳۹۶: ۳۰؛ حسینی پاکدهی و شبیری، ۱۳۹۶: ۳۵).

از طرفی در عصر حاضر، با شکل‌گیری نوع جدیدی از جامعه و خصوصیات خاص آن، لازم است افراد جامعه از آگاهی و توانمندی‌های خاصی برای مواجهه با مسائل و پدیده‌های به وجود آمده در این نوع برخوردار شوند، لذا نوع تحول‌یافته و جدیدی از کسب سواد در این نوع جامعه مطرح می‌شود که سواد اطلاعاتی^۱ نامیده می‌شود (هاشمی، همتی و عباسی، ۱۳۹۱: ۱۱۰). و از آنجا که دسترسی به اطلاعات و استفاده مؤثر از آن برای تمام اقشار جامعه به‌منزله یک اصل اساسی در زندگی اجتماعی و حرفه‌ای به شمار می‌رود، در این راستا، داشتن سواد اطلاعاتی ابزار ارتباط با جهان می‌باشد (نیازآذری و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۰).

سواد اطلاعاتی به‌عنوان مجموعه‌ای از مهارت‌ها، به‌منظور توانایی شناسایی درست منابع اطلاعاتی، دسترسی به آن‌ها و همچنین توانایی استفاده هدفمند از آن‌ها، ابزاری برای توانمندی فردی است (صیفوری و غفاری، ۱۳۹۰: ۱۰۰)، تا فرد بتواند نیاز اطلاعاتی خود را به صورت دقیق تشخیص داده، شناسایی کند و آن‌ها را بر حسب ارتباط با نیاز اطلاعاتی خود بازیابی و ارزیابی کند (مؤمنی، ولی زاده و قربانی، ۱۳۹۳: ۵۰۶). سواد اطلاعاتی به مجموعه‌ای از توانایی‌ها اطلاق می‌شود که بر اساس آن افراد می‌توانند، تشخیص دهند که چه موقع به اطلاعات نیاز داشته و چگونه اطلاعات مورد نظر را مکان‌یابی، ارزش‌یابی و به نحو کارآمد، مورد استفاده قرار دهند (لستر و کوهلر^۲، ۲۰۰۷، به نقل از یزدانی و موسوی، ۱۳۹۶: ۱۰۰).

1. Information Literacy
2. Lester & Koehler

به طور کلی 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 صورتی خلاقانه، قانونی و اخلاقی با تأکید بر حقوق انسان‌هاست. افراد باسواد 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 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 درک می‌کنند. آن‌ها می‌توانند اطلاعات، پیام‌ها، اعتقادات و ارزش‌هایی را که در رسانه و در هر تولیدکننده دیگر محتوا نقل شده تحلیل و اطلاعات را ارزش‌گذاری کنند. سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی؛ شهروندان را به صلاحیت‌هایی که با آن‌ها می‌توانند نهایت بهره را از رسانه و اطلاعات بگیرند، تجهیز می‌کنند تا بدین وسیله از حقوق اساسی بشر همچون آزادی بیان برخوردار گردند (اسمعیل پونکی و همکاران، ۱۳۹۵: ۵۹۰) و در هنگام استفاده از اطلاعات و رسانه‌ها قضاوت و تفسیر درست داشته باشند و در خلق و تولید اطلاعات حق مؤلف را نیز رعایت کنند (اشرفی‌ریزی، حسن زاده و کاظم پور، ۱۳۹۳: ۳۲۶).

دانش همیشه برای افراد ارزشمند است و تبدیل اطلاعات به دانش در عمل بر عهده خود بشر است. با نگرش فراتری به این موضوع آشکار می‌شود که معمولاً دانش محصول فرایند تبدیل داده‌ها به اطلاعات و سپس دانش است. به گونه‌ای دیگر می‌توان اظهار داشت که موضوع مهم در تولید دانش همان مدیریت دانش است (خلیلی و همکاران، ۱۳۹۸: ۲۵). در آستانه هزاره سوم مدیریت دانش به عنوان یک نیاز استراتژیک برای مؤسسات، سازمان‌ها و نهادهای خدماتی مطرح است. مدیریت دانش تضمین‌کننده برتری‌های بلندمدت برای سازمان‌ها و جوامع و میزان بهره‌گیری آن‌ها از سرمایه‌های انسانی، فکری و اطلاعاتی است (عقیقی، ۱۳۹۴: ۸۰).

مدیریت دانش به عنوان علمی است که ارتباط آسان، سریع، مبادله و انتقال اطلاعات در سازمان را پشتیبانی می‌کند و می‌تواند بیان‌کننده نوآوری، توانایی و کارایی در سازمان‌ها به‌ویژه مدارس باشد (لاهیجانیان، ۱۳۸۴). همچنین مدیریت دانش به عنوان ابزار کلیدی مدیریت قرن جدید، در سازمان‌ها به‌ویژه مدارس و مؤسسات آموزشی به‌عنوان فراهم‌کننده‌ی زمینه‌ی بازخوانی،

ایجاد، پرورش، تسهیم و تبادل، ارتقاء، سازمان‌دهی، نگهداری و انتشار دانش در سطح مدرسه به‌ویژه در سطح کلاس درس می‌تواند سبب شکل‌گیری رویکرد جدید شیوه‌های آموزش، استفاده مؤثر از دانش موجود، آمادگی برای دریافت و استفاده از اطلاعات و دانش نوین در جهت توسعه دانش و فناوری هزاره سوم، با توان مقابله با تغییرات سریع دنیای اطراف شود (آب یار، ۱۳۹۸: ۵۳).

سمعی زفرقندی و آقا کثیری (۱۳۹۶) در پژوهشی با عنوان «سهم سرمایه فکری و مدیریت دانش در یادگیری معلمان» نشان دادند که مدیریت دانش و سرمایه فکری با یادگیری معلمان رابطه مثبت و معنادار دارد. شمسی، رجائی پور و هویدا (۱۳۹۶) در پژوهشی با عنوان «بررسی الگوی ساختاری رابطه فرآیند مدیریت دانش و مهارت‌های مدیریتی با نقش میانجی تفکر خلاق در میان مدیران و دبیران دبیرستان‌های اصفهان» به این نتیجه دست یافتند که بین مهارت‌های مدیریتی و مدیریت دانش رابطه مثبت و معنادار وجود دارد. رادمنش، جمشیدیان و رجائی پور (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان «بررسی رابطه بین سواد اطلاعاتی و میزان خلاقیت دبیران آموزش و پرورش دبیرستان‌های دولتی و غیرانتفاعی» نشان دادند که بین سواد اطلاعاتی با میزان خلاقیت دبیران رابطه مثبت و معنادار وجود دارد. مقدس زاده، یمین فیروز و علی محمدی (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان «بررسی رابطه مهارت‌های سواد اطلاعاتی با اثربخشی معلمان: مطالعه موردی معلمان مقطع ابتدایی شهرستان ساری» نشان دادند که میزان مهارت‌های سواد اطلاعاتی معلمان و همچنین اثربخشی آن‌ها بالاتر از حد متوسط بوده است و سالاری، سالاری و خسروی (۱۳۹۵)، موسوی کتی لته و همکاران (۱۳۹۵)، اسمعیل پونکی و همکاران (۱۳۹۵) و شریعتمداری و آقاجانی (۱۳۹۴) نیز به نتایج مشابهی دست یافتند. سارال و دیدبالی^۱ (۲۰۱۸) در پژوهشی به بررسی سواد درسی و سطح سواد اطلاعاتی دانشجو معلمان پرداختند که نتایج همبستگی نشان داد بین سواد اطلاعاتی و سواد درسی رابطه مثبت وجود دارد. همچنین سواد اطلاعاتی، سواد درسی را پیش‌بینی می‌کند. هابز و توزل^۲ (۲۰۱۷) در پژوهشی با عنوان «انگیزه معلمان برای سواد دیجیتال و رسانه‌ای: بررسی آموزگاران ترکیه» نشان دادند که سواد رسانه‌ای و دیجیتالی معلمان منجر به مجموعه‌ای پیچیده از نگرش‌ها و عادت‌های ذهنی می‌شود که بر انگیزه‌های آن‌ها برای استفاده از رسانه‌های دیجیتال برای یادگیری تأثیر می‌گذارد. پژوهشی با عنوان «افزایش سواد

1. Sural & Dedebali

2. Hobbs & Tuzel

اطلاعاتی معلمان ابتدایی» توسط روپول^۱ و همکاران (۲۰۱۶) انجام شد. شرکت کنندگان گروه آزمایش در ۱۵ ساعت آموزش سواد اطلاعاتی را دریافت کردند. تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان داد که یک دوره آموزش برای تقویت مهارت‌های سواد اطلاعاتی معلمان پیش دبستانی کافی نیست و آماده‌سازی معلمان به مهارت‌های سواد اطلاعاتی، نیاز به همکاری و ارزیابی مستمر دارد. لی و سو^۲ (۲۰۱۳)، چانگ^۳ (۲۰۱۲)، بیگوم^۴ (۲۰۱۲) در پژوهش‌های مشابه نشان دادند که راه‌اندازی رقابت بزرگ داشتن آگاهی در مؤسسات آموزشی راهی برای ارتقای سطح سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی مردم است. مادر^۵ (۲۰۱۲) پژوهشی با عنوان «تبدیل دانشجویان به دانش پژوهان: ایجاد قابلیت‌های سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی از طریق برقراری ارتباط پژوهشی» انجام داد. نتایج نشان داد یکی از راه‌های توسعه قابلیت‌های سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی برای دانشجویان دانشگاه‌ها این است که به طور فعالانه و از طریق تولید اطلاعات و توزیع تحقیقات خود در فرآیند ارتباطات علمی درگیر شوند و افراد دیگر از طریق یک مخزن سازمانی دیجیتال به تولیدات علمی آن‌ها دسترسی داشته باشند.

آموزش و پرورش یکی از ارکان اساسی هر جامعه است که بقا، دوام و پیشرفت هر جامعه به کیفیت تعلیم و تربیت آن بستگی دارد. تعلیم و تربیت فرایند پیچیده‌ای است که هم در آغوش خانواده و اجتماع و هم در محیط مدرسه جریان دارد. بی‌شک تعلیم و تربیت هم جنبه رسمی دارد که نهاد اساسی آن مدرسه است و هم غیررسمی که نهاد منحصر به فردی متکفل آن نیست، بلکه جامعه و زیرمجموعه‌های آن مخصوصاً رسانه‌های همگانی اعم از شنیداری، دیداری و نوشتاری عهده‌دار آن هستند. از آنجا که آموزش و پرورش در جوامع امروزی مهم‌ترین رکن برای نیل به توسعه و تحول به شمار می‌آید، تحقق اهداف آموزش و پرورش را بیش از هر چیز دیگر باید در گرو تلاش و همت مدیران و معلمان دانست. عوامل گوناگونی می‌تواند دبیران را آماده تحقق چنین هدفی سازد؛ به عبارت دیگر نیل به یک دبیر اثربخش، خود مستلزم تحقق شرایط و زمینه‌هایی و همچنین داشتن سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی است.

1. Ruppel
2. Lee & So
3. Chang
4. Begum
5. Mader

از آن جا که هدف نهایی استفاده از رسانه، افزایش اثر تدریس و بهبود یادگیری دانش آموزان است، در صورتی که معلمان از سواد رسانه‌ای مناسبی برخوردار باشند، می‌توانند به دانش آموزان خود، تفکر و نگاه نقادانه به رسانه‌ها را آموزش دهند. در طرح تلفیق رسانه با برنامه‌ریزی درسی و تدریس، معلمان با انواع رسانه‌های آموزشی به خصوص رسانه‌های اجتماعی آشنا می‌شوند و از تأثیرات مثبت و منفی هر یک از آن‌ها مطلع می‌گردند. اگر معلمان خود را به سواد رسانه‌ای جدید مجهز نکنند، در این عرصه از دانش آموزان خود عقب می‌مانند و دانش آموزان در میان انبوهی از اطلاعات آموزشی، فرهنگی اجتماعی، سیاسی، روانشناسی و مذهبی، بی‌یاور و راهنما می‌مانند، لذا با ارتقای سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی معلمان و دانش آموزان می‌توان زمینه کاهش آسیب‌های اجتماعی نو پدید فضای مجازی را به وجود آورد. معلمان به کمک سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی خود می‌توانند با استفاده از رسانه‌های اجتماعی در خصوص گسترش دین و فرهنگ، تبلیغ اندیشه مذهبی و تربیت اسلامی اقدامات خوبی را انجام دهند. همچنین در عصر حاضر مدارس تأکید فراوانی بر تربیت دانش آموزان «پژوهنده» و «توانا در خلق دانش و مدیریت اطلاعات» که از کارکردهای سواد اطلاعاتی است دارند؛ بنابراین، داشتن سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی برای تمام افراد جامعه به‌ویژه دبیران که با تعلیم و تربیت سروکار دارند، مهارتی لازم و ضروری به نظر می‌رسد.

با توجه به آنچه گفته شد و نظر به اهمیت نقش دبیران و اعتبار و ارزشی که بر آن متصور است، سرمایه‌گذاری به‌منظور تربیت و تأمین این رکن مهم تعلیم و تربیت، سودمندترین نوع سرمایه‌گذاری است. از سوی دیگر داشتن نیروی انسانی کارآمد و آگاه، لازمه پیشرفت علمی و فرهنگی در یک جامعه می‌باشد. برای آن که دبیران بتوانند به نقش حیاتی سازمانی و رسالت شغلی خود عمل نمایند، با توجه به واقعیات جوامع امروز، باید به طور مستمر مشغول یادگیری بوده و از سواد و آگاهی لازم برخوردار باشند و دائماً تحت بررسی‌های پژوهشی قرار گیرند. حال با توجه به اهمیت موضوع، پژوهش حاضر به دنبال یافتن پاسخ این سوال که آیا مدیریت دانش، سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی دبیران مدارس متوسطه دوره دوم ناحیه یک یزد را پیش بینی می‌کند یا خیر؟

روش

روش این پژوهش توصیفی از نوع همبستگی بود. جامعه مورد مطالعه این پژوهش کلیه دبیران مدارس متوسطه دوره دوم ناحیه یک یزد در سال تحصیلی ۹۹-۱۳۹۸ به تعداد ۳۸۰ نفر

(۲۶۹ دبیر زن و ۱۱۱ دبیر مرد) بود. روش نمونه‌گیری، تصادفی خوشه‌ای چندمرحله‌ای بود. حجم نمونه به تعداد ۲۰۰ نفر از جدول کرجسی- مورگان^۱ به دست آمد. بدین ترتیب که در ابتدا از بین مدارس متوسطه دوره دوم ناحیه یک یزد ۲۰ مدرسه به طور تصادفی انتخاب شدند. در ادامه از هر مدرسه ۱۰ دبیر به طور تصادفی انتخاب و پرسشنامه‌ها را تکمیل کردند. ابزارهای گردآوری داده‌ها در این پژوهش شامل ابزارهای زیر بود:

۱) پرسشنامه استاندارد مدیریت دانش^۲ لاوسون^۳ (۲۰۰۳): این پرسشنامه توسط لاوسون (۲۰۰۳) طراحی شده است و دارای ۲۴ گویه می‌باشد. روایی پرسشنامه مدیریت دانش از طریق همبستگی بین هریک از مؤلفه‌های پرسشنامه توسط لاوسون تأیید شده است. ضریب پایایی پرسشنامه لاوسون بر اساس آلفای کرونباخ به ترتیب برای ایجاد دانش ۰/۸۴، جذب دانش ۰/۸۹، سازماندهی دانش ۰/۸۶، ذخیره دانش ۰/۸۸، انتشار دانش ۰/۸۹ و کاربرد دانش ۰/۸۰ به دست آمد (لاوسون، ۲۰۰۳). روایی صوری و محتوایی این ابزار توسط متخصصان تأیید و مقدار روایی سازه با روش تحلیل عاملی تأییدی سنجیده شد که مقدار RAMSE قابل قبول بود و بنابراین روایی سازه آن نیز تأیید شد و مقدار پایایی آن با روش آلفای کرونباخ ۰/۸۴ به دست آمد.

۲) پرسشنامه سواد اطلاعاتی مقدس زاده (۱۳۸۵): این پرسشنامه توسط مقدس زاده (۱۳۸۵) بر اساس مدل شش مهارت بزرگ ساخته شده است و در پژوهش‌های متعددی از جمله اسدی (۱۳۹۳) به کار گرفته شده است. این پرسشنامه دارای ۱۷ سؤال است که از جمع نمره‌های کل به دست می‌آید. برای سنجش روایی پرسشنامه از نظرات اساتید و همکاران صاحب‌نظر استفاده شده است. برای سنجش پایایی پرسشنامه نیز تعداد ۲۵ پرسشنامه بین معلمان توزیع و جمع‌آوری گردید و سپس با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ ۰/۸۱ به دست آمد (مقدس زاده و همکاران، ۱۳۹۵؛ ۳۱۲). در پژوهش حاضر روایی صوری و محتوایی این ابزار توسط متخصصان تأیید و مقدار روایی سازه با روش تحلیل عاملی تأییدی سنجیده شد که مقدار RAMSE قابل قبول بود و بنابراین روایی سازه آن نیز تأیید شد. برای برآورد ضریب پایایی و محاسبه همسانی درونی گویه‌ها از روش آلفای کرونباخ استفاده شد. مقدار پایایی آن با روش آلفای کرونباخ ۰/۷۸ به دست آمد.

1. Krejci-Morgan
2. Knowledge Management
3. Lawson

۳) پرسشنامه استاندارد سواد رسانه‌ای عباسی (۱۳۹۳): پرسشنامه سواد رسانه‌ای توسط عباسی (۱۳۹۳) ساخته شده و نمره‌گذاری آن برحسب طیف لیکرت می‌باشد. در پژوهش فلسفی (۱۳۹۳)، ضریب آلفای کرونباخ برای این پرسشنامه بالاتر از ۰/۷۰ به دست آمد که نشان می‌دهد هماهنگی درونی گویه‌های این متغیرها در حد مطلوبی است. در این پژوهش روایی صوری و محتوایی این ابزار توسط متخصصان تأیید و مقدار روایی سازه با روش تحلیل عاملی تأییدی سنجیده شد که مقدار RAMSE قابل قبول بود و بنابراین روایی سازه آن نیز تأیید شد. برای برآورد ضریب پایایی و محاسبه همسانی درونی گویه‌ها از روش آلفای کرونباخ استفاده شد. مقدار پایایی آن با روش آلفای کرونباخ ۰/۸۲ به دست آمد.

یافته‌ها

جدول ۱ ویژگی‌های متغیر شناختی نمونه پژوهش را نشان می‌دهد

جدول ۱: توزیع فراوانی متغیرهای جمعیت شناختی گروه نمونه

جنسیت	فراوانی	سن (سال)	فراوانی	وضعیت تأهل	فراوانی	تحصیلات	فراوانی	سابقه خدمت (سال)	فراوانی
مرد	۶۶	زیر ۳۶	۴۵	متأهل	۱۹۵	فوق دیپلم	۱۲	-۱۰	۵۱
زن	۱۳۴	۳۷-۴۲	۳۷	مجرد	۵	لیسانس	۱۳۷	۱۱-۱۵	۵۳
		۴۳-۴۷	۴۱			فوق لیسانس	۵۱	۱۶-۲۰	۵۳
		۴۸-۵۱	۳۸					+۲۱	۴۳
		+۵۲	۳۹						
	مجموع	۲۰۰							

بر اساس یافته‌های جدول یک ۳۳ درصد شرکت‌کنندگان در پژوهش مرد و ۶۷ درصد آن‌ها زن هستند. ۲۲/۵ درصد از شرکت‌کنندگان زیر ۳۶ سال، ۱۸/۵ درصد بین ۳۷ تا ۴۲ سال، ۲۰/۵ درصد بین ۴۳ تا ۴۷ سال، ۱۹ درصد بین ۴۸-۵۱ سال و ۱۹/۵ درصد ۵۲ به بالا هستند. همچنین ۹۷/۵ درصد از شرکت‌کنندگان در پژوهش متأهل و ۲/۵ درصد مجرد هستند. ۶ درصد شرکت‌کنندگان در پژوهش فوق دیپلم، ۶۸/۵ درصد لیسانس و ۲۵/۵ درصد فوق لیسانس و بالاتر هستند و ۲۵/۵ درصد شرکت‌کنندگان در پژوهش زیر ۱۰ سال، ۲۶/۵ درصد ۱۱ تا ۱۵ سال، ۲۶/۵ درصد ۱۶ تا ۲۰ سال، ۲۱/۵ درصد ۲۱ سال به بالا سابقه خدمت دارند.

جدول ۲: میانگین و انحراف معیار مقیاس‌ها

متغیرها	میانگین	انحراف معیار
مدیریت دانش	۷۹/۵۹	۲۶/۷۹
سواد اطلاعاتی	۱۰۷/۷۳	۴۴/۲۱
سواد رسانه‌ای	۱۴۷/۲۳	۵۵/۶۰

بر اساس یافته‌های جدول (۲) یک میانگین مدیریت دانش (۷۹/۵۹)، میانگین سواد اطلاعاتی (۱۰۷/۷۳) و میانگین سواد رسانه‌ای (۱۴۷/۲۳) می‌باشد. قبل از انجام تحلیل پیش فرض نرمال بوده داده‌ها مورد بررسی قرار گرفت. در ادامه به منظور بررسی روابط میان متغیرهای پژوهش و بررسی فرضیه یک از همبستگی پیرسون استفاده شده است.

برای بررسی نرمال بودن توزیع نمرات از آزمون کلموگروف اسمیرنوف استفاده شده است.

جدول ۳: بررسی نرمال بودن

متغیر	آماره	درجه آزادی	سطح معناداری
مدیریت دانش	۰/۹۸	۱۹۸	۰/۹۸
سواد اطلاعاتی	۰/۹۵	۱۹۸	۰/۱۶
سواد رسانه‌ای	۰/۹۲	۱۹۸	۰/۱۸

معمولاً چنانچه سطح معناداری بیشتر از ۰/۰۵ باشد می‌توان داده‌ها را با اطمینان بالایی نرمال فرض کرد.

جدول ۴: ضریب همبستگی بین مدیریت دانش با سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی

متغیرها	مدیریت دانش	سواد رسانه‌ای	سواد اطلاعاتی
۱. مدیریت دانش	۱		
۲. سواد اطلاعاتی	۰/۳۴**	۱	
۳. سواد رسانه‌ای	۰/۶۸**	۰/۲۶**	۱

** $P < 0.01$

یافته‌های جدول شماره (۴) نشان می‌دهد ضریب همبستگی بین مدیریت دانش با سواد اطلاعاتی و سواد رسانه‌ای مثبت و معنی‌دار است، بدین معنا که با افزایش مدیریت دانش، سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی نیز افزایش می‌یابد. همچنین طبق ماتریس همبستگی سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی نیز با هم رابطه‌ی مثبت و معنادار دارند و با افزایش یکی دیگری نیز افزایش می‌یابد. در بررسی فرضیه

پژوهش از تحلیل رگرسیون چندگانه استفاده شده است. جهت تعیین سهم متغیر پیش‌بین (مدیریت دانش) در پیش‌بینی نمره سواد رسانه‌ای به‌عنوان متغیر ملاک، رگرسیون چندگانه با روش ورود اجرا گردید که نتایج آن در جداول (۵) و (۶) ارائه گردیده است.

جدول ۵: نتایج تحلیل رگرسیون چندگانه جهت پیش‌بینی سواد رسانه‌ای

مدل	ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین	F	سطح معناداری
۱	۰/۶۸	۰/۴۷	۰/۴۶	۱۷۳	۰/۰۰۱

همان‌طور که در جدول شماره (۴) ملاحظه می‌شود؛ مقدار ضریب همبستگی چندگانه بین متغیر پیش‌بین وارد شده به مدل و متغیر ملاک برابر با ۰/۶۸ است و مقدار ضریب تعیین برابر با ۰/۴۷ است. این مقدار بیانگر آن است که ۴۷ درصد از تغییرات متغیر ملاک (سواد رسانه‌ای) توسط متغیر پیش‌بین در مدل تبیین می‌شود. نتایج تحلیل واریانس نشان داد که F به‌دست‌آمده (۱۷۳) در سطح $P < 0/001$ معنادار است؛ جدول شماره (۵)، قدرت پیش‌بینی متغیر پیش‌بین مدل رگرسیون را نشان می‌دهد.

جدول ۶: نتایج آزمون تی و ضرایب مربوط به متغیرهای پیش‌بین

متغیر پیش‌بین	Beta	T	سطح معناداری
مدیریت دانش	۰/۶۸	۱۳/۱۶	۰/۰۰۱

با توجه به جدول شماره (۶)، متغیر مدیریت دانش با مقدار $t = 13/16$ در سطح $p < 0/001$ در پیش‌بینی سواد رسانه‌ای نقش معناداری دارد. مطابق با جهت ضرایب Beta مدیریت دانش، نمره سواد رسانه‌ای دبیران را در جهت مثبت پیش‌بینی می‌کند. جهت تعیین سهم متغیر پیش‌بین (مدیریت دانش) در پیش‌بینی نمره سواد اطلاعاتی به‌عنوان متغیر ملاک، رگرسیون چندگانه با روش ورود اجرا گردید که نتایج آن در جداول (۶) و (۷) ارائه گردیده است.

جدول ۷: نتایج تحلیل رگرسیون چندگانه جهت پیش‌بینی سواد اطلاعاتی

مدل	ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین	F	سطح معناداری
۱	۰/۳۴	۰/۱۱	۰/۱۱	۲۵/۳۵	۰/۰۰۱

همان‌طور که در جدول (۷)، ملاحظه می‌شود؛ مقدار ضریب همبستگی چندگانه بین متغیر پیش‌بین وارد شده به مدل و متغیر ملاک برابر با ۰/۳۴ است و مقدار ضریب تعیین برابر با ۰/۱۱ است. این مقدار بیانگر آن است که ۱۱ درصد از تغییرات متغیر ملاک (سواد اطلاعاتی) توسط

متغیر پیش‌بین در مدل تبیین می‌شود. نتایج تحلیل واریانس نشان داد که F به‌دست‌آمده (۲۵/۳۵) در سطح $P < 0/001$ معنادار است. جدول (۷)، قدرت پیش‌بینی متغیر پیش‌بین مدل رگرسیون را نشان می‌دهد.

جدول ۸: نتایج آزمون تی و ضرایب مربوط به متغیرهای پیش‌بین

متغیر پیش‌بین	Beta	T	سطح معناداری
مدیریت دانش	۰/۳۴	۵/۰۳۶	۰/۰۰۱

با توجه به جدول (۸)، متغیر مدیریت دانش با مقدار $t = 5/036$ در سطح $p < 0/001$ در پیش‌بینی سواد اطلاعاتی نقش معناداری دارد. مطابق با جهت ضرایب Beta مدیریت دانش، نمره سواد اطلاعاتی دبیران را در جهت مثبت پیش‌بینی می‌کند.

بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش با هدف پیش‌بینی سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی بر اساس مدیریت دانش در بین دبیران مدارس متوسطه دوره دوم ناحیه یک یزد به اجرا درآمد. تجزیه و تحلیل یافته‌ها نشان داد بین مدیریت دانش با سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی دبیران مدارس متوسطه دوره دوم ناحیه یک یزد رابطه معنادار وجود دارد و سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی توسط مدیریت دانش پیش‌بینی می‌شود. این یافته با پژوهش سمیعی زفرقندی و آقا کثیری (۱۳۹۶) که نشان دادند مدیریت دانش و سرمایه فکری با یادگیری معلمان رابطه مثبت و معنادار دارد، با موسوی کتی لته و همکاران (۱۳۹۵) که نشان دادند بین مدیریت دانش و عملکرد سازمانی دبیران رابطه مستقیم و معنادار و قوی وجود دارد، با هابز و توزل (۲۰۱۷) که نتایج آن‌ها نشان داد سواد رسانه‌ای و دیجیتالی معلمان منجر به مجموعه‌ای پیچیده از نگرش‌ها و عادت‌های ذهنی می‌شود که بر انگیزه‌های آن‌ها برای استفاده از رسانه‌های دیجیتال برای یادگیری تأثیر می‌گذارد و با چانگ (۲۰۱۲) که نشان داد رهبری فناورانه مدیران، سواد فناورانه معلمان را بهبود بخشیده و به طور مستقیم بر تشویق معلمان جهت استفاده از فناوری در آموزش اثر می‌گذارد، همخوان می‌باشد.

در تبیین این یافته می‌توان گفت، در مدرسه دارای مدیریت دانش، سازوکارهایی برای تولید و کسب دانش از منابع مختلف نظیر بانک‌های اطلاعاتی اینترنتی و بانک‌های اطلاعاتی سایر دانشگاه‌ها و مؤسسات علمی وجود دارد و اساتید و گروه‌ها به تبادل عقاید و دانش تشویق

می‌شوند. همچنین، از تولید دانش جدید توسط اساتید استقبال می‌شود و از دانش موجود و آموخته‌ها و تجارب پروژه‌های قبلی انجام شده به نحو احسن جهت موفقیت پروژه‌های بعدی استفاده می‌شود. تمام این‌ها نیازمند سواد اطلاعاتی هست یعنی از مهارت‌های لازم برای به دست آوردن این اطلاعات از مجراهای کتابخانه، بانک‌های اطلاعاتی (لوح فشرده CD)، شبکه‌های اطلاع‌رسانی و اینترنت و مراکز اطلاع‌رسانی استفاده می‌کنند؛ همچنین دبیر دارای مدیریت دانش با منابع اطلاعاتی در رشته خود آشنایی داشته، مهارت بالایی در کاوش اینترنت با استفاده از موتورهای جستجو و استخراج اطلاعات مرتبط با تحقیقتان از منابع بازیابی شده را دارد؛ بنابراین با افزایش مدیریت دانش سواد اطلاعاتی نیز افزایش می‌یابد و مدیریت دانش می‌تواند سواد اطلاعاتی را پیش بینی کند.

در تبیین رابطه مثبت و معنادار مدیریت دانش با سواد رسانه‌ای می‌توان گفت، مرکز سواد رسانه‌ای آمریکا^۱، سواد رسانه‌ای را داشتن تبحر در چهار مهارت دسترسی^۲ (توانایی دسترسی به اطلاعات صحیح در زمانی که به آن‌ها نیاز داریم)، تحلیل^۳ (توانایی تحلیل آنچه که یافته‌ایم؛ در واقع مهارت رمزگشایی پیام‌های رسانه‌ای)، ارزیابی^۴ (ارزشیابی) (خلاصه و یکپارچه کردن آنچه به عنوان نتیجه به دست آورده‌ایم؛ در این مرحله میزان ارزشمندی پیامی که با دید انتقادی رمزگشایی شده بررسی می‌شود) و خلق کردن^۵ (توانایی ارتباط برقرار کردن به (شکل واضح) با اندیشه و تفکری دیگر؛ این مهارت شامل توانایی به کارگیری فنی رسانه برای رساندن پیام مخاطب به جامعه موردنظرش است) می‌داند (نامل^۶، ۲۰۲۰). می‌توان گفت مدیریت دانش یعنی به اساتید درباره دانش و عقایدشان بازخورد داده می‌شود، از پایگاه داده‌ها، مخازن و فناوری اطلاعات برای ذخیره‌سازی دانش جهت دستیابی آسان از سوی همه اساتید، استفاده می‌شود، از ابزارهای نوشتاری متنوعی نظیر خبرنامه‌ها و دستورالعمل‌ها برای ذخیره سازی دانشی که افراد کسب می‌کنند استفاده می‌شود، از کتابخانه‌ها و سایر مراکز برای ارائه و انتشار دانش استفاده می‌شود که تمام این آیتم‌ها نیاز به سواد رسانه‌ای هم دارند؛ یعنی دبیران برای مدیریت دانش سواد رسانه‌ای خود را بالا ببرند؛ یعنی اطلاعات خود را در سایت‌های مختلف مقایسه می‌کنند تا مطمئن شوند قابل اعتمادند، به روز بودن سایت را چک کرده، از اینترنت از طریق موبایل یا سایر

1 . National American Media Literacy Education

2. Access

3. Analyze

4. Evaluation

5. Create

6 . Namel

وسایل استفاده کرده و به تفاوت اطلاعاتی که از جستجوگرهای متفاوت دریافت می‌کنند، توجه دارند؛ بنابراین مدیریت دانش با سواد رسانه‌ای رابطه معنی‌دار دارند. دبیر دارای مدیریت دانش از رسانه هم برای بروز کردن خود استفاده می‌کند. ارسال و دریافت ایمیل، کسب اطلاعات درباره کالاها و خدمات، آپلود محتوایی که خودشان تولید کرده‌اند، نوشتن وبلاگ، مطالعه یا دانلود اخبار، روزنامه‌ها و مجلات آنلاین و یا اینترنت بانک (مثلاً پرداخت صورتحساب یا انتقال وجه به حساب دیگر) نیز از مشخصه دبیران دارای سواد رسانه‌ای است، بنابراین مدیریت دانش سواد رسانه‌ای را پیش‌بینی می‌کند.

در نهایت می‌توان گفت، مدیریت دانش، در واقع دانش قبلی را که همان آموزه‌های آموزشی است به دانش جدید ارتباط می‌دهد. از این رو، نشر دانش و بازیابی آن برای معلمان و هم برای دانش‌آموزان از اهمیت خاصی برخوردار است؛ و سواد اطلاعاتی و سواد رسانه‌ای را پیش‌بینی می‌کند. بنابراین امروزه سازمان آموزش و پرورش بایستی به محیطی در جهت رشد و توسعه همه جانبه تبدیل شوند. نشر دانش و ایجاد محیطی دانش محور از مهم‌ترین مؤلفه‌های مؤثر بر افزایش سواد اطلاعاتی و رسانه‌ای دبیران است. از طرفی سازمان آموزش و پرورش به دلیل تولید خدمات دانشی و اهمیتی که دانش در ارتقای جایگاه هر کشوری دارد از نظر مدیریت دانش در سطحی حساس و از جایگاه ویژه‌ای برخوردار هستند از این رو مدیران بایستی حرکت به سمت یادگیرنده بودن را آغاز نمایند. در حقیقت در چنین محیطی است که خلاقیت، نوآوری، خودباوری و باروری ایده‌ها و تبدیل آن‌ها به دانش صورت می‌گیرد. محدود بودن پژوهش به دبیران دوره دوم متوسطه تعمیم نتایج آن را به سایر معلمان (ابتدایی دوره اول و دوم) با احتیاط مواجه کرده است. پیشنهاد می‌گردد با توجه به اهمیت سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی، کارگاه‌های آموزشی برای معلمان و دبیران طراحی شود. همچنین به مسئولان و برنامه‌ریزان نظام آموزش عالی توصیه می‌شود مهارت‌های مدیریت دانش را هر چه بیشتر در میان دانشجویان ترویج و آموزش دهند چون باعث افزایش سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی و در نهایت افزایش کارایی آن‌ها که در آینده نیروهای اداره‌کننده جامعه خواهند بود، می‌شود.

منابع

- آب یار، سیده مهدیه (۱۳۹۸). مدیریت دانش. پژوهشنامه اورمزد، ۴۹(۲)، ۶۰-۵۱.
- اسدی، غلامرضا (۱۳۹۳). رابطه بین مهارت‌های سواد اطلاعاتی معلمان با انگیزش شغلی آنان: مطالعه موردی معلمان مقطع ابتدایی شهرستان ساری. پایان نامه کارشناسی ارشد، رشته علوم تربیتی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ساری.
- اسمعیل پونکی، الهام؛ اسمعیلی گیوی، محمدرضا و فهیم نیا، فاطمه (۱۳۹۵). بررسی رابطه سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی دانشجویان علوم ارتباطات. پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران، ۳۲(۲)، ۵۸۱-۶۰۴.
- اشرفی ریزی، حسن؛ حسن زاده، دلارام و کاظم پور، زهرا (۱۳۹۳). میزان سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی در بین دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی اصفهان بر اساس شاخص‌های سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی یونسکو. مدیریت اطلاعات سلامت، دوره ۱۱، ۴(۳۸)، ۳۲۴ - ۳۳۴.
- ایچی، الهام، سلیمانی، نادر (۱۳۹۶). پیش‌بینی سواد رسانه‌ای دانش‌آموزان بر اساس هوش اجتماعی و سرمایه اجتماعی آنان. فصلنامه رهبری و مدیریت آموزشی، ۱۱(۴)، ۲۵-۳۷.
- بیران، صدیقه و خداویردی زاده، مهرداد (۱۳۹۰). مطالعه سواد رسانه‌ای شهروندان تبریز. فرهنگ ارتباطات، ۱(۲)، ۱ - ۲۰.
- پاک سرشت، محمدجعفر (۱۳۸۶). نظریه‌های تربیتی و چالش‌های نظریه‌پردازی در آموزش و پرورش ایران. نوآوری‌های آموزشی، ۶(۲۰)، ۱۲۵ - ۱۴۸.
- تقی زاده، عباس (۱۳۹۵). سواد رسانه‌ای: مفاهیم بنیادی و آموزشی. تهران: ودیعت.
- حسینی پاکدهی، علیرضا و شبیری، حسنیه السادات (۱۳۹۶). آموزش سواد رسانه‌ای در فضای مجازی (مقایسه وبسایت مدیا اسمارتس کانادا و وبسایت سواد رسانه‌ای ایران). مطالعات رسانه‌های نوین، ۳(۹)، ص ۳۱-۷۶.
- خلیلی آرش، خلیلی مرضیه، ابراهیمی حریت فریبا، حسینیان زهرا مرضیه. (۱۳۹۸). طراحی پرسشنامه مدیریت دانش پرستاری. مجله علمی پژوهان، ۱۸ (۱) ۲۳-۲۹.
- رادمنش، ندا؛ جمشیدیان، عبدالرسول و رجایی پور، سعید (۱۳۹۵). بررسی رابطه بین سواد اطلاعاتی و میزان خلاقیت دبیران دبیرستان‌های دولتی و غیرانتفاعی شهرستان خمینی شهر در سال تحصیلی ۹۰-۹۱. دانش شناسی، ۹(۳۲)، ۷-۱۸.
- زاهدی، شمس السادات و نجاری، رضا (۱۳۸۷). بهره‌وری منابع انسانی و مدیریت دانش. پیک نور-علوم انسانی، ۶(۱)، ۳ - ۱۳.
- سالاری، سمیه؛ سالاری، زهرا و خسروی، محبوبه (۱۳۹۵). بررسی رابطه سواد رسانه‌ای در خلاقیت معلمان دوره‌ی متوسطه شهرستان اسفراین در سال تحصیلی ۹۵-۱۳۹۴. دومین کنفرانس

بین‌المللی پژوهش‌های نوین در حوزه علوم تربیتی و روانشناسی و مطالعات اجتماعی ایران، قم، مرکز مطالعات و تحقیقات اسلامی سروش حکمت مرتضوی.

سمعی زفرقندی، مرتضی و آقا کثیری، ندا (۱۳۹۶). سهم سرمایه فکری و مدیریت دانش در یادگیری معلمان. فصلنامه علمی - پژوهشی خانواده و پژوهش، ۱۴ (۲)، ۸۷-۱۰۴.

شریعتمداری، مهدی و آقاجانی، مرضیه (۱۳۹۴). رابطه سواد فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات معلمان با پیشرفت تحصیلی دانش‌آموزان پایه پنجم ابتدایی شهر تهران. فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات در علوم تربیتی، ۶ (۲۱)، ۵۵-۷۰.

شمسی، علی؛ رجایی پور، سعید و هویدا، رضا (۱۳۹۶). بررسی الگوی ساختاری رابطه فرآیند مدیریت دانش و مهارت‌های مدیریتی با نقش میانجی تفکر خلاق در میان مدیران و دبیران دبیرستان‌های اصفهان. ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، ۶ (۴)، ۷۱ - ۱۰۰.

صفوی، زینب و محبوب، سیامک (۱۳۹۱). سنجش اثر سواد اطلاعاتی کتابداران کتابخانه‌های عمومی بر شاخص‌های عملکرد کتابخانه‌های مورد مطالعه، کتابخانه‌های عمومی شهر تهران. کتابداری و اطلاع‌رسانی، دوره ۱۵، شماره ۲ (پیاپی ۵۸)، ص ۲۴۱-۲۲۵.

صیفوری، ویدا و غفاری، سعید (۱۳۹۰). سواد اطلاعاتی دانشجویان سال آخر دوره کارشناسی دانشگاه رازی کرمانشاه. نظام‌ها و خدمات اطلاعاتی، ۱۱ (۱)، ۹۵ - ۱۰۸.

عباسی، زهرا (۱۳۹۳). رابطه سطح سواد رسانه‌ای و سواد سلامت دانشجویان در استفاده از اینترنت از دیدگاه دانشجویان دانشگاه تهران و دانشگاه علوم پزشکی تهران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه علامه طباطبایی. پردیس آموزش‌های نیمه حضوری.

عفیفی، رامین (۱۳۹۴). اثربخشی مدیریت دانش بر مدیریت شهری از نظر مدیران شهرداری منطقه یک شهر تهران. مطالعات مدیریت شهری، ۷ (۲۳)، ۷۸-۹۱.

فلسفی، سید غلامرضا (۱۳۹۳). بررسی رابطه سواد رسانه‌ای با سبک زندگی (مورد مطالعه): نوجوانان ۱۵ تا ۱۸ ساله دبیرستانی منطقه شش تهران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق.

لاهیجانیان، اکرم (۱۳۸۴). مطالعه مدیریت دانش در نظام آموزش عالی و ارائه مناسب، رساله دکتری، رشته مدیریت آموزشی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات.

محب زاده زینب، امام جمعه سید محمدرضا، عصاره علیرضا، حمیدی فریده. (۱۳۹۹). شناسایی و تبیین مفهوم سواد رسانه‌ای و اهداف تربیتی مربوطه با تأکید بر قرآن کریم. مسائل کاربردی تعلیم و تربیت اسلامی، ۴ (۴): ۱۶۷-۱۹۸.

مقدس زاده، حسن (۱۳۸۵)، بررسی میزان سواد اطلاعاتی اعضای هیات علمی دانشگاه آزاد علمی واحد مشهد، پایان نامه کارشناسی ارشد کتابداری و اطلاع رسانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران شمال

مقدس زاده، حسن؛ یمین فیروز، موسی و علی محمدی، خدیجه (۱۳۹۵). بررسی رابطه مهارت های سواد اطلاعاتی با اثربخشی معلمان: مطالعه موردی معلمان مقطع ابتدایی شهرستان ساری. پژوهشنامه کتابداری و اطلاع رسانی (مطالعات تربیتی و روان شناسی)، ۶(۱۰)، ۳۰۶ - ۳۲۰.

مک لوهان، هربرت مارشال (۱۳۸۷). برای درک رسانه ها. ترجمه سعید آذری. تهران: سروش. موسوی کتی لته، مریم السادات؛ رسولی، سمیه و احمدی بالادهی، سیدمهدی (۱۳۹۵). جایگاه و اهمیت مدیریت دانش در آموزش و پرورش و نقش آن بر عملکرد سازمانی دبیران، پنجمین کنفرانس ملی علوم مدیریت نوین، گرگان، انجمن علمی و حرفه ای مدیران و حسابداران گلستان. مومنی، مرجان؛ ولی زاده، سعید و قربانی، راهب (۱۳۹۳). بررسی سواد اطلاعاتی دانشجویان سال آخر دانشگاه علوم پزشکی سمنان (سال ۹۱-۱۳۹۰). کومش، ۱۵(۴)، ۵۰۲ - ۵۱۰.

نظری، مریم (۱۳۹۴). سواد اطلاعاتی. تهران: مرکز اطلاعات و مدارک علمی ایران. نیاز آذری، کیومرث؛ بریمانی، ابوالقاسم؛ جوکار، علی و رستگار امرئی، احمد (۱۳۹۴). رابطه بین آموزش سواد اطلاعاتی با عملکرد تحصیلی دانشجویان. فن آوری اطلاعات و ارتباطات در علوم تربیتی، ۶(۱)، ۵-۱۷.

هاشمی، سیداحمد؛ همتی، ابوذر و عباسی، ابوالفضل (۱۳۹۱). بررسی وضعیت سواد اطلاعاتی اعضای هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحدهای منطقه یک. فن آوری اطلاعات و ارتباطات در علوم تربیتی، ۳(۲)، ۱۰۵-۱۲۶.

یزدانی، فریدون و موسوی، سیده مژگان (۱۳۹۶). شناسایی وضعیت مهارت های سواد اطلاعاتی معلمان ابتدایی ناحیه ی سه شهرستان کرمانشاه. فصلنامه دانش شناسی، ۱۰(۳۷)، ۹۵-۱۰۸.

Begum, D. (2012). 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.

Chang, I-Hua. (2012). The Effect of Principals' Technological Leadership on Teachers' Technological Literacy and Teaching Effectiveness in Taiwanese Elementary Schools. *Journal of Educational Technology & Society*, 15(2), 328-340.

Hobbs, R., & Tuzel, S. (2017). Teacher motivations for digital and media literacy: An examination of Turkish educators. 48(1), 7-22.

Lawson, Sh. (2003). Examining the relationship between organizational culture and knowledge management. Dissertation, United States: International Nova Southeastern University.

Lee, A.Y.L., & So, C.Y.K. (2013). Media literacy and information literacy: Similarities and differences. *Media Education Research Journal*, XXI (42), 137 - 145.

- Mader, S. (2012). Transforming Students into Scholars: Creating MIL Competencies through Communicating Research. Paper Presented at the International Conference on Media and Information Literacy for Knowledge Societies, Moscow, Russian Federation.
- Namle .(2020), Media Literacy Defined, National Association for Media Literacy Education, Retrieved March 1, 2020, from: <https://namle.net/publications/media-literacy-definitions/>
- Ruppel, M., Fry, S. W., & Bentahar, A. (2016). Enhancing Information Literacy for Preservice Elementary Teachers: A Case Study from the United States, *New Review of Academic Librarianship*, v22 n4 p441-459.
- Sural, S., & Dedebali, N.C. (2018). A Study of Curriculum Literacy and Information Literacy Levels of Teacher Candidates in Department of Social Sciences Education, *European Journal of Educational Research*, 7(2), 303-317.

Predicting Media Literacy and Information Literacy Based on Knowledge Management among Secondary High School Teachers in District 1 of Yazd

Abstract

Media literacy is a set of learnable skills that refers to the ability to access, analyze and create a variety of media messages and is an essential skill in today's world and information literacy is a set of skills that enable a person to identify their information needs. Give. The aim of this study was to investigate the relationship between knowledge management with media literacy and information literacy of secondary school teachers in the second year of district one of Yazd. The study population of this study was all teachers in 1396-97, which included 380 people (269 female teachers and 111 male teachers). For this purpose, 200 school teachers were selected using multi-stage random cluster sampling method. (Mean, graph and table ..) Inference test of correlation coefficient. Regression was used. The results of examining the hypotheses (at the significance level of 0.05) showed that there is a relationship between knowledge management with media literacy and teachers' information literacy and knowledge management is predicted by media literacy and information literacy.

Keywords: Information literacy, media literacy, knowledge management, secondary school teachers