

Investigating the Impact of Media Literacy on Empowerment and Job Satisfaction of Staff and Faculty Members at Ardabil University of Teacher Education

Mohammad Azimi*¹, Keyvan Paroubi², Amirreza Alimohammadi³, Kamal Nosrati Heshi⁴

1. Associate Professor, Department of Educational Sciences, Farhangian University, PO Box 889-14665, Tehran, Iran.

2. M.A in Educational Management, Azad University, Ardabil, Iran.

3. Bachelor's student of Guidance and Counseling, Farhangian University, Allameh Tabataba'i Campus, Ardabil, Iran.

4. Associate Professor, Department of Educational Sciences, Farhangian University, PO Box 889-14665, Tehran, Iran.

*Corresponding Author: **Mohammad Azimi**, E-mail: mohammad_azimi@cfu.ac.ir

Abstract

Background and Aim: Today, empowerment and job satisfaction are considered key factors in organizational growth. The creation, maintenance, and enhancement of these two fundamental components, which provide greater responsibility, independence, and a sense of control among employees and faculty members, have always attracted researchers in this field. Therefore, this study aimed to investigate the impact of media literacy on the empowerment and job satisfaction of employees and faculty members at Ardabil Farhangian University.

Methods: This research is applied in terms of purpose and descriptive in terms of methodology. The statistical population consisted of all employees and faculty members of Ardabil Farhangian University, totaling 211 individuals. To reduce bias, simple random sampling was used, and the sample size was determined to be 133 based on Morgan's table. Data were collected through fieldwork using standardized questionnaires for media literacy (reliability = 0.83), empowerment (reliability = 0.91), and job satisfaction (reliability = 0.77). Data analysis was performed using SPSS software with multiple regression tests.

Results: The results indicate that the variable "media usage" predicts empowerment with the lowest effect (BETA = 0.27), "media perception" (BETA = 0.33), and "media assistance" has the highest effect (BETA = 0.57). Additionally, "media usage" predicts job satisfaction with the highest effect (BETA = 0.65), "media perception" (BETA = 0.42), and "media assistance" with the lowest effect (BETA = 0.29).

Conclusion: According to the findings, media literacy, by providing grounds for career growth and better performance, can lead to increased empowerment and job satisfaction.

Keywords: Media Literacy, Empowerment, Job Satisfaction, University of Teacher Education.

DOI: 10.22098/pbeo.2025.18543.1069

Received: 2025/02/07

Accepted: 2025/03/18

بررسی تاثیر سواد رسانه ای بر توانمند سازی و رضایت شغلی کارکنان و اساتید دانشگاه فرهنگیان اردبیل

محمد عظیمی*^۱، کیوان پورایی^۲، امیررضا علی محمدی^۳، کمال نصرتی هشی^۴

۱. گروه آموزشی علوم تربیتی، دانشگاه فرهنگیان، صندوق پستی: ۸۸۹-۱۴۶۶۵ تهران، ایران.

۲. کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی، دانشگاه آزاد اسلامی، اردبیل، ایران.

۳. دانشجوی کارشناسی آموزش راهنمایی و مشاوره، دانشگاه فرهنگیان، پردیس علامه طباطبائی، اردبیل، ایران.

۴. گروه آموزشی علوم تربیتی، دانشگاه فرهنگیان، صندوق پستی: ۸۸۹-۱۴۶۶۵ تهران، ایران.

* نویسنده مسئول: محمد عظیمی، رایانامه: [E-mail: mohammad_azimi@cfu.ac.ir](mailto:mohammad_azimi@cfu.ac.ir)

چکیده

زمینه و هدف: امروزه توانمندسازی و رضایت شغلی، به عنوان عوامل کلیدی رشد سازمانی مطرح می‌باشند. ایجاد، حفظ و ارتقاء این دو مؤلفه اساسی که مسئولیت‌پذیری بیشتر، استقلال و احساس کنترل در کارکنان و اساتید را فراهم می‌کند، همواره مورد توجه پژوهشگران این زمینه بوده است. بنابراین این پژوهش با هدف بررسی تأثیر سواد رسانه‌ای بر توانمندسازی و رضایت شغلی کارکنان و اساتید دانشگاه فرهنگیان اردبیل انجام شد.

روش: این پژوهش، از لحاظ هدف، از نوع کاربردی و از لحاظ روش انجام پژوهش، توصیفی بود. جامعه آماری این پژوهش کلیه کارکنان و اساتید دانشگاه فرهنگیان اردبیل می‌باشند که جمعاً ۲۱۱ نفر می‌باشند و روش مورداستفاده برای نمونه‌گیری، به علت کاهش سوگیری، تصادفی ساده استفاده شده است که برای تعیین حجم نمونه نیز از جدول مورگان استفاده گردید که تعداد نمونه آماری برابر ۱۳۳ نفر بود و برای جمع‌آوری اطلاعات از روش میدانی و از پرسشنامه‌های سواد رسانه‌ای سیمونس و همکاران (۲۰۱۷)، توانمندسازی شغلی اسپریتزر (۱۹۹۵) و رضایت شغلی پائولا و لستر (۲۰۱۴) به ترتیب با پایایی ۰/۸۳، ۰/۹۱ و ۰/۷۷ استفاده گردیده است. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS و آزمون‌های رگرسیون خطی ساده و چندگانه انجام گرفته شد.

یافته‌ها: یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که متغیر استفاده از رسانه با کمترین میزان تأثیر ($BETA=0/27$)، درک رسانه‌ای ($BETA=0/33$)، کمک رسانه‌ای با بیشترین میزان تأثیر ($BETA=0/57$) متغیر توانمندسازی را پیش‌بینی می‌کنند و همچنین متغیر استفاده از رسانه نیز با بیشترین میزان تأثیر ($BETA=0/65$)، درک رسانه‌ای ($BETA=0/42$)، کمک رسانه‌ای با کمترین میزان تأثیر ($BETA=0/29$) متغیر رضایت شغلی را پیش‌بینی می‌کنند.

نتیجه‌گیری: بنابر نتایج پژوهش، سواد رسانه‌ای با فراهم کردن زمینه‌های رشد شغلی و عملکرد بهتر می‌تواند باعث توانمندی و رضایت شغلی گردد. کلیدواژه‌ها: سواد رسانه‌ای، توانمند سازی، رضایت شغلی، دانشگاه فرهنگیان.

DOI: 10.22098/pbeo.2025.18543.1069

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۱/۱۹

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۲/۲۸

مقدمه

در عصر جهانی شدن و پیشرفت روزافزون تکنولوژی، سرمایه انسانی به عنوان مهم ترین سرمایه سازمان ها و تنها عامل کسب مزیت رقابتی پایدار به شمار می رود (Garavan, 2007). باتوجه به فضای رقابتی امروز که آگاهی کارکنان فراگیرتر شده و سازمان ها به سمت ساختارهای سازمانی یکپارچه تر و تمرکز زدایی پیش می روند، توانمندسازی کارمندان بیشتر مطرح می شود (Baird & Wang, 2010). توانمندسازی، عنصر حیاتی سازمان ها در دنیای نوین است (Smith et al, 2004) که از اواسط قرن بیستم و شکل گیری نهضت روابط انسانی در جهت ارتقاء شرایط انسانی کار مطرح شد (Miri et al, 2012). توانمندسازی کارکنان که به عنوان یکی از ابزارهای سودمند ارتقاء کیفی کارکنان و افزایش اثربخشی سازمان تلقی می گردد (Saidipour & Mohammadipour, 2019)، یک رویکرد نوین انگیزشی درونی شغل محسوب می شود که با آزاد کردن نیروهای درونی کارکنان سبب ایجاد شکوفایی استعدادها و شایستگی های افراد می شود (Shahravi, 2022). (Ozaralli, 2015)، توانمندسازی را اینگونه تعریف می کند که پیش از آنکه به کارکنان گفته شود چکاری را انجام دهند، آنها توانسته باشند به خوبی وظایفشان را درک کنند. همچنین باتوجه به اینکه نیروی انسانی از مهم ترین سرمایه های سازمان ها بوده، برخورداری آنها از رضایت شغلی نیز می تواند یاریگر سازمان ها در رسیدن اهدافشان باشد (Farhangh & Panahifar, 2024)، بنابراین این مؤلفه نیز قابل بررسی است. باتوجه به بررسی های بعمل آمده، احساس رضایت کارکنان از شغل خود باعث احساس خشنودی و ایجاد احساس مثبت نسبت به خود شده و این احساس باعث افزایش انگیزه و در نتیجه بالا بردن بهره وری و همکاری بیشتر خواهد شد (Solhi et al, 2022). (Culibrk et al, 2018)، در یک تعریف کلی، رضایت شغلی را احساس مثبتی تعریف می کنند که نیروی انسانی شاغل در یک سازمان به حرفه خود داشته و این احساس موجب پیشبرد اهداف سازمان و بهبود بهره وری و کارایی آن می گردد. بنابراین باتوجه به بررسی های بعمل آمده، می توان بیان کرد که توانمندسازی و رضایت شغلی کارکنان و اساتید از اهمیت بسیار والایی برخوردار بوده و بررسی وضعیت این دو مفهوم از جنبه های گفته شده فوق، حائز اهمیت است.

باتوجه به بررسی های بعمل آمده، وضعیت توانمندسازی کارکنان و اساتید از وضعیت مطلوب فاصله دارد. به عنوان مثال اگر در سازمان های متفاوت بررسی گردد، (Ismaeli & saidzadeh, 2016)، در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که عملکرد کارکنان در سازمان جهادکشاورزی در سطح مطلوبی نبوده است. (Daneshjoo News Agency, 2021) نیز توانمندسازی اساتید را مشکل و به اینکه باید آینده نگری شود، اشاره کرده است. همچنین در خصوص رضایت شغلی نیز، (Tasnim News Agency, 2017)، براساس آمار، این مؤلفه اساسی را در میان جمعیت مشغول به کار در ایران را کم دانسته و معتقد است که این امر بهره وری حداکثری را تحت الشعاع خود قرار می دهد. همچنین در محیط های دانشگاهی، (Safi et al, 2015) در پژوهش خود نشان دادند که ۲۳/۲ درصد از کارکنان دانشگاه علوم پزشکی اربیل از شغل خود رضایت نداشتند. بنابراین و بر اساس بررسی های بعمل آمده می توان بیان داشت که توانمندسازی و رضایت شغلی کارکنان و اساتید، باید ارتقاء یابند چرا که از وضعیت مطلوب فاصله دارند. براین اساس مطلوب است که عوامل مؤثر بر این دو مؤلفه اساسی و مهم،

مورد بررسی قرار گیرد. عوامل بسیاری می توانند بر توانمند سازی و رضایت شغلی کارکنان و اساتید تأثیرگذار باشد که باتوجه به بررسی های بعمل آمده از جمله این عوامل می تواند سواد رسانه ای باشد. در عصر حاضر، زندگی با انواع رسانه ها و شکل های مختلف آنها احاطه شده است (Maghsodi & vahed, 2018). بنابراین، مجهز شدن به سواد رسانه ای که ایجاد کننده ارتباط در بافت های گوناگون است (Rboy & Padovani, 2010)، به عنوان مهارت حیاتی، مورد توجه قرار گرفته (Bahmani & Bostani, 2015) و امری ضروری در جهت افزایش آگاهی و توانمندی شهروندان شمرده می شود (Gillern et al, 2022). همچنین، نتایج پژوهش (Shayan et al, 2018)، نشان داده است که رسانه های اجتماعی می تواند بر عملکرد و رضایت شغلی افراد تأثیر گذار باشد. (Asadi 2006) رسانه را، هر نوع واسطه یا مجاری انتقال پیام که از طریق فرستنده اعمال می شود، می داند. همچنین سواد رسانه ای (درک و کمک رسانه ای)، در یک تعریف بسیار کلی عبارت است از یک نوع درک متکی بر مهارت که براساس آن می توان انواع رسانه ها و انواع تولیدات آنها را شناخت و از یکدیگر تفکیک و شناسایی کرد و در نهایت از رسانه ها برای اطلاع رسانی، آموزش یا حمایت از موضوعی خاص، استفاده کرد (Austin et al, 2021).

پژوهش هایی در خصوص توانمندسازی و رضایت شغلی کارکنان و اساتید انجام شده است که به برخی از مهم ترین و جدیدترین آنان پرداخته می شود. در بخش مطالعات داخلی، (Esmaili et al (2022)، در پژوهشی با عنوان طراحی و تبیین مدل توانمندسازی ساختاری منابع انسانی با رویکرد نظریه داده بنیاد، توانمندسازی ساختاری منابع انسانی را مقوله محوری در اداره کل آموزش و پرورش استان گیلان دانسته که موجبات توسعه شغلی و بهره وری نیروی انسانی در سازمان را فراهم می کند. (Gahremani, 2023)، در پژوهشی با عنوان تأثیر سواد رسانه ای بر توانمندسازی کارکنان شهرداری های استان آذربایجان شرقی، نشان داد که سواد رسانه ای به میزان ۸۸٪ بر توانمندسازی کارکنان تأثیر می گذارد، بنابراین در کل می توان نتیجه گرفت که سواد رسانه ای بر توانمندسازی کارکنان شهرداری استان آذربایجان شرقی تأثیر دارد. (Shayan et al (2018)، نیز در پژوهشی با عنوان بررسی تأثیر استفاده از رسانه های اجتماعی بر عملکرد شغلی کارکنان نشان دادند در این مدل عواملی مثل ویژگی های شخصی، نوع و میزان استفاده از رسانه اجتماعی، رضایت شغلی، تعهد سازمانی و سرمایه اجتماعی می توانند بر این رابطه مؤثر باشند. در بخش مطالعات خارجی، (Liao et al (2008)، در تحقیقی با عنوان «رابطه بین قابلیت های استراتژیک و سواد رسانه ای با توانمندسازی و عملکرد سازمانی» به این نتیجه دست یافتند که قابلیت های استراتژیک و شاخص های سواد رسانه ای به صورت معنی داری بر رشد توانمندسازی و عملکرد سازمانی تأثیر می گذارد و وقتی که اعضای توانمندسازی بالایی دارند میزان عملکرد سازمانی بهتری هم دارند و عملکرد یادگیری سازمانی بهتر خواهد شد و قابلیت های استراتژیک با عملکرد سازمانی رابطه مثبت معنی داری داشت. همچنین (Vidal (2007)، در تحقیقی در دانشگاه ویسکانسین با عنوان بررسی تأثیر مولفه های سواد رسانه ای و ویژگی های شغلی بر خلاقیت و رضایت شغلی کارکنان به این نتیجه رسید که کارکنان رضایت نسبتا بالایی از فرم سستی کار داشته و رضایت شغلی در نوآوری سازمانی مؤثر است و شاخص های سواد رسانه ای می تواند باعث توسعه و رشد خلاقیت و نوآوری شود. (Foong et al (2012)، در پژوهشی با عنوان مطالعه تأثیر سواد رسانه ای بر خلاقیت، نوآوری و رضایت شغلی نشان داده شد که فاکتورهای سواد رسانه ای بر میزان خلاقیت و نوآوری کارکنان را تحت تأثیر قرار می دهند و در تحقیقی دیگر میان سواد رسانه ای و دو ویژگی رضایت شغلی رابطه مشاهده گردید.

امروزه توانمندسازی و رضایت شغلی کارکنان و اساتید به عنوان دو عامل کلیدی در بهبود عملکرد سازمان ها و به ویژه در دانشگاه ها اهمیت ویژه ای دارد. این دو مؤلفه می توانند به افزایش انگیزه، بهره وری و کیفیت خدمات آموزشی و پژوهشی منجر

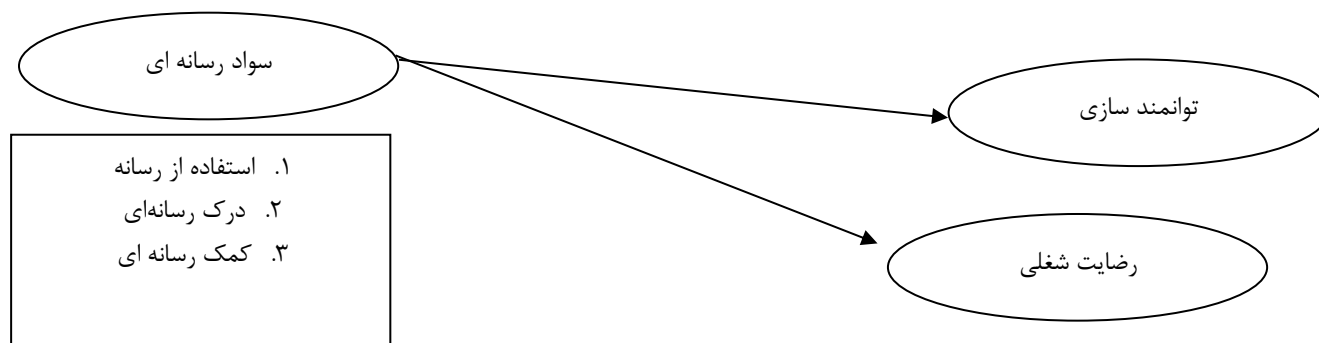
شوند. با این حال، وضعیت موجود در این زمینه‌ها هنوز از وضعیت مطلوب فاصله دارد و نیاز است که در راستای تقویت این عوامل تلاش‌های بیشتری صورت گیرد. یکی از راهکارهای مؤثر در این زمینه، ارتقای سواد رسانه‌ای است که به عنوان یک عامل کلیدی در توانمندسازی کارکنان و اساتید شناخته می‌شود. سواد رسانه‌ای به معنای توانایی استفاده، تجزیه و تحلیل و تولید محتوای رسانه‌ای به‌طور مؤثر است. افراد با سواد رسانه‌ای بالا می‌توانند اطلاعات و اخبار را به درستی فیلتر کرده و از ابزارهای رسانه‌ای برای بهبود مهارت‌های حرفه‌ای و ارتباطات خود بهره‌برداری کنند. در نتیجه، ارتقای این سواد می‌تواند تأثیر زیادی بر افزایش رضایت شغلی و توانمندسازی کارکنان و اساتید داشته باشد. بر این اساس، هدف اساسی پژوهش حاضر، بررسی تأثیر سواد رسانه‌ای بر توانمندسازی و رضایت شغلی کارکنان و اساتید دانشگاه فرهنگیان اردبیل است و با توجه به هدف مورد مطالعه، فرضیه‌های ذیل مطرح می‌شود.

فرضیه اصلی :

سواد رسانه‌ای بر توانمندسازی و رضایت شغلی کارکنان و اساتید دانشگاه فرهنگیان اردبیل تأثیر معنی‌داری دارد .

فرضیه‌های فرعی :

۱. استفاده از رسانه بر توانمندسازی شغلی کارکنان و اساتید تأثیر معنی‌داری دارد .
۲. درک رسانه‌ای بر توانمندسازی شغلی کارکنان و اساتید تأثیر معنی‌داری دارد.
۳. کمک رسانه‌ای بر توانمندسازی شغلی کارکنان و اساتید تأثیر معنی‌داری دارد.
۴. استفاده از رسانه بر رضایت شغلی کارکنان و اساتید تأثیر معنی‌داری دارد.
۵. درک رسانه‌ای بر رضایت شغلی کارکنان و اساتید تأثیر معنی‌داری دارد.
۶. کمک رسانه‌ای بر رضایت شغلی کارکنان و اساتید تأثیر معنی‌داری دارد.



نمودار ۱. مدل مفهومی پژوهش

دوره ۳، شماره ۱، بهار
۱۴۰۴، صفحات: ۸۴-۷۱

**Journal of Positive Behavior
in Educational Organizations**

مجله رفتار مثبت در
سازمان های آموزشی

روش

پژوهش حاضر از لحاظ هدف تحقیق، از نوع کاربردی و از لحاظ روش، توصیفی می‌باشد و هدف آن بررسی تأثیر سواد رسانه‌ای بر توانمندسازی و رضایت شغلی کارکنان و اساتید دانشگاه فرهنگیان اردبیل است و همچنین از لحاظ روش گردآوری اطلاعات روش تحقیق مورد نظر میدانی بود. جامعه آماری این پژوهش کلیه کارکنان و اساتید دانشگاه فرهنگیان اردبیل می‌باشند که تعداد (کارکنان ۱۰۱، اساتید ۳۵ نفر و ماموران آموزشی ۷۵ نفر) جمعاً ۲۱۱ نفر می‌باشند. همچنین روش مورد استفاده برای نمونه‌گیری، روش تصادفی ساده بود. برای تعیین حجم نمونه نیز از جدول مورگان استفاده شده است که طبق این جدول تعداد نمونه آماری برابر ۱۳۳ نفر بود. برای گردآوری اطلاعات نیز از پرسشنامه‌های سواد رسانه‌ای ۱۲ سؤالی سیمونس و همکاران (۲۰۱۷)، رضایت شغلی ۶۶ سؤالی پائولا و لستر (۲۰۱۴) و توانمندسازی ۱۲ سؤالی اسپریتزر استفاده شد. در خصوص روایی پژوهش نیز لازم به ذکر است که برای سنجش روایی پرسشنامه‌ها، ابتدا پرسش‌نامه‌های استاندارد موجود در حوزه سواد رسانه‌ای، توانمندسازی و رضایت شغلی مورد بررسی قرار گرفت. سپس با توجه به اهداف پژوهش و انطباق پرسشنامه‌ها با متن اصلی و تغییرات جزئی در برخی عبارات، نسخه اولیه پرسش‌نامه در اختیار تعدادی از اساتید متخصص در حوزه مدیریت آموزشی و رسانه (شامل سه نفر از اعضای هیأت علمی مرتبط) قرار گرفت تا میزان تناسب و شفافیت گویه‌ها با مفهوم نظری هر متغیر را ارزیابی کنند. بر اساس بازخورد این خبرگان، اصلاحات لازم در بخش واژگان و محتوای گویه‌ها صورت گرفت. در نهایت، روایی محتوایی پرسش‌نامه با استفاده از نظر خبرگان مورد تأیید قرار گرفت. همچنین در خصوص پایایی نیز از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد که با توجه به جدول ذیل، ضریب آلفای کرونباخ بدست آمده نشان از پایایی مناسب پرسشنامه می‌باشد.

جدول ۱. جدول آلفای کرونباخ

متغیرهای پژوهش	میزان آلفای کرونباخ
سواد رسانه‌ای	۰/۸۳
توانمندسازی	۰/۹۱
رضایت شغلی	۰/۷۷

روش گردآوری اطلاعات نیز به دو صورت پیمایشی و کتابخانه‌ای بوده است. برای جمع‌آوری داده‌های مربوط به ادبیات تحقیق و شناسایی متغیرها و شاخصه‌های تشکیل دهنده مدل پیشنهادی از منابع کتابخانه‌ای، شامل کتب فارسی و لاتین و مقالات فارسی و لاتین و سایت‌های اطلاعاتی شبکه اینترنت استفاده شد. و به جهت بررسی تأثیر سواد رسانه‌ای بر توانمندسازی و رضایت شغلی کارکنان و اساتید دانشگاه فرهنگیان اردبیل به جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات از کارکنان از طریق پرسش‌نامه اقدام شد.

در نهایت، پژوهش حاضر پس از تکمیل پرسشنامه، داده‌های گردآوری شده، بر اساس مقیاس‌های اندازه‌گیری متغیرها کدگذاری شده و با نرم افزار SPSS پردازش و تجزیه و تحلیل شد و روش‌های توصیفی شامل معیارهای تمایل به مرکز و پراکندگی و درصد، فراوانی که برای طبقه‌بندی داده‌ها و نمایش آنها از طریق جداول فراوانی و نمودار و برای محاسبه پایایی از ضریب آماری آلفای کرونباخ استفاده

شد. ابتدا با آزمون کولموگروف- اسمیرنف نرمال بودن متغیرها آزمون شد و در علت نرمال بودن توزیع متغیرها، از رگرسیون چندگانه و ساده استفاده شد و در جدول زیر فرضیات بر حسب آزمون های استفاده شده، بیان گردید.

جدول ۲. جدول تجزیه و تحلیل فرضیه ها

فرضیه ها	مقیاس	آزمون استفاده شده
فرضیه اصلی	فاصله ای	رگرسیون خطی ساده
فرضیه فرعی اول	فاصله ای	رگرسیون خطی چندگانه
فرضیه فرعی دوم	فاصله ای	رگرسیون خطی چندگانه
فرضیه فرعی سوم	فاصله ای	رگرسیون خطی چندگانه
فرضیه فرعی چهارم	فاصله ای	رگرسیون خطی چندگانه
فرضیه فرعی پنجم	فاصله ای	رگرسیون خطی چندگانه
فرضیه فرعی ششم	فاصله ای	رگرسیون خطی چندگانه

یافته‌ها

در جدول ۳، شاخص‌های مرکزی و پراکندگی متغیرهای توانمندسازی، رضایت شغلی سواد رسانه‌ای و ابعاد آن ارائه شده است.

جدول ۳. شاخص‌های مرکزی و پراکندگی متغیرهای توانمندسازی، رضایت شغلی سواد رسانه‌ای و ابعاد آن

آماره	سواد رسانه‌ای	استفاده از رسانه	درک رسانه‌ای	کمک رسانه‌ای	توانمندسازی	رضایت شغلی
میانگین	۳/۷۳	۳/۶۳	۳/۹۸	۲/۹۸	۴/۲۰	۳/۲۷
انحراف معیار	۰/۴۵	۰/۷۰	۰/۹۱	۰/۴۴	۰/۵۱	۰/۶۷
حداقل نمرات	۱/۰۰	۱/۰۰	۱/۰۰	۱/۰۰	۱/۰۰	۱/۰۰
حداکثر نمرات	۵/۰۰	۵/۰۰	۵/۰۰	۵/۰۰	۵/۰۰	۵/۰۰

طبق نتایج جدول ۳، سواد رسانه‌ای ۳/۷۳، استفاده از رسانه ۳/۶۳، درک رسانه‌ای ۳/۹۸، کمک رسانه‌ای ۲/۹۸، توانمندسازی ۴/۲۰ و رضایت شغلی ۳/۲۷ است.

فرضیه اصلی: سواد رسانه‌ای بر توانمندسازی و رضایت شغلی کارکنان و اساتید دانشگاه فرهنگیان اردبیل تأثیر معنی‌داری دارد.

جدول ۴. نتایج تحلیل رگرسیون ساده بین سواد رسانه‌ای و توانمندسازی

مؤلفه‌ها	ضرایب غیر استاندارد		ضریب استاندارد Beta	t	.Sig
	B	انحراف معیار			
مقدار ثابت	۱/۰۵۴	۰/۲۴۱		۴/۳۶۷	۰/۰۰۰
سواد رسانه‌ای	۰/۸۴۹	۰/۰۶۴	۰/۷۶	۱۳/۲۲۸	۰/۰۰۰

برای تعیین تأثیر سواد رسانه‌ای به عنوان متغیر پیش‌بین و توانمندسازی به عنوان متغیر ملاک، با تحلیل رگرسیون ساده به روش ورود تحلیل شدند. همانطور که در جدول شماره ۵ مشاهده می‌شود و نتایج نشان می‌دهد که متغیر سواد رسانه‌ای ($BETA=0.76$) متغیر توانمندسازی را پیش‌بینی می‌کند.

جدول ۵. نتایج تحلیل رگرسیون ساده بین سواد رسانه‌ای و رضایت شغلی

مؤلفه‌ها	ضرایب غیر استاندارد		ضریب استاندارد Beta	t	.Sig
	B	انحراف معیار			
مقدار ثابت	۱/۴۰۸	۰/۲۶۳		۵/۳۵۹	۰/۰۰۰
سواد رسانه‌ای	۱/۲۵۴	۰/۰۷۰	۰/۸۴	۱۷/۹۳۶	۰/۰۰۰

برای تعیین تاثیر سواد رسانه‌ای به عنوان متغیر پیش‌بین و رضایت شغلی به عنوان متغیر ملاک، با تحلیل رگرسیون ساده به روش ورود تحلیل شدند. همانطور که در جدول شماره ۵ مشاهده می‌شود و نتایج نشان می‌دهد که متغیر سواد رسانه‌ای ($BETA=0/84$) متغیر رضایت شغلی را پیش‌بینی می‌کند.

فرضیه های فرعی اول تا سوم:

۱. استفاده از رسانه بر توانمند سازی شغلی کارکنان و اساتید تاثیر معنی داری دارد.
۲. درک رسانه‌ای بر توانمند سازی شغلی کارکنان و اساتید تاثیر معنی داری دارد.
۳. کمک رسانه ای بر توانمند سازی شغلی کارکنان و اساتید تاثیر معنی داری دارد.

جدول ۶. نتایج تحلیل رگرسیون چند گانه بین ابعاد سواد رسانه ای و توانمندسازی

مؤلفه‌ها	ضرایب غیر استاندارد		ضریب استاندارد Beta	t	Sig
	B	انحراف معیار			
مقدار ثابت	۴/۷۲۹	۰/۴۰۰		۱۱/۸۳۶	۰/۰۰۱
استفاده از رسانه	۰/۱۵۰	۰/۰۹۰	۰/۲۷	۳/۵۵۲	۰/۰۰۶
درک رسانه‌ای	۰/۲۲۱	۰/۰۶۸	۰/۳۳	۴/۳۱۲	۰/۰۰۰
کمک رسانه ای	۰/۴۰۲	۰/۱۲۲	۰/۵۷	۶/۶۵۲	۰/۰۰۰

برای تعیین تاثیر ابعاد سواد رسانه ای (استفاده از رسانه، درک رسانه‌ای، کمک رسانه ای) به عنوان متغیرهای پیش‌بین و توانمندسازی به عنوان متغیر ملاک، با تحلیل رگرسیون چند گانه به روش ورود تحلیل شدند. همانطور که در جدول شماره ۶ مشاهده می‌شود و در همه ابعاد معنی دار است و نتایج نشان می‌دهد که متغیر استفاده از رسانه با کمترین میزان تاثیر ($BETA=0/27$)، درک رسانه‌ای ($BETA=0/33$)، کمک رسانه‌ای با بیشترین میزان تاثیر ($BETA=0/57$)، متغیر توانمندسازی را پیش‌بینی می‌کند.

فرضیه های فرعی چهارم تا ششم:

۴. استفاده از رسانه بر رضایت شغلی کارکنان و اساتید تاثیر معنی داری دارد.
۵. درک رسانه‌ای بر رضایت شغلی کارکنان و اساتید تاثیر معنی داری دارد.
۶. کمک رسانه ای بر رضایت شغلی کارکنان و اساتید تاثیر معنی داری دارد.

جدول ۷. نتایج تحلیل رگرسیون چند گانه بین ابعاد سواد رسانه ای و رضایت شغلی

مؤلفه‌ها	ضرایب غیر استاندارد		ضریب استاندارد Beta	t	Sig
	B	انحراف معیار			

مقدار ثابت	۳/۵۰۳	۰/۵۳۰	۶/۶۰۶	۰/۰۰۰
استفاده از رسانه	۰/۴۵۶	۰/۱۲۰	۰/۶۵	۷/۲۱۸
درک رسانه‌ای	۰/۳۷۰	۰/۰۹۰	۰/۴۲	۵/۸۸۵
کمک رسانه‌ای	۰/۱۴۳	۰/۱۶۲	۰/۲۹	۳/۸۸۴

برای تعیین تاثیر ابعاد سواد رسانه ای (استفاده از رسانه، درک رسانه‌ای، کمک رسانه ای) به عنوان متغیرهای پیش‌بین و رضایت شغلی به عنوان متغیر ملاک، با تحلیل رگرسیون چندگانه به روش ورود تحلیل شدند. همانطور که در جدول شماره ۷ مشاهده می‌شود و در همه ابعاد معنی‌دار است و نتایج نشان می‌دهد که متغیر استفاده از رسانه با بیشترین میزان تاثیر ($BETA=0/65$)، درک رسانه‌ای ($BETA=0/42$)، کمک رسانه‌ای با کمترین میزان تاثیر ($BETA=0/29$) متغیر رضایت شغلی را پیش‌بینی می‌کنند.

بحث و نتیجه‌گیری

در دنیای پیچیده و پرشتاب امروز، سواد رسانه‌ای به‌عنوان یکی از مهارت‌های حیاتی و راهبردی در توسعه منابع انسانی و بهبود شرایط کاری شناخته می‌شود. نقش رسانه‌ها در افزایش توانمندسازی و رضایت شغلی کارکنان، به ویژه در حوزه آموزش عالی که از مهم‌ترین بسترهای شکل‌گیری نیروی انسانی متخصص و متعهد است، اهمیت بسیار بالایی دارد. دانشگاه‌ها به‌عنوان مراکز علمی و فرهنگی، نیازمند افرادی توانمند هستند که با بهره‌گیری مؤثر و هوشمندانه از ابزارهای رسانه‌ای بتوانند عملکرد حرفه‌ای خود را ارتقاء داده و سطح رضایت شغلی خود را افزایش دهند. این پژوهش با هدف بررسی تأثیر ابعاد مختلف سواد رسانه‌ای شامل استفاده از رسانه، درک رسانه‌ای و کمک رسانه‌ای بر توانمندسازی و رضایت شغلی کارکنان و اساتید دانشگاه فرهنگیان اردبیل انجام گرفت و یافته‌ها نشان‌دهنده تأثیر مثبت و معنادار این مؤلفه‌ها بر توانمندسازی و رضایت شغلی است. یافته‌های این پژوهش بیانگر آن است که سواد رسانه‌ای به طور کلی با ضریب بتای ۰,۷۶ توانمندسازی و با ضریب بتای ۰,۸۴ رضایت شغلی را به شکل معناداری پیش‌بینی می‌کند. این امر نشان می‌دهد که توانمندسازی، که از طریق فراهم کردن منابع، اختیار و فرصت برای انجام وظایف و مسئولیت‌پذیری حاصل می‌شود، به طور مستقیم موجب افزایش رضایت شغلی و بهره‌وری می‌گردد. به عبارتی، زمانی که کارکنان و اساتید دانشگاه احساس کنند نقش مؤثری در سازمان دارند و از استقلال عمل برخوردارند، انگیزه، تعهد و رضایت شغلی آن‌ها به طور چشمگیری افزایش می‌یابد. علاوه بر این، رضایت شغلی با انگیزش و تعهد سازمانی رابطه دوسویه داشته و می‌تواند نقش مهمی در کاهش ترک خدمت و فرسودگی شغلی ایفا کند. تحلیل جزئی‌تر ابعاد سواد رسانه‌ای نشان می‌دهد که استفاده از رسانه با ضریب بتای ۰,۲۷، کمترین تأثیر را بر توانمندسازی دارد اما همچنان اثر مثبت و قابل توجهی از خود نشان می‌دهد. این یافته تأکید می‌کند که مشارکت فعال کارکنان در استفاده هدفمند از رسانه‌ها و بهبود فضای کاری می‌تواند تعارضات سازمانی را کاهش داده و بهره‌وری را افزایش دهد که با مطالعات پیشین نیز همسو است و اهمیت فرهنگ سازمانی مثبت را برجسته می‌سازد. همچنین، درک رسانه‌ای با ضریب بتای ۰,۳۳ بر توانمندسازی و ۰,۴۲ بر رضایت شغلی تأثیر مثبت دارد، بدین معنی که توانایی تحلیل و فهم صحیح پیام‌های رسانه‌ای نقش کلیدی در ایجاد انگیزه و رضایت کارکنان دارد. این موضوع با نظریه مک‌لوهان مبنی بر نقش رسانه به‌عنوان واسطه‌ای اجتماعی همخوانی داشته و نشان می‌دهد که رسانه‌ها و نحوه بهره‌برداری از آن‌ها می‌توانند فضای کاری و نگرش کارکنان را به شکل مؤثری تحت تأثیر قرار دهند. یکی از مهم‌ترین یافته‌های این پژوهش، تأثیر چشمگیر کمک رسانه‌ای بر توانمندسازی با ضریب بتای ۰,۵۷ و تأثیر معنادار اما کمتر آن بر رضایت شغلی (بتای ۰,۲۹) است. این موضوع نشان‌دهنده اهمیت حمایت‌ها و امکانات رسانه‌ای فراهم شده برای کارکنان است که باعث افزایش اعتماد به نفس و استقلال آن‌ها می‌شود. در عصر اطلاعات و ارتباطات، سواد رسانه‌ای موجب تصمیم‌گیری آگاهانه‌تر و افزایش توانمندی کارکنان شده و در نتیجه رضایت شغلی آنان را بهبود می‌بخشد. همچنین استفاده صحیح و

هدفمند از رسانه‌ها بیشترین تأثیر را بر رضایت شغلی (بنای ۰,۶۵) داشته است که بیانگر نقش کلیدی رسانه‌ها در بهبود شرایط کاری، تقویت ارتباطات سازمانی و ارتقاء عملکرد شغلی است. یافته‌های پژوهش با نتایج پژوهش‌های معتبر دیگری از جمله (Esmaili et al (2022), Farhang & Panahifar, (2024), Gahremani (2022), Razaghi, Gillern et al (2022), Zarezadeh et al (2018) و سایر مطالعات همخوانی دارد. با توجه به اهمیت این نتایج، می‌توان گفت که سواد رسانه‌ای فراتر از یک مهارت فنی ساده، به‌عنوان ابزاری استراتژیک در مدیریت منابع انسانی و توسعه سازمانی نوین در دانشگاه‌ها مطرح است. کارکنان و اساتیدی که از ظرفیت‌های رسانه به درستی بهره می‌برند و توانایی تحلیل پیام‌های رسانه‌ای را دارند، کنترل و تسلط بیشتری بر وظایف خود احساس می‌کنند و به واسطه این توانمندی، رضایت شغلی بالاتری را تجربه می‌کنند. این فرآیند توانمندسازی از طریق ایجاد زمینه‌های مشارکت، استقلال در تصمیم‌گیری و درک بهتر محیط کاری، به افزایش تعهد سازمانی، کاهش ترک خدمت و بهبود کلی عملکرد شغلی منجر می‌شود. همچنین استفاده بهینه از رسانه‌ها، با کاهش تنش‌ها و ایجاد فضای کاری مثبت، به طور مستقیم یا غیرمستقیم در ارتقای رضایت شغلی نقش دارد. با این وجود، محدودیت‌هایی در پژوهش حاضر وجود داشت که باید در تفسیر نتایج مدنظر قرار گیرد. مهم‌ترین محدودیت‌ها شامل عدم کنترل شرایط پاسخگویی افراد به پرسشنامه‌ها است؛ عواملی همچون خستگی، بی‌دقتی، عجله یا حتی عدم صداقت می‌توانند به کاهش دقت داده‌ها منجر شوند. همچنین ماهیت پرسشنامه‌های بسته، فرصتی محدود برای بیان کامل دیدگاه‌های فردی فراهم می‌آورد و ممکن است پیچیدگی‌های روانشناختی و رفتاری را به‌درستی بازتاب ندهد. همچنین تعداد کم مدیران شرکت‌کننده، محدودیت دیگری است که می‌تواند بر قدرت تعمیم‌پذیری نتایج تأثیرگذار باشد، چرا که نقش مدیران در فرآیندهای توانمندسازی و رضایت شغلی بسیار حیاتی است و نمایندگی ناکافی آنان ممکن است بخش‌هایی از واقعیت سازمانی را پوشش ندهد. بر اساس یافته‌های این تحقیق، توصیه می‌شود مدیریت دانشگاه فرهنگیان با برنامه‌ریزی‌های دقیق و همکاری با نهادهای تخصصی، دوره‌های آموزشی و کارگاه‌های عملی در زمینه سواد رسانه‌ای را طراحی و اجرا نماید. این دوره‌ها باید تمام مولفه‌های سواد رسانه‌ای شامل شناخت ابزارها، تحلیل پیام‌ها و بهره‌مندی از کمک رسانه‌ای را پوشش داده و تفاوت‌های فردی در انگیزه و رغبت یادگیری را نیز مدنظر قرار دهند تا فرهنگ سازمانی در این حوزه تقویت شود. کاهش سلسله مراتب و حرکت به سوی ساختارهای سازمانی منعطف، افزایش حس استقلال و مشارکت کارکنان را به دنبال دارد که به نوبه خود موجب توانمندسازی آنان خواهد شد. علاوه بر این، برای ارتقاء رضایت شغلی، ایجاد فضای کاری مثبت، محیطی دوستانه و برگزاری جلسات هم‌اندیشی و کارگاه‌های مرتبط با مهارت‌های رسانه‌ای و مسائل فرهنگی و زیست‌محیطی، به همراه استفاده از خدمات روانشناسی و منابع انسانی، بسیار مؤثر است. برقراری تعامل مستمر میان کارکنان و مدیران، ترویج رفتارهای مسئولانه و اخلاقی در محیط کار و برگزاری گردهمایی‌ها و جشن‌های سازمانی نیز می‌تواند در تقویت روحیه جمعی و افزایش رضایت شغلی نقش مهمی ایفا کند. در نهایت، توصیه می‌شود پژوهش‌های آتی با نمونه‌های بزرگ‌تر و متنوع‌تر در دانشگاه‌ها و سازمان‌های مختلف انجام شود تا قابلیت تعمیم نتایج افزایش یابد. همچنین بررسی عوامل مؤثر بر ارتقای سواد رسانه‌ای و تأثیرات آن بر انسجام شغلی و یکپارچگی سازمانی می‌تواند زمینه‌ساز تحقیقات عمیق‌تر و کاربردی‌تر باشد که به طراحی سیاست‌ها و راهبردهای کارآمد در مدیریت منابع انسانی و بهبود شرایط کاری کمک خواهد کرد. این امر در نهایت به بهره‌وری بالاتر و رضایت بیشتر کارکنان منجر می‌شود و می‌تواند نقش مهمی در توسعه پایدار سازمان‌های آموزشی ایفا نماید.

منابع

- Austin, E. W., Austin, B. W., Willoughby, J. F., Amram, O., & Domgaard, S. (2021). How media literacy and science media literacy predicted the adoption of protective behaviors amidst the COVID-19 pandemic. *Journal of Health Communication*, 26(3), 239–252.
<https://doi.org/10.1080/10810730.2021.1881358>

- Baird, K., & Wang, H. (2010). Employee empowerment: Extent of adoption and influential factors. *Personnel Review*, 30(5), 574–599. <https://doi.org/10.1108/00483481011077370>
- Bahamani, L., & Boostani, D. (2015). Media literacy and consumerism (Case study: Women residing in Shiraz). *Journal of Social Development*, 10(1), 187–212. <https://doi.org/10.22055/qjsd.2015.11941>
- Culibrk, C., Delic, M., Mitrovic, S., & Culibrk, D. (2018). Job satisfaction, organizational commitment, and job involvement: The mediating role of job involvement. *Frontiers in Psychology*, 9, 120. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.00120>
- Daneshjoo News Agency. (2021). Silent faculty members. <https://snn.ir/003vbB>
- Esmaeili Ahendani, A., Shakibaei, Z., & Ashouri, H. (2023). Designing and explaining a structural empowerment model of human resources based on grounded theory. *Islamic Lifestyle with Health Focus*, 7(3), 121–136.
- Esmaeili, M. R., & Seyedzadeh, H. (2016). The effect of job satisfaction on performance with organizational loyalty as mediator. *Scientific-Research Quarterly of Management Studies (Improvement and Transformation)*, 25(83), 51–68.
- Farhang, S., & Panahifar, S. (2024). Investigating the effect of cognitive warfare training components on job satisfaction of military personnel. *Military Management Quarterly*, 24(94), 26–42. <https://doi.org/10.22034/iamu.2024.2018077.2991>
- Foong, L. M., Shariffudin, S. R., & Mislán, N. (2012). Pattern and relationship between multiple intelligences, personality traits and critical thinking skills among high achievers in Malaysia. In 3rd International Conference on e-Education, e-Business, e-Management and e-Learning (pp. XX-XX). IACSIT Press.
- Garavan, T. N. (2007). A strategic perspective on human resource development. *Advances in Developing Human Resources*, 9(1), 11–30. <https://doi.org/10.1177/1523422306294492>
- Gillern, S. V., Gleason, B., & Hutchison, A. (2022). Digital citizenship, media literacy, and the ACTS framework. *Teacher Librarian*, 49(1), 16–22. <https://ila.onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1002/trtr.2120>
- Liao, S. H., Fei, W., & Liu, C.-T. (2008). Relationships between knowledge inertia, organizational learning and organization innovation. *Technovation*, 28(4), 183–195. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2007.07.001>
- Meyri, A. R., Sabzikaran, E., & Rezaei, H. (2012). The relationship between organizational citizenship behavior and employee empowerment in Iran Khodro Parts Supply Company. *Quarterly Journal of Management Studies*, 61, 155–177.
- Maghsoudi, M., & Vahed, Z. (2018). Introducing a cognitive framework for designing and evaluating the effectiveness of social media literacy interventions. *Scientific Journal of Media*, 29(1), 5–27.
- Mosadeghi, M., Sharifi, S. M., & Nasrollahi, A. (2023). Educational model of empowerment and talent development in IRIB news media. *Research on Islamic Education Issues*, 31(58), 11–40.
- Ozaralli, N. (2015). Linking empowering leader to creativity: The moderating role of psychological (felt) empowerment. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 181, 366–376. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.04.932>

- Raboy, M., & Padovani, C. (2010). Mapping global media policy: Concepts, frameworks, methods. *Journal of Communication*, 60(6), 907–923. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2010.01512.x>
- Razaghi, M., Balouch, S., & Mohajeran, B. (2022). The role of knowledge management and digital literacy in job performance: The mediating role of organizational learning. *Information Management Science and Technology*, 8(1), 349–392. <https://doi.org/10.22091/stim.2020.5816.1423>
- Safi, M. H., Torkaman-Nejad, S. H., & Arshi, S. H. (2015). Job satisfaction and its influencing factors among Shomal health center of Tehran personnel in 2014. *Community Health*, 1(2), 144–151.
- Solhi, M., Irandoust, S. F., & Asivandzadeh, E. (2022). Job satisfaction and its influencing factors among employees of Iran University of Medical Sciences. *Razi Medical Sciences Journal*, 29(10), 68–77.
- Saidipour, B., & Mohammadipour, A. (2019). Investigating models and patterns of human resource empowerment in organizations. *Industrial Management and Engineering Quarterly*, 2(2), 41–55.
- Shahravi, M. R. (2022). Investigating and identifying the empowerment components of Tehran Municipality employees. *Afaq Human Sciences*, 67, 39–50.
- Shayan, A., Danayi, H., & Andami, M. (2017). The effect of social media usage on job performance of employees at Tarbiat Modares University. *Organizational Human Resource Management Studies*, 7(3), 135–155.
- Smith, A., Oczkowski, E., Noble, C., & Macklin, R. (2004). The impact of organizational change on the nature and extent of training in Australian enterprises. *International Journal of Training and Development*, 8(2), 94–110. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2419.2004.00197.x>
- Tasnim News Agency. (2017). How much is job satisfaction in Iran? <https://tn.ai/1599901>
- Tajri, T., Samiei Paqaleh, H., & Norouzi, F. (2023). Investigating the relationship between virtual education and job satisfaction of elementary school teachers considering the mediating role of teachers' media literacy in Azadshahr. *Quarterly Journal of Psychology and Educational Sciences*, 5(52), 395–407.
- Vidal, M. (2007). Lean production, worker empowerment, and job satisfaction: A qualitative analysis and critique. *Critical Sociology*, 33(1), 247–278. <https://doi.org/10.1163/156916307X169987>
- Zare Zadeh, F., Sharif Moghadam, H., Khosravi, F., & Salami, M. (2018). Social media literacy of librarians and users and its impact on improving services (Case study: National Library and Archives Organization of Iran). *Library and Information Studies*, 29(2), 133–150.