

مقاله پژوهشی
اصل
Original
Article

از سواد رسانه‌ای تا تحول نگرش: راهبردی عملی برای دانشجویان گام دوم انقلاب اسلامی

حسین مرادی مخلص^۱، محمدمهدی حاجیلویی محب^۲، امید مظفری^۳

چکیده

هدف: با توجه به گسترش فناوری‌های نوین و رسانه‌های اجتماعی و آغاز عصر هوشمند، تقویت حیطه نگرشی دانشجویان به عنوان نیروی انسانی متعهد و متخصص برای نقش‌آفرینی در تمدن‌سازی انقلاب اسلامی، امری ضروری و اجتناب‌ناپذیر به نظر می‌رسد. یکی از ابزارهای کاربردی برای تقویت حیطه نگرشی دانشجویانی در تراز انقلاب، کاربست صحیح از ظرفیت، ابعاد و مدل‌های سواد رسانه‌ای است. هدف پژوهش حاضر، بررسی و تبیین سواد رسانه‌ای به عنوان بستر و راهبرد عملی مناسب برای تحول و تعمیق حیطه نگرش (عاطفی) دانشجویان بر اساس بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی بود. **روش:** روش پژوهش از لحاظ هدف، کاربردی و از جنبه ماهیت داده، از نوع کیفی و به صورت تحلیل و بررسی متنی است. برای جمع‌آوری داده‌ها از روش اسنادکاوی استفاده شد. جامعه آماری پژوهش، شامل کتب، مقالات معتبر و اسناد علمی مرتبط با موضوع پژوهش است. نمونه‌گیری از طریق مقالات معتبر، اسناد علمی و کتب در دسترس انتخاب شده و به وسیله ابزار فیش‌برداری، داده‌ها گردآوری شدند. جمع‌آوری داده بر اساس مقالات مرتبط، با توجه به واژگان کلیدی، از پنج پایگاه داده خارجی و سه پایگاه داده داخلی استخراج و بهره‌برداری شد. تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده در این پژوهش، بر اساس چهار مرحله توصیف، تحلیل، استنتاج و تبیین صورت پذیرفت. **یافته‌ها:** کانون توجه دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی بر بحث آموزشی و علمی متمرکز بوده و توجه به سایر بخش‌ها از قبیل موضوعات ملی، سیاسی، اقتصادی و اجتماعی کمتر است. همین عامل موجب عدم تقویت یکسان حیطه‌های دانشی، عاطفی و روانی حرکتی شده است. بنابر این، تعمیق و تحول حیطه نگرش دانشجویان در اثرگذاری مناسب بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی در بستر سواد رسانه‌ای کاملاً مشهود بوده و یک ضرورت است. **نتیجه‌گیری:** آموزش سواد رسانه‌ای به عنوان بستری مناسب و راهبردی عملی

❖ تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۷/۰۵؛ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۱۰/۰۲

۱. دکترای تکنولوژی آموزشی؛ دانشیار گروه علوم تربیتی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه بوعلی سینا. همدان، ایران (نویسنده مسئول). moradimokhles@basu.ac.ir

۲. استادیار گروه معارف اسلامی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه بوعلی سینا. همدان، ایران. hajilouei@basu.ac.ir

۳. کارشناس ارشد تکنولوژی آموزشی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه بوعلی سینا. همدان، ایران. mozafariomid79@gmail.com

می‌تواند حیطه نگرشی دانشجویان را ارتقا داده و دانشجویانی مؤثر، برای تحقق گام دوم انقلاب در عصر هوشمند تربیت کند.

واژگان کلیدی: سواد رسانه‌ای، حیطه نگرشی، بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی.

الف) مقدمه

قرن ۲۱ به عنوان عصر دیجیتال و رسانه شناخته می‌شود و بدون شک نمی‌توان تأثیرگذاری آن را بر همه جنبه‌های زندگی افراد انکار کرد (رضائی، ۱۳۹۹؛ یزدیان، ۱۳۹۱). این تأثیرگذاری در بخش اعظم خود به صورت مستمر بر شیوه زندگی، کار و یادگیری مشاهده می‌شود (تیرنان^۱ و همکاران، ۲۰۲۳). از حدود ۵۰ سال پیش، مطالعه روی تأثیر رسانه‌ها بر انسانها و جوامع، بررسی و مشخص شد که یکی از تأثیرهای رسانه بر جوامع، در حوزه آموزش و یادگیری بوده و دانشجویان یکی از جوامع هدف و تأثیرپذیر می‌باشند (شوارتزنگر، ۲۰۲۰). با توجه به پیشرفتهای روزافزون فناوری در چند دهه اخیر، یکی از ضروری‌ترین اقدامات دانشگاهها و مؤسسات آموزشی، آموزش دانشجویان در راستای رویارویی با چالشهای زندگی متأثر از رسانه‌های جدید و آموزش سواد رسانه‌ای است. (کوپاینن، ۲۰۱۹)

سواد رسانه‌ای، مفهوم و عملی است که برای کمک به افراد به منظور آگاه شدن و توانمند شدن در جهانی که به شکل فزاینده‌ای با رسانه‌ها و پیامهای متنوع روبه‌روست، به کار گرفته می‌شود (جو^۴ و همکاران، ۲۰۲۴، فروتنی و بحرانی، ۱۴۰۳). انجمن ملی آموزش سواد رسانه‌ای بیان می‌دارد که سواد رسانه‌ای شامل «توانایی دسترسی، تجزیه و تحلیل، ارزیابی، ایجاد و عمل با استفاده از همه اشکال ارتباطی» می‌باشد و تأمین سواد رسانه‌ای را توانایی تعبیر و ایجاد مفاهیم شخصی از صداها و شاید هزاران نماد آوایی و دیداری که همه روزه از طریق منابع مختلف نظیر تلویزیون، اینترنت و موارد مشابه دریافت می‌کنیم، تعریف کرده است (انجمن ملی آموزش سواد رسانه‌ای، ۲۰۰۷). همچنین در پژوهشی، کانون و همکاران (۲۰۲۲) معتقدند افراد با سواد رسانه‌ای می‌بایست توانایی درک، ارزیابی و کار با وجوه مختلف رسانه را داشته باشند و به صورت مداوم به ارتقای آن اقدام کنند تا بتوانند میان دانسته‌های پیشین و جدید خود ارتباط برقرار سازند. در پژوهشی، سواد رسانه‌ای به عنوان «توانایی دسترسی، تجزیه و تحلیل و تولید اطلاعات» تعریف شده است که هدف اساسی آن، «استقلال انتقادی در رابطه با همه رسانه‌ها»

1. Tiernan
2. Schwarzenegger
3. Kupiainen
4. Cho
5. Namile

از سواد رسانه‌ای تا تحول نگرش: راهبردی عملی ... ۲۹

است؛ به گونه ای که آموزشهای لازم در این زمینه به خوبی داده شود تا بتوان به اهداف دست یافت. (آفدرهاید،^۱ ۱۹۹۳؛ تونج^۲ و همکاران، ۲۰۲۰)

زیل (۲۰۰۲) ضمن تعریف سواد رسانه‌ای، ابعاد گوناگون آن را بیان و اشاره می‌کند که سواد رسانه‌ای به عنوان مفهوم چندبعدی می‌تواند برای تحقق اهداف و آرمان متعالی در بین نیروی انسانی کارساز باشد. این ابعاد شامل بعد شناختی، بعد احساسی، بعد زیباشناختی و بعد اخلاقی می‌باشد. (ولی‌زاده و جعفری، ۱۳۹۸)

مقدس‌زاده و صفاهیه (۱۳۹۶)، سواد رسانه‌ای را عاملی مثبت و تقویت‌کننده به منظور تقویت اهداف ملی و حل آسیبهای شبکه‌های اجتماعی در جنبه‌های گوناگون اجتماعی، خانوادگی و فردی روانی می‌دانند. همچنین میری و بنی‌هاشم (۱۳۹۷) سواد رسانه‌ای را ضرورتی اجتناب‌ناپذیر به منظور تأثیرگذاری بر جوانان دانسته‌اند که لازمه آن، افزایش سواد در این زمینه برای رسیدن به اهداف مد نظر است.

سواد رسانه‌ای شامل شایستگی‌هایی است که برای تبدیل شدن به افرادی آگاه در رسانه ضروری است و این آگاهی سبب می‌شود تا در تجزیه و تحلیل محتوا و ارتباط آنها با یکدیگر، دچار مشکل نشوند (ابراهیم،^۳ ۲۰۱۷). همچنین امروزه سواد رسانه‌ای به عنوان پدیده ارزشمند و حیاتی عصر اطلاعات، می‌تواند سطح دانش و اطلاعات افراد و به خصوص دانشجویان را ارتقا داده، بینش و آگاهی لازم برای دستیابی به اهداف را به آنان عطا کند (نعمتی‌فر و همکاران، ۱۳۹۷)؛ چنان که فهم صحیح بیانیه گام دوم انقلاب و حرکت در راستای اهداف متعالی فردی و اجتماعی آن، در همین راستا قابل درک و تحلیل است. در پژوهشی، سواد رسانه‌ای به عنوان «پیوستگی در حال تکامل از دانش، نگرش و مهارت» توصیف شده که ممکن است در محیط‌های کلاس و فضای آموزشی، در همه سطوح شروع شده و در نهایت، به اوج خود برسد. به اوج رسیدن آن نشانه بهبود نگرش، دانش و مهارت در افراد به خصوص دانشجویان است. (های‌وود و سمبیانتس،^۴ ۲۰۲۳؛ پاتر،^۵ ۲۰۲۲)

محققان این مفهوم از سواد رسانه‌ای را گسترش داده‌اند که سواد رسانه‌ای نه تنها مهارتها، بلکه ساختارهای دانش را نیز در بر می‌گیرد. جایگاه شخصی افراد در این دیدگاه، مهارتها و ابزارهایی‌اند که با آن می‌توان پیامهای رسانه‌ای را معنا کرد (پاتر، ۲۰۱۹؛ وان‌باول^۶ و همکاران، ۲۰۲۱).

-
1. Aufderheide
 2. Twenge
 3. Ibrahim
 4. Haywood & Sembiant
 5. Potter
 6. Van Bavel

نظم دادن به مهارت‌های سطوح تفکر، به ویژه تفکر سطوح بالاتر، مانند توانایی تجزیه و تحلیل، ارزیابی و ایجاد پیام‌های رسانه‌ای، یک نقطه کانونی در آموزش سواد رسانه‌ای بوده و این نقطه کانونی، در سطوح مختلفی قرار دارد (اسکندر، ۲۰۲۱). بلوم و همکاران^۱ (۱۹۵۶) سطوح تفکر مرتبه بالاتر را در طبقه‌بندی اهداف آموزشی خود بسیار مهم تلقی کرده و اشاره می‌کنند که برای رسیدن به تفکر مرتبه بالاتر، می‌بایست به وسیله بسترهای سواد رسانه‌ای و آموزشهای گوناگون، سه حیطه دانش، مهارت و نگرش را تقویت کرد (کفایی، ۲۰۱۹). آنچه امروزه برای ارائه، انتقال و تثبیت محتوا به افراد و یادگیرندگان، به ویژه دانشجویان اهمیت دارد، حیطه نگرشی و به بیان دیگر، عاطفی می‌باشد. در این بین، حیطه نگرشی در طبقه‌بندی بلوم بیشترین میزان تأثیر را دارد. این طبقه‌بندی در سال ۱۹۵۶ توسط بلوم و همکاران برای کمک به معلمان، پژوهشگران و برنامه‌ریزان درسی برای درک بهتر و فهم دقیق‌تر در راستای برنامه‌های تدوین شده و دستیابی به اهداف آموزشی ایجاد شده است (ایوانوویچ، ۲۰۱۴؛ شه^۲ و همکاران، ۲۰۲۴). پژوهشگران و محققان پیچیدگی موجود در تفکر مرتبه بالاتر را تصدیق می‌کنند و بیان می‌دارند که اگر یادگیرندگان از حیطه دانشی به سمت حیطه نگرشی حرکت کنند، می‌توانند در درک مفاهیم و دانشهای جدید و دشوار به موفقیت دست یافته و از این موفقیت در حل چالش‌ها و مشکلات خود استفاده کنند. (شیلدر، ۲۰۱۴)

لوئیس و اسمیت (۱۹۹۳) معتقدند که تفکر مرتبه بالاتر زمانی اتفاق می‌افتد که فرد چیز جدیدی را انتخاب کند و اطلاعات ذخیره شده در حافظه را پردازش کرده، با استفاده از فراگیری حیطه‌های گوناگون، از قبیل حیطه نگرشی (عاطفی) به یک هدف یا یافتن پاسخهای احتمالی، آن را گسترش دهد (سابل، ۲۰۲۳). این جمله بدین معناست که حیطه نگرشی نیازمند این است که سازمانها و مؤسسات آموزشی، از قبیل دانشگاهها و مدارس، از سنین پایین‌تر که شامل مقطع ابتدایی و پیش دبستانی می‌شود، هدفگذاری کلان خود را بر این مبنا قرار دهند تا یادگیرندگان در هر مقطعی که وارد می‌شوند، سطحی ارتقا یافته و پیشرفته‌تر را تجربه کنند و مشکلات و چالشهای این حوزه نیز کاهش یابد. (آلوارز هویا، ۲۰۲۳)

حوزه‌های عاطفی بر نگرشها و ارزشهایی تمرکز دارند که می‌توانند به اساتید و مؤسسات آموزشی کمک کنند تا با به کارگیری تأثیر عاطفه از طریق ترکیب حوزه‌های عاطفی و

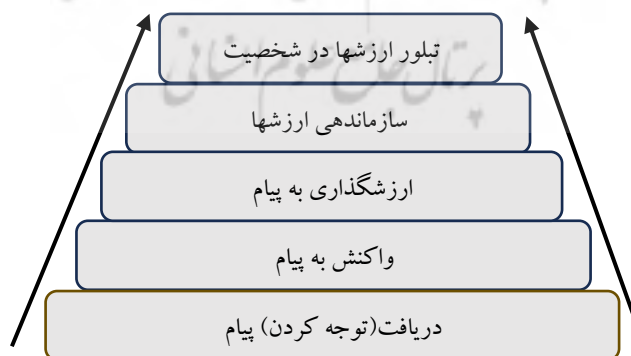
1. Iskandar
2. Bloom, Engelhart, Forrest, Hill & Krathwohl
3. Shah
4. Schilder
5. Sable
6. Alvarez-Hevia

شناختی بلوم، به دانش‌آموزان و دانشجویان مدد رسانند تا فرایند شناختی و دانشی از قبیل آموزش مفاهیم اساسی و ملّی را با موفقیت بیشتر هدایت کنند. از آنجا که حوزه‌های شناختی بلوم در حال حاضر به شکلی گسترده و مؤثر استفاده می‌شوند، زمان آن رسیده که مربیان، اساتید و مؤسسات آموزشی از حوزه‌های عاطفی در ارتباط با حوزه‌های شناختی، همان‌گونه که در ابتدا مدّ نظر بود، استفاده کنند تا بتوانند مفاهیم و اهداف مدّ نظر خود را به آسانی و به راحتی آموزش دهند. (نلسون^۱ و همکاران، ۲۰۲۰)

به صورت تکمیلی می‌توان گفت که حیطه نگرشی (عاطفی) بلوم شامل پنج سطح ذیل است:

- دریافت؛ به آگاه و هوشیار بودن دانشجو در جریان دریافت پیام یک رسانه اشاره دارد.
- واکنش؛ هنگامی دانشجو نسبت به دریافت یک پیام از هر نوع رسانه‌ای، واکنش نشان می‌دهد.
- ارزشگذاری؛ زمانی که دانشجو به پیام دریافتی از رسانه تعهد پیدا می‌کند.
- سازماندهی؛ هنگامی که دانشجو به صورت درونی، به سازمان دادن ارزشهایی که در پیام دریافت کرده است، اقدام می‌کند.
- تبلور شخصیت؛ هنگامی که دانشجو در درون نظام ارزشی خود عمل می‌کند و ارزشها در شخصیت او نهادینه شده است. (فرانی، ۲۰۲۲)

در شکل ۱ به طبقه‌بندی حیطه نگرشی بلوم در دریافت پیام از طریق رسانه اشاره شده است که نیازمند دستیابی به همه سطوح از قبیل سطوح بالاتر این حیطه جهت تحقق اهداف است.



شکل ۱: طبقه‌بندی حیطه نگرشی بلوم در دریافت پیام از طریق رسانه

دانشجویان جزء جوانان و آینده‌سازان هر کشوری محسوب شده و برآمده از نسل‌های قبلی خود می‌باشند. بنابر این، ضمن فراگیری اصول پیشینیان خود، نیازمند فراگیری اصول و مفاهیم اساسی کشور خود، نظیر بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی در قالب‌هایی نظیر سواد رسانه‌ای و آموزشهای مرتبط با آن می‌باشند (طالبی و موسوی‌زاده، ۱۴۰۳). مطابق شکل ۱ و ساختار حیطه نگرشی بلوم، می‌توان گفت که سازماندهی ارزشها در هر جامعه‌ای می‌تواند به تعمیق و تحول دانسته‌های جوانان آن جامعه کمک کند و آن را ارتقا دهد (حسین، ۲۰۲۲)؛ زیرا یکی از ارزشمندترین محورهای تحقق بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی، به عنوان منشور برای دومین مرحله خودسازی، جامعه‌پردازی و تمدن‌سازی، جوانان با نگرشهای متعالی است. (جداوی و شیروانی، ۱۳۹۹)

بیانیه گام دوم انقلاب، در ۲۲ بهمن سال ۱۳۹۷ از جانب رهبر معظم انقلاب اسلامی، حضرت آیت‌الله خامنه‌ای صادر شد که در آن دستاوردهای ارزشمند چهل ساله، خط مشی‌های کلان حاکمیت و دولت و توصیه‌های راهبردی، تبیین شده است (دارابی، ۱۴۰۰). علاوه بر این، بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی به عنوان سند راهبردی نیز شناخته می‌شود و اسناد راهبردی سبب خودارزیابی و خودمدیریتی می‌شوند. بنابر این، اهمیت این سند در سطح کلان مطرح شده و جامعه هدف و مخاطب آن، قشر جوان و به ویژه دانشجویان و آینده‌سازان است (میرباقری، ۱۳۹۸؛ هاشجین و نیکونهاد، ۱۳۹۹)؛ بدین دلیل که قشر جوان، پیشران حرکت‌های فکری و راهبری کشور می‌باشند. همچنین این بیانیه با اتخاذ تدابیر و اقدامات لازم، فرصت دست یافتن به اهداف تعیین شده را به افراد و سازمانها می‌دهد؛ به گونه‌ای که هرگونه تغییر در نگرش و ساختار، لازمه توجه و لحاظ کردن بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی است (نادری و پیرانی، ۱۴۰۰). همان‌گونه که در سراسر این بیانیه نیز کاملاً مشهود است، مخاطب هدف، جوانان جامعه و آینده‌سازان می‌باشند؛ زیرا هرگونه پویایی و حرکت از سوی نیروی جوان جامعه امکان‌پذیر است که به نوعی موتور پیشران هر کشوری محسوب می‌شوند و این بیانیه با انعطاف‌پذیری بالایی که دارد، می‌تواند در هر بستری ارائه شود. (گرچی، ۱۴۰۰)

بیانیه گام دوم انقلاب، منشأ این حقیقت است که رهبر معظم انقلاب به ابعاد فرهنگی و نگرشهای گوناگون کاملاً پایبند بوده و با بهره‌گیری از اصول و قواعد در تمام ابعاد، در صدد دفع تسلط بیگانگان در ابعاد نگرشی، فرهنگی، علم و دانش و سبک زندگی بوده‌اند. این

حساسیت نشان‌دهنده اهمیت این بیانیه و توجه ویژه بر بسترهای موجود برای نهادینه کردن آن در بین عموم جامعه، از جمله جوانان است (رضایی، ۱۴۰۳). از آنجا که این بیانیه نگاه به گذشته و آینده را به خوبی توصیف کرده است، می‌بایست متناسب با پیشرفتهای گوناگون جامعه و جهان، به عنوان چراغ راه و هدف تلقی شود. همچنین هنگامی که جامعه‌ای دارای رهبری حکیم و فرزانه، با تسلط و دیدگاهی چنین با عظمت است، تنها وظیفه سازمانها و مؤسسات آموزشی، پیاده‌سازی و شفاف‌سازی و نهادینه کردن دیدگاههای ایشان در جامعه هدف، به عنوان ارزش و نگرش می‌باشند. (یوسفی زارمی و طوسی، ۱۴۰۰)

بر این اساس، پژوهشهای انجام شده نشان می‌دهد که سواد رسانه‌ای برای بهبود نگرش و درک مخاطبان در راستای انتقال پیام از رسانه، مؤثر بوده است (جایچاندان، ۲۰۱۸). روشندل اربطانی در پژوهش خود بیان می‌کند که سواد رسانه به شدت می‌تواند فضاهای گوناگون جامعه از قبیل سیاست و آموزش را تحت تأثیر قرار دهد و به راحتی بر نگرش و دیدگاه افراد از قبیل دانشجویان تأثیر بگذارد. حیطه نگرشی می‌تواند در نهادینه‌سازی محتوا و مطالب آموزشی ملی در دانشجویان با انتخاب بستر آموزشی مناسب سبب تثبیت دیدگاههای ارزشمند و بهبود نگرش شود. آموزش ارزشها و اسناد ملی هر کشور از اهمیت بالایی برخوردار است؛ بنابر این، با توجه به جنگ نرمی که در جریان است، رسانه‌ها مهم‌ترین بستر برای ارائه این ارزشها و محرک اصلی برای دستیابی به اهداف اند (ترابی، ۱۳۹۹؛ جعفری، ۱۴۰۳). برنامه‌ریزی و اجرای برنامه‌هایی از قبیل معرفی راهبردها و بیانیه‌ها برای نشان دادن نقشه راه به آینده‌سازان بر اساس طبقه‌بندی بلوم می‌تواند تعالی نگرش جوانان را عملی سازد (امامزاده فرد، ۱۳۹۲). سواد رسانه‌ای در ابتدا می‌بایست به انتخاب بستری مناسب اقدام کند که پایه‌گذاری هدفمندی صورت گرفته و سپس فرصتی را برای دانش، مهارت و نگرش لازم در دانشجویان ایجاد کند و در ادامه به پرورش اقدام کند تا بتواند مفاهیم مد نظر اجتماعی، سیاسی، آموزشی و ملی را در ذهن تثبیت کند (هملیس، ۲۰۲۲). ضرورت آموزش مطالب و بیانیه‌های ملی در بستر سواد رسانه‌ای به افراد جوامع، به ویژه دانشجویان، بیشترین میزان تأثیرگذاری را دارد و برنامه‌ریزی‌ها می‌بایست در راستای بهره‌مندی از تمامی حیطه‌های یادگیری، از جمله نگرشی باشد. (مارویک، ۲۰۱۷)

رکابیان و پورحسن (۱۳۹۹) در پژوهش خود اشاره می‌کنند که با توجه به بیانیه گام دوم انقلاب، جوان‌گرایی بسیار مهم است و توجه به دانشجویان و قشر جوان می‌تواند نگرش آنان

را نسبت به بیانیه و اصول مهم آن تغییر دهد و سرمایه گذاری روی آن، کلید پیاده سازی این بیانیه است. در پژوهشی اشاره می شود که اگر سواد رسانه ای، اصول و مفاهیم اساسی کشور نظیر بیانیه گام دوم انقلاب را به خوبی ارائه دهد؛ ضمن بهبود نگرش دانشجویان نسبت به اهمیت این بیانیه، مدیران جهادی و انقلابی ای تربیت خواهند شد که مجهز و آماده مقابله با دشمن و چالشهای پیش رو می باشند (خجیر، ۱۴۰۲). نیازی و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهش خود اشاره می کنند که دید بستر مناسب بودن سواد رسانه ای می تواند آگاهی یادگیرندگان برای فراگیری محتوای مهم و حیاتی جامعه و نهادهای آن را ارتقا دهد. اما آنچه اهمیت بالایی دارد، غافل بودن سازمانها و مؤسسات از تجهیز کردن خود به این امر است.

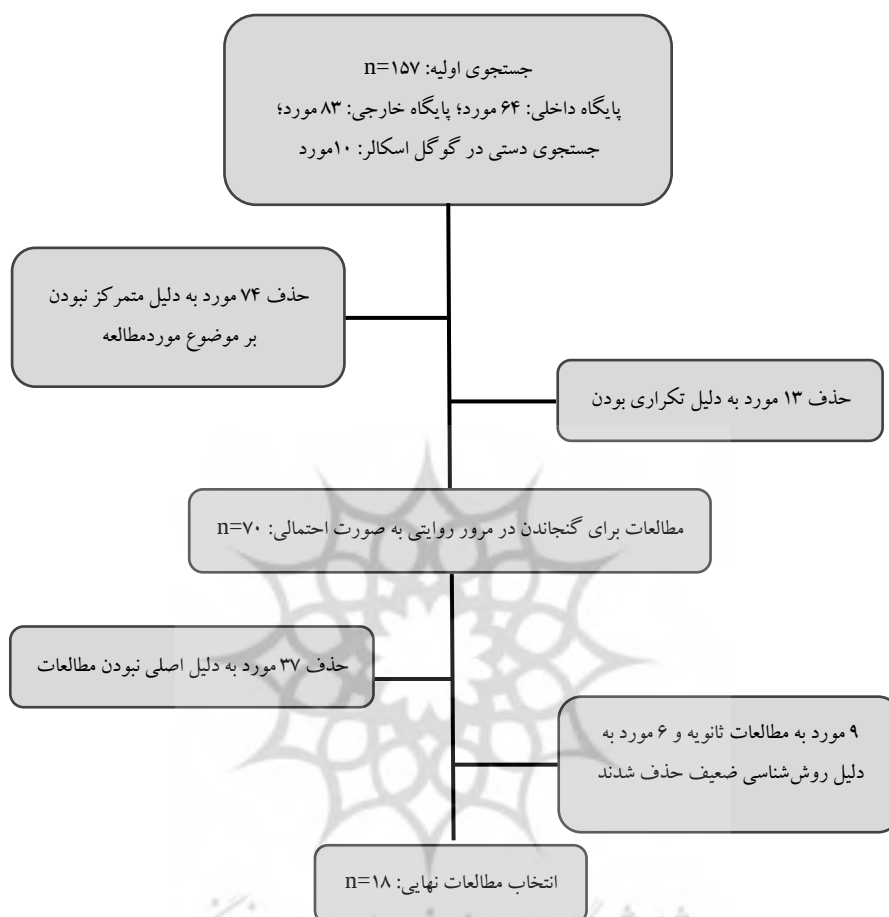
بنابر این، با توجه به چالشها و تهدیدهای رسانه های اجتماعی در عصر هوشمند و شکل گیری جنگهای ترکیبی و شناختی، لزوم بررسی و پرداختن به مؤلفه نگرش جوانان در تراز جامعه پردازی و تمدن سازی در فضای حساس دانشگاهها احساس می شود. لذا با توجه به اهمیت مباحث نقش سواد رسانه ای در شکل گیری و تبلور ارزشها در نگرش جوانان دانشجو و همچنین پرداختن پژوهشگران به دو مؤلفه حیاتی «سواد رسانه» و «نگرش جوانان» در تحقق سند راهبردی بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی، پژوهش حاضر انجام شد. در نتیجه، این مطالعه با هدف تبیین جایگاه سواد رسانه ای به منظور تعمیق حیطه نگرشی دانشجویان در گام دوم انقلاب اسلامی صورت پذیرفت.

(ب) روش شناسی

پژوهش حاضر از لحاظ هدف، کاربردی و از لحاظ ماهیت داده، از نوع کیفی و به صورت تحلیل و بررسی متنی است. برای جمع آوری داده ها، از روش اسناد کاوی استفاده شد. جامعه آماری پژوهش، شامل کتب، مقالات معتبر و اسناد علمی مرتبط با موضوع پژوهش است. روش نمونه گیری به صورت مقالات معتبر، اسناد علمی و کتب در دسترس انتخاب شده و با ابزار فیش برداری، داده ها گردآوری شدند. جمع آوری داده بر اساس مقالات مرتبط و با توجه به واژگان کلیدی، از پنج پایگاه داده خارجی «ویلی، اسکوپوس، اسپرینگر، پاب.مد و وب آف ساینس»^۱ و همچنین سه پایگاه داده داخلی «اس.آی.دی، مگیران و نورمگز»^۲ استخراج و بهره برداری شد.

1. Wiley, Scopus, Springer, PubMed, Web of Science
2. SID, Magiran, Noormags

تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری‌شده در این پژوهش بر اساس چهار مرحله توصیف، تحلیل، استنتاج و تبیین انجام شد. در این روش، مفاهیم به هدف دستیابی به عناصر معنایی یک مفهوم، روابط میان این عناصر و روابط میان کل یک مفهوم با سایر مفاهیم مرتبط با آن، تحلیل می‌شوند (لطیفی، پارسا و داوودی، ۱۳۹۲). از آنجا که دو مفهوم سواد رسانه‌ای، حیطه نگرشی و بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی، مبنای پژوهش حاضر را شکل می‌دهد؛ به بررسی این سه مفهوم پرداخته شده، در نهایت به صورت تحلیل متنی تشریح می‌شود. جمع‌آوری داده به شیوهٔ مروری^۱ است که در مردادماه ۱۴۰۳ انجام و در مهرماه ۱۴۰۳ به‌روزرسانی شد. متناسب با کلیدواژه‌های پژوهش، شامل سواد رسانه‌ای، حیطه نگرشی و گام دوم انقلاب اسلامی، جستجو در هشت پایگاه داخلی و خارجی (ویلی، اسکوپوس، اسپرینگر، پاب.مد، وب آف ساینس، اس.آی.دی، نورمگز و مگیران) انجام شد و کلمات کلیدی با عملگرهای بولین جستجو شدند. همچنین به منظور تکمیل عملیات جستجو و انتخاب سایر مقالات مرتبط، جستجوی وب از طریق گوگل اسکولار^۲ نیز انجام شد. پس از انجام جستجو تمامی اسناد و پژوهشهای به‌دست‌آمده در فایل خروجی، ذخیره شده و در نرم‌افزار اند-نت^۳ وارد شدند و بر اساس عنوان، چکیده و سایر بخشهای پژوهش غربالگری انجام گرفت. در این مرحله، انتخاب مقالات علاوه بر مرتبط بودن بر اساس چک‌لیست ۱۰ مرحله‌ای بتن تجزیه و تحلیل شدند. در ادامه مطابق شکل ۲، مقالات مرتبط، انتخاب و سایر مقالات غیر مرتبط حذف شدند تا فرایند تجزیه و تحلیل کیفی-توصیفی داده‌ها تکمیل شود و تعداد کل مقالات گنجانده شده در پژوهش به ۱۸ عدد رسید. در نهایت، همهٔ مقالات بررسی شده به صورت تحلیل متنی تشریح شد و یافته‌های حاصل تبیین شد.



شکل ۲: فلوچارت بررسی مقالات؛ شامل جستجو در پایگاه‌های داده، ثبت و سایر منابع

ج) یافته‌ها

یافته‌های بررسی جایگاه سواد رسانه‌ای به منظور تعمیق حیطه نگرشی دانشجویان، نشان داد که میزان توجه به اهمیت سواد رسانه‌ای در راستای تقویت و بهبود حیطه نگرشی در برخی از کشورهای دنیا نظیر ژاپن و کانادا بیشتر است (انتخابی، ۱۳۸۷). با ظهور و فراگیری پاندمی کرونا، توجه پژوهشگران به بررسی دقیق‌تر و تبیین جایگاه سواد رسانه‌ای در سراسر جهان افزایش پیدا کرد و طی چند سال، آمار پژوهش‌های این حوزه، به ویژه پژوهش‌های داخلی

افزایش یافت (بحرالعلومی و همکاران، ۱۴۰۱؛ مرنندی حیدرلو و رضایی، ۱۴۰۲). بررسی مطالعات و پژوهش‌های داخلی نشان می‌دهد که توجه به سواد رسانه‌ای، اولویت اصلی دانشگاهها و مراکز آموزشی نبوده و برنامه‌ای جامع و کامل برای نهادینه‌سازی آن تدارک دیده نشده است. از علل اصلی عدم تمرکز بر سواد رسانه‌ای می‌توان به تحصیلات، عادت رسانه‌ای و استفاده رسانه‌ای دانشجویان اشاره کرد که راه حل آن، تمرکز بر مفاهیم اصلی و ملی و همچنین حیطه‌های یادگیری در راستای عمق بخشیدن به آن است (چالشگر کردآسیابی و اشکور کیایی، ۱۴۰۰). پژوهشها تأکید می‌کنند که ضمن بهره‌گیری از تفسیر بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی، برای عمق بخشیدن به نگرش، می‌توان مؤلفه‌های این بیانیه را مد نظر قرار داد و هر کدام از عوامل را به گونه‌ای ارائه کرد تا جامعه هدف به خوبی بتواند بین آنها ارتباط برقرار کرده و به نوعی آن را تثبیت کند (جعفری، ۱۴۰۳). پرویز و همکاران (۱۴۰۲) در پژوهش خود بیان می‌کنند یکی از راههای افزایش مهارت‌های ارتباطی و بهبود نگرش دانشجویان، استفاده از سواد رسانه‌ای است؛ به گونه‌ای که در طراحی آموزشی برنامه درسی، از ارزشها و مفاهیم ملی استفاده شود. سوقی (۱۴۰۲) و دوین و همکاران (۱۴۰۲) به اهمیت سواد رسانه‌ای در افزایش و تعمیق حیطه‌های نگرشی و کیفیت تجارب یادگیری دانشجویان اشاره کرده و عنوان می‌کنند که برای تأثیرگذاری و آموزش مفاهیمی نظیر تاریخ، سیاست و ارزشهای ملی، تمرکز بر بهبود سواد رسانه‌ای بسیار اهمیت دارد. بر اساس بررسی مطالعات موجود داخلی و خارجی، دانشجویان برای دستیابی به سواد رسانه‌ای در سطوح بالا نیاز به تقویت مهارت‌های نگرشی و عاطفی دارند. توجه به حیطه‌های دانشی و شناختی در سواد رسانه‌ای بالا بوده و از حیطه نگرشی و روانی به نوعی غفلت شده است. مطالعات خارجی روند مطلوبی در احیای این حیطه در سواد رسانه‌ای داشته‌اند؛ اما مطالعات داخلی همچنان حرکتی کند را می‌پیمایند. دانشجویان به عنوان قشر جوان و آینده‌ساز، نیازمند تجهیز به هر سه حیطه به صورت مطلوب بوده تا بتوانند سواد رسانه‌ای را در راستای فراگیری ارزشهای ملی (به ویژه بیانیه گام دوم انقلاب و موارد نظیر آن) به کار گیرند (قجری و همکاران، ۱۴۰۲؛ طبرسا و همکاران، ۱۴۰۰؛ اوسقال، ۲۰۲۳). این مطالعات راهکارهای بهبود حیطه نگرشی دانشجویان را در راستای تعمیق حیطه نگرشی دانشجویان بر پایه سواد رسانه‌ای، تخصیص منابع و پشتیبانی مالی، تنظیم سند راهبردی، توجه و تمرکز مؤسسات آموزشی و مراکز علمی، افزایش پژوهشهای بیشتر، تزریق آن به اصول عامه مردم و جامعه و به ویژه خانواده‌ها، تبیین درست این اصول و مباحث (از قبیل بیانیه گام دوم انقلاب)

و بهره‌گیری از رسانه ملی می‌دانند (لی و همکاران، ۲۰۲۰؛ نوراله‌زاده و اکبری، ۱۴۰۲؛ مرندی حیدرلو و رضایی، ۱۴۰۲؛ یوسفی و همکاران، ۱۴۰۲). بر اساس تجزیه و تحلیل انجام‌شده، این مقالات نشان دادند که سواد رسانه‌ای می‌تواند به عنوان بستری مناسب، حیطه نگرشی دانشجویان و مباحث بیانیه گام دوم انقلاب را عمق ببخشند.

د) بحث و نتیجه‌گیری

سواد رسانه‌ای به عنوان بستری برای یادگیری و حل چالشهای پیش روی یادگیرندگان در عصر جدید، می‌تواند با نوعی طراحی و نظم خاص مبتنی بر طبقه‌بندی بلوم پیش برود (تولی^۱ و همکاران، ۲۰۲۰). اما چالشهایی که همچنان در این حوزه مشاهده می‌شوند، شامل عدم توجه کافی به همه حیطه‌های طبقه‌بندی بلوم، نبود ساختار مناسب آموزشی به منظور ارتقای سواد رسانه‌ای دانشجویان و یادگیرندگان و پرهزینه دانستن اجرای برنامه‌ها بر اساس بسترهای جدید است (قبریان، ۲۰۱۷). طی سالهای اخیر، توجه به بیانیه گام دوم انقلاب فراوان بوده، اما معرفی و پیاده‌سازی آن دارای ضعف است؛ چنان‌که با وجود معرفی، همچنان بسیاری از دانشجویان از جزییات آن اطلاعی ندارند (قربانی، ۲۰۱۸). از جمله عواملی که می‌تواند حیطه نگرشی دانشجویان را نسبت به بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی عمق ببخشد، تفسیر صحیح و راه‌های ارائه این محتوا به جامعه هدف است (یوسفی و همکاران، ۱۴۰۰). آنچه اکنون مهم است، صرفاً بهره‌گیری از سواد رسانه‌ای به عنوان یک بستر و حوزه‌سازی نیست، بلکه می‌بایست در زمینه‌های برنامه‌ریزی و طراحی ورود پیدا کرد و مراحل اولیه، نظیر تحلیل و تفسیر را به دقت انجام داد (یعقوبی و آمره، ۱۴۰۳). همچنین می‌توان گفت که نمود واقعی و اجرای بیانیه گام دوم انقلاب و ارائه آن در بستر سواد رسانه‌ای، می‌تواند حیطه نگرشی را در دانشجویان و جامعه هدف متحول کرده و ضمن تغییر توجه، حرکت به سمت بیانیه گام دوم انقلاب را نیز تغییر دهد. در همین راستا، طراحی سندی جامع توسط سازمانها و مؤسسات آموزشی می‌تواند به عنوان چراغ راهی در این زمینه عمل کند. (فیضی، ۱۴۰۲)

بنابر این، این مطالعه یک نمای کلی از وضعیت فعلی تحقیقات و پژوهشها در زمینه به کارگیری سواد رسانه‌ای به عنوان بستری به منظور تعمیق و تحول حیطه نگرشی دانشجویان در بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی ارائه می‌کند. با توجه به مقالات، اسناد، کتب معتبر و همچنین منابع موجود، پرداختن به بیانیه گام دوم انقلاب در دانشگاهها و مؤسسات آموزش

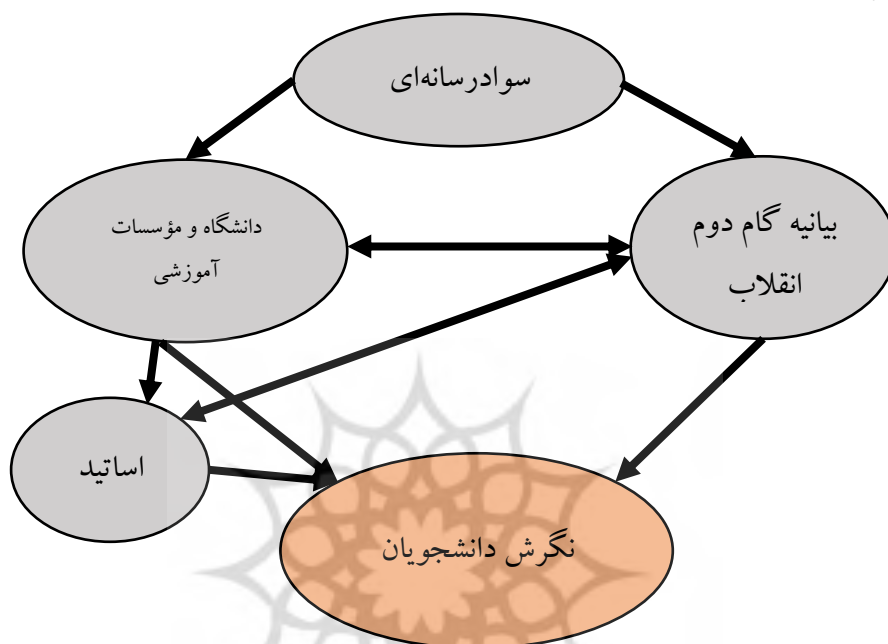
1. Tully

عالی و تبیین آن برای دانشجویان، به عنوان آینده‌سازان کشور، امری ضروری است. همچنین استفاده از رسانه و افزایش سواد عمومی دانشجویان در راستای تحقق اهداف مدّ نظر لازم است. با توجه به اینکه نظام آموزشی کشور به صورت متمرکز اداره می‌شود، تحقق این مهم بسیار آسان‌تر از سیستم غیر متمرکز است.

یافته‌ها نشان می‌دهد که کانون توجه دانشگاهها و مؤسسات آموزش عالی بر بحث آموزشی و علمی متمرکز بوده و توجه به سایر بخشها، از قبیل موضوعات ملی، سیاسی، اقتصادی و اجتماعی، کمتر است و حتی گاهی مورد غفلت و بی‌توجهی قرار گرفته است. تحول و تعمیق حیطه نگرشی دانشجویان در اثرگذاری بیشتر بیانیه گام دوم انقلاب، مثبت و روبه رشد است؛ اما پژوهشها در این زمینه و موضوع، نوظهور است و روند تصاعدی دارند. انتظار می‌رود ضمن حفظ روند رو به رشد، میزان توجه دانشگاهها و مؤسسات آموزشی نسبت به معرفی و به کارگیری بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی با استفاده از سواد رسانه‌ای افزایش یافته، برنامه درسی و سایر برنامه‌ریزی‌ها و تخصیص هزینه‌ها بر این محور قرار گیرد. جوانان و به ویژه دانشجویان، به عنوان پیشران حرکت فکری و راهبری جامعه، نیازمند فراگیری اصول و مفاهیم اساسی کشور خود، مانند بیانیه گام دوم انقلاب‌اند. این موضوع، فرصت مناسبی را برای تعالی دانش، مهارت و نگرش دانشجویان و تربیت مدیران جهادی و انقلابی ایجاد خواهد کرد. چنان‌که نتیجه این فرایند، تثبیت مفاهیم اصیل دینی، ملی، اجتماعی، سیاسی و آموزشی است. پیداست که آموزش سواد رسانه‌ای، بستری مناسب و راهبردی عملی برای ارتقای حوزه نگرشی دانشجویان بوده و گامی در راستای تربیت دانشجوی تراز بر پایه بیانیه گام دوم انقلاب است که در نهایت به خودسازی، جامعه‌پردازی و تمدن‌سازی خواهد انجامید.

همان‌طور که اشاره شد، بسترهای عصر هوشمند از قبیل سواد رسانه‌ای، می‌بایست به عنوان فرصت بالقوه‌ای شناخته شوند که اهداف متعالی از قبیل بیانیه و چشم‌انداز گام دوم انقلاب در آنها به عنوان اصل و راهنمای حرکت تلقی شوند و صرفاً ارائه محتوای ساده و غیر مهندسی شده نمی‌تواند آموزش کافی برای بهره‌مندی از آن ارائه کند. بنابر این، پژوهشگران و صاحب‌نظران عرصه آموزش در دانشگاهها و حتی حوزه تعلیم و تربیت، برای تربیت نیروی انسانی متعهد و پیشگام در تحقق اهداف مدّ نظر خود نیاز دارند تا بیانیه گام دوم انقلاب را به گونه‌ای برنامه‌ریزی کنند که علاوه بر تقویت حیطه نگرشی، ارزشها و اهداف در ذهن نسل جوان از قبیل دانشجویان متعالی شود. در پایان پیشنهاد می‌شود برای

معرفی هر چه بهتر بیانیه گام دوم انقلاب، بر اساس مدل ذیل در بستر سواد رسانه‌ای عمل شود.



شکل ۳: مدل انتقال سواد رسانه‌ای

بر اساس شکل ۳، که مدل انتقال سواد رسانه‌ای نام دارد،^۱ ابتدا تعامل بین دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزشی و اساتید به منظور معرفی بیانیه گام دوم انقلاب برقرار می‌شود. پس از معرفی بیانیه گام دوم انقلاب به اساتید و کارکنان، برنامه‌ریزی بر مبنای حیطه نگرشی علوم صورت می‌گیرد. سپس برای بهبود درک و تأثیرگذاری در جامعه هدف که دانشجویان می‌باشند، محتوا در قالب‌های گوناگون تولید محتوا نظیر فیلم و سخنرانی آماده شده و توسط دانشگاه و اساتید معرفی می‌شود. بر اساس مدل انتقال، انتظار می‌رود میزان تأثیر و تثبیت در دانشجویان دو چندان شده و روند دستیابی به اهداف مد نظر بسیار سریع‌تر و قوی‌تر تحقق پیدا کند.

در این راستا می‌توان به کارگیری مدل انتقال سواد رسانه‌ای موجود در این پژوهش را به منظور بهبود وضعیت سواد رسانه‌ای بر اساس بیانیه گام دوم انقلاب در دانشگاه‌ها و مؤسسات

۱. برگرفته از چند مقاله گنجانده شده در مرور روایتی؛ نظیر «رویکردی نظری به سواد رسانه‌ای» (سپاسگر، ۱۳۸۴)؛ «رابطه سواد ۱ رسانه‌ای با میزان پذیرش شایعات در بین مخاطبان شبکه‌های اجتماعی» (تقی‌پور و همکاران، ۱۴۰۰).

از سواد رسانه‌ای تا تحول نگرش: راهبردی عملی ... ♦ ۴۱

آموزشی؛ همچنین توجه هرچه بیشتر دانشگاهها و مؤسسات آموزشی به بیانیه گام دوم انقلاب، توسعه تحقیقات مرتبط با این حوزه توسط پژوهشگران و برنامه‌ریزی و تدوین چارچوب و سرفصلهای آموزشی براساس حیطه نگرشی بیانیه گام دوم انقلاب در بستر سواد رسانه‌ای، به عنوان پیشنهادهای پژوهشی ارائه کرد.

پژوهشهای انجام‌شده نه چندان زیاد در رابطه با حیطه نگرشی بیانیه گام دوم انقلاب در بستر سواد رسانه‌ای و به عبارت دیگر، کمبود داده در این زمینه، محدودیت پژوهش حاضر بود.



منابع

- امامزاده فرد، پرویز (۱۳۹۲). «بررسی جایگاه قدرت نرم در سیاست: از دوران باستان تا زمان معاصر». *مطالعات سیاسی*، ۷(۲): ۱۶۰-۱۴۳.
- بحر العلومی طباطبائی، فائزه السادات؛ راضیه فرشید و نصرت ریاحی‌نیا (۱۴۰۱). «مقایسه تحلیل مفاهیم سواد رسانه‌ای و سواد رایانه‌ای در پایگاه وب آو ساینس». *مطالعات رسانه‌های نوین*، ۸(۳۰): ۳۷-۶۵.
- پرویز، سلطان؛ علی اصغر بیانی، حسین فکوری و حسن صائمی (۱۴۰۲). «نقش طراحی الگوی برنامه درسی آموزش سواد رسانه‌ای در ارتقای مهارت‌های ارتباطی دانشجویان دوره کارشناسی». *پژوهش‌های ارتباطی*، ۳۰(۱۱۵): ۷۳-۱۰۲.
- ترابی کلاته قاضی، علی (۱۴۰۰). «بیانیه گام دوم انقلاب؛ سند طرح‌ریزی راهبردی حرکت در مرحله دوم انقلاب اسلامی». *مطالعات مدیریت راهبردی دفاع ملی*، ۵(۱۷): ۷۱-۱۰۰.
- جداوی، ابراهیم و مهدیه شیروانی (۱۳۹۹). *راهبردهای رهبری؛ تبیین عملیاتی بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی*. تهران: پرنک.
- چالشگر کردآسیابی، مشرفه و زهرا اشکور کیایی (۱۴۰۰). «سواد رسانه‌ای در دانشجویان: مطالعه نظام‌یافته». *تعالی بالینی*، ۱۱(۳): ۳۵-۴۶.
- خجیر، یوسف (۱۴۰۲). «بررسی خوانش جوانان از بیانیه گام دوم انقلاب». *مطالعات راهبردی بسیج*، ۲۶(۱۰۱): ۸۵-۱۲۴.
- دارابی، محمد (۱۴۰۰). «گام دوم انقلاب اسلامی، تهاجم نرم و سواد رسانه‌ای». *مطالعات قدرت نرم*، ۱۰(۲): ۹۵-۱۲۱.
- رضایی، حسن (۱۴۰۳). «ابعاد راهبردی فرد انقلابی در منظومه فکری مقام معظم رهبری (با تأکید بر بیانیه گام دوم انقلاب)». *نظریه پردازی*، ۲(۴): ۲۰-۳۴.
- رضایی، رسول (۱۴۰۰). «نقش رسانه‌های جمعی (با تأکید بر تلویزیون) در تحقق فرهنگ ایثار و مقاومت (با استناد به بیانیه گام دوم انقلاب و زندگی شهید سلیمانی)». *مطالعات دینی رسانه*، ۲(۵-۶): ۱۶۲-۱۳۳.
- رکابیان، رشید و ناصر پورحسن (۱۳۹۹). «الزامات و راهکارهای اجرایی بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی (با تأکید بر بیانات مقام معظم رهبری)». *پژوهش‌های انقلاب اسلامی*، ۹(۴): ۸۹-۱۱۰.
- روشندل اربطانی، ط. (۲۰۱۵). «پژوهشی بنیادین در حوزه مفاهیم نظری سیاست‌گذاری رسانه‌ای». *مدیریت دولتی*، ۷(۳): ۴۸۱-۵۰۴.

از سواد رسانه‌ای تا تحول نگرش: راهبردی عملی ... ۴۳

- سوقی، الهام (۱۴۰۲). «تأثیر سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی بر کیفیت تجارب یادگیری دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد گرگان». رویکردهای پژوهشی نوین مدیریت و حسابداری، ۷(۲۶): ۵۳۹-۵۱۶.
- طالبی، عباسعلی و ابوالفضل موسوی‌زاده (۱۴۰۳). «بررسی و تبیین تهاجم نرم و سواد رسانه‌ای با تأکید بر بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی». مطالعات قدرت نرم، ۱۳(۴): ۱۹۳-۱۷۴.
- فروتنی، زهرا و عطیه بحرانی (۱۳۹۶). «تأثیر شگردهای رسانه‌ای مبتنی بر علوم شناختی بر افکار کاربران فضای مجازی در دانشگاه». فرهنگ در دانشگاه اسلامی، ۱۴(۵۰): ۶۲-۳۹.
- فیضی، فاضل (۱۴۰۲). «جایگاه قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران در بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی». پژوهشهای سیاسی و بین‌المللی، ۵۴(۱۴): ۹۷-۱۱۵.
- قجری، حسینعلی؛ زهرا محمدی و محمدقلی‌زاده سلطان‌آبادی (۱۴۰۲). «سنجش میزان سواد رسانه‌ای کارکنان نهادهای امنیت‌ساز در پایش اخبار مرتبط در سطح رسانه‌ها از بعد اقناعی و شناختی».
- گرجی، زهرا (۱۴۰۰). «نقش و جایگاه جوانان در بیانیه گام دوم انقلاب». همایش علمی-پژوهشی فتح الفتوح (۱) با موضوع تعلیم و تربیت تمدنی.
- مرندی حیدرلو، مریم و آیدا رضائی (۱۴۰۲). «بررسی رابطه بین سواد رسانه‌ای با پرخاشگری فضای سایبری و تفکر انتقادی در بین دانشجویان دانشگاه تبریز». برنامه درسی و آموزش یادگیرنده‌محور، ۲(۴).
- مقدس‌زاده، حسن و هاجر صفاهیه (۱۳۹۶). «سواد رسانه‌ای و آگاهی از آسیب‌های شبکه‌های اجتماعی». مطالعات رسانه‌ای، ۳۹(۱۲): ۳۵-۲۵.
- میرباقری، سید محمد (۱۳۹۸). عصر جدید: خوانشی از مفاهیم و راهبردهای بیانیه گام دوم. تهران: تمدن نوین اسلامی.
- میری، انیس و زهرا بنی‌هاشم (۱۳۹۷). «تأثیر ابعاد سواد رسانه‌ای بر میزان و نوع استفاده از پیام‌رسانه‌ای فضای مجازی». شمس: نشریه الکترونیکی سازمان کتابخانه‌ها، موزه‌ها و مرکز اسناد آستان قدس رضوی، ۱۱(ش ۴۳-۴۲): ۴۲-۲۸.
- نادری، مهدی و شهره پیرانی (۱۴۰۰). «راهبردهای پیش رو در پاسخ‌های سالکی انقلاب اسلامی (تبیین بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی)». دانش سیاسی، ۱۶(۱): ۳۲۸-۳۰۵.
- نامداری، پژمان؛ پروین قنبریان، سیروس قنبری و ایرج بصیری (۱۳۹۸). «اثربخشی برنامه درس پژوهی بر مهارت‌های حرفه‌ای معلمان شاغل در آموزش و پرورش استثنایی استان همدان». رویکردهای نوین آموزشی، ۱۲(۱): ۷۴-۴۶.

- نعمتی فر، نصرت‌اله؛ خجسته باقرزاده و هاجر کاظمی (۱۳۹۷). «مطالعه سطح سواد رسانه‌ای در کاربران رسانه‌های اجتماعی (مطالعه موردی شبکه اجتماعی تلگرام)».
- نوراله‌زاده خیاوی، بابک و تقی اکبری (۱۴۰۲). «سنجش میزان سواد رسانه‌ای انتقادی بر اساس الگوی الیزابت تا من». *مطالعات رسانه‌های نوین*.
- نیازی، لیلا؛ اسماعیل زارعی زوارکی و خدیجه علی‌آبادی (۱۳۹۵). «تأثیر آموزش سواد رسانه‌ای مبتنی بر فناوری بر میزان آگاهی دانش‌آموزان».
- ولی‌زاده، کمال و علی جعفری (۱۳۹۸). «نقش کتاب درسی «تفکر و سواد رسانه‌ای» در ارتقای ابعاد سواد رسانه‌ای دانش‌آموزان مقطع متوسطه دوره دوم شهر اردبیل». *پژوهشهای ارتباطی*، ۲۶ (۱۰۰): ۲۳۳-۲۰۹.
- هاشجین، غلام و زاهد نیکونهاد (۱۳۹۹). «تحلیل آینده‌نگارانه بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی». *دانش سیاسی*، ۱۶ (۲): ۵۱۲-۴۸۷.
- یعقوبی، اله، ن. و ابراهیم آمره (۱۴۰۳). «راهکارهای تربیت مدیران جهادی بر اساس بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی». *مدیریت و پژوهشهای دفاعی*، ۲۲ (۱۰۲): ۵۹-۳۳.
- یوسفی زارمی، عقیل و مریم طوسی (۱۴۰۰). «بررسی ابعاد فرهنگی بیانیه گام دوم انقلاب با قاعده نفی سیل». *مطالعات قرآن و علوم*، ۵ (۱۰): ۹۱-۶۸.
- یوسفی، عبدالرضا؛ زهره نصراله‌زاده و مرضیه رضایی (۱۴۰۲). «چرا سواد رسانه‌ای مهم است (انتخاب؛ رسانه در اختیار من یا من در اختیار رسانه)». *فصلنامه بهروز*، ۳۴ (۱۱۶): ۴۹-۵۵.

- Aufderheide, P. (2018). "Media literacy: From a report of the national leadership conference on media literacy". In *Media Literacy Around the World* (P. 79-86). Routledge.
- Bloom, B.S. (1956). *Taxonomy of educational objectives: The classification of educational goals*.
- Cho, H.; J. Cannon, R. Lopez & W. Li (2024). "Social media literacy: A conceptual framework". *New Media & Society*, 26(2): 941-960.
- Farani, R. (2022). "Revisit Bloom's Taxonomy: A reflection of education in a digital era". *Journal of English Language and Pedagogy*, 5(1): 59-64.
- Hameleers, M. (2022). "Separating truth from lies: Comparing the effects of news media literacy interventions and fact-checkers in response to political misinformation in the US and Netherlands". *Information, Communication & Society*, 25(1): 110-126.
- Haywood, A. & S. Sembiente (2023). "Media literacy education for parents: A systematic literature review". *Journal of Media Literacy Education*, 15(3): 79-92.
- Husain, W. & F.A. Faize (2022). "The state of education in Pakistan: Assessment through Bloom's taxonomy". *Contemporary Education and Teaching Research*, 3(1): 01-13.
- Ibrahim, I. (2017). "Perpaduan Model Pembelajaran Aktif Konvensional (Ceramah) Dengan Kooperatif (Make-A Match) Untuk

- Meningkatkan Hasil Belajar Pendidikan Kewarganegaraan".** *Suara Guru*, 3(2): 199-212.
- Identity, Fourth International Conference on Community Empowerment in the Field.
 - Iskandar, R. & M. Zulela (2021). "Professionalism analysis of basic education teachers as agents to improve creativity in digital era". *Jurnal Ilmiah Sekolah Dasar*, 5(1): 16-24.
 - aaa,,,,, . 000... "Development of media literacy—an important aspect of modern education". *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 149: 438-442.
 - Jayachandran, J. (2018). "Media literacy and education in India during times of communication abundance". *Journal of Creative Communications*, 13(1): 73-84.
 - Kafai, Y.B.; D.A. Fields & K.A. Searle (2019). "Understanding media literacy and DIY creativity in youth digital productions". *The international encyclopedia of media literacy*, 1-10.
 - Kupiainen, R. (2019). "Media literacy in Finland". In R. Hobbs & P. Mihailidis(Eds.) , *The international encyclopedia of media literacy* (vol 2: 918-924). Hoboken, NJ: WILEY Blackwell.
 - Lee, T.; B.K. Lee & S. Lee-Geiller (2020). "The effects of information literacy on trust in government websites: Evidence from an online experiment". *International Journal of Information Management*, 52: 102098.
 - Marwick, A. & R. Lewis (2017). "Media manipulation and disinformation online (P. 1-104)". *Data and Society Research Institute*. Retrieved September 18, 2018, from <https://datasociety.net/output/media-manipulation-and-disinfo-online/>
 - National Association for Media Literacy Education (NAMLE) (2007). **Core principles of Media literacy education in the United States**. Retrieved from <https://namle.net/publications/core-principles>.
 - Naveed, M. A., Iqbal, J., Asghar, M. Z., Shaukat, R., & Kishwer, R. (2023). How information literacy influences creative skills among medical students? The mediating role of lifelong learning. *Medical Education Online*, 28(1), 2176734.
 - Nelson, J.S.; D.A. Pender, C.E. Myers & D. Sheperis (2020). "The effect of affect: Krathwohl and Bloom's affective domains underutilized in counselor education". *Journal of Counselor Preparation and Supervision*, 13(1): 1.
 - Oseghale, O. (2023). "Digital information literacy skills and use of electronic resources by humanities graduate students at Kenneth Dike Library, University of Ibadan, Nigeria". *Digital Library Perspectives*, 39(2): 181-204.
 - Potter W.J. (2019) **Media Literacy**. 9th ed. Thousand Oaks, CA: SAGE.
 - Potter, W.J. (2022). "Analysis of definitions of media literacy". *Journal of Media Literacy Education*, 14(2): 27-43.
 - Rasi, P., Vuojärvi, H., & Ruokamo, H. (2019). Media literacy education for all ages. *Journal of Media Literacy Education*, 11(2), 1-19.
 - Sable, R.G. & K.D. Bhatt (2023). "NEP 2020: Linking Emotional Intelligence and Bloom's Affective Domain Categories to New Pedagogical and Curricular Structure". *International Journal of Professional Business Review: Int. J. Prof. Bus. Rev.*, 8(7): 119.

- Safari, Y., & Meskini, H. (2016). The effect of metacognitive instruction on problem solving skills in Iranian students of health sciences. *Global journal of health science*, 8(1), 150.
- Schreuers L and Vandenbosch L (2021) *Introducing the social media literacy (SMILE) model with the case of positivity bias on social media*. *Journal of Children and Media* 15(3): 320–337.
- Schwarzenegger, C. (2020). "Personal epistemologies of the media: Selective criticality, pragmatic trust, and competence–confidence in navigating media repertoires in the digital age". *New Media & Society*, 22(2): 361-377.
- Shah, N.Z.; N.S. Hamid, M.E. Mariadass & N.S.A. Aziz (2024). "Fostering Critical Thinking Skills in Tertiary-Level Students for Media and Information Literacy". *International Journal of Advanced Research in Education and Society*, 6(3): 107-123.
- Tiernan, P.; E. Costello, E. Donlon, M. Parysz & M. Scriney (2023). "Information and Media Literacy in the Age of AI: Options for the Future". *Education sciences*, 13(9): 906.
- Tully, M.; E.K. Vraga & L. Bode (2020). "Designing and testing news literacy messages for social media". *Mass Communication and Society*, 23(1): 22-46.
- Twenge, J.M.; J. Haidt, T.E. Joiner & W.K. Campbell (2020). "Underestimating digital media harm". *Nature Human Behaviour*, 4(4): 346-348.
- Van Bavel, J.J.; D.A. Reinero, V. Spring, E.A. Harris & A. Duke (2021). "Speaking my truth: Why personal experiences can bridge divides but mislead". *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 118(8): e2100280118.
- Wilson, S. L., & Wiysonge, C. (2020). Social media and vaccine hesitancy. *BMJ global health*, 5(10).
- Youthism and the Islamic Republic of Iran. (2021). [Review Article]. *Iranian Journal of Culture and Health Promotion*, 4(4), 527-531. <http://ijhp.ir/article-1-354-fa.html>
- Alvarez-Hevia, D. M. (2023). A critical approach to Emotional Intelligence as a dominant discourse in the field of education. *Revista Española de Pedagogía*, 76(269), 14.
- Zheng, A., Duff, B. R., Vargas, P., & Yao, M. Z. (2020). Self-presentation on social media: When self-enhancement confronts self-verification. *Journal of Interactive Advertising*, 20(3), 289-302.
- Bahralo-Olumi Tabatabaei, Faezeh Al-Sadat; Razieh Farshid and Nosrat Riahinia (2014). "Comparing the Analysis of the Concepts of Media Literacy and Computer Literacy in the Web of Science Database". *New Media Studies*, 8(30): 37-65.
- hh hhhhhr aaaaa aa,,, eeeeeee eee Zaaaa aaaaaa a iiii (1111.. "Media Literacy in Students: A Systematic Study.. ll nriaal xx,,,,,, , : 35-46.
- iiii i Maaadddd dl111.. "The Second Step of the Islamic Revolution, Soft Invasion and Media Literacy". *Soft Power Studies*, 10(2): 121-95.
- zzzz,, llll ll The position of soft power of the Islamic Republic of Iran in the statement of the second step of the Islamic Revolution.. *Political and International Research*, 54(14): 115-97.

- tttt tii, aarra ddd tt yeh Bhhaaii (.....). **The impact of media techniques based on cognitive science on the thoughts of cyberspace users in the university..** tttt ttt t t tt ll eccc nn iiiii ii ((((((:: 99-62.
- Ghorbani, M. (2018). **"Investigating the Impact of Global Media on Youth Cultural Identity"**. *Fourth International Conference on Community Empowerment in the Field of Humanities and Cultural Studies*, Tehran. [In Persian]
- iiiii i ss rrr dssss een **The role and position of youth in the second step of the revolution statement** ee eeeiii i -Research Conference of Fath al-Fotouh (1) on the topic of education and civilizational upbringing.
- jjjjj j,, hh mmmmd aa ddd ii dddddd dd.... **A Future-Oriented Analysis of the Second Step Statement of the Islamic Revolution"**. *Political Science*, 16(2): 487-512.
- dddddd dh Fddj rrr ii z 22.... **Investigating the Position of Soft Power in Politics: From Ancient Times to Contemporary Times..** iiiii i.l Studies, 7(2): 143-160.
- Jadavi, Ebrahim and Mahdieh Shirvani (2019). **Leadership Strategies; Operational Explanation of the Second Step Manifesto of the Islamic Revolution**. Tehran: Parnak.
- ooo ii,, oo ffff 0003.. **"A Study of Youth's Reading of the Second Step Manifesto of the Revolution..** aa ij aaaaggic iiiii iii ii ii 11:: 55-124.
- Parviz, Soltan; Ali-Asghar Bayani, Hossein Fakouri and Hassan Saemi 000.... **The Role of Designing a Media Literacy Curriculum Model in Improving Communication Skills of Undergraduate Students..** *Communication Research*, 30(115): 102-73.
- Qajari, Hossein Ali; Zahra Mohammadi and Mohammad Qolizadeh ll aaaaa.. (3333.. **"Measuring the level of media literacy of security institutions' employees in monitoring relevant news in the media from the** eesssssse aii iiiiiii ii iii iinn...
- ee ,, ,, ,, nn (4444.. **"Strategic Dimensions of the Revolutionary Individual in the Intellectual System of the Supreme Leader** (with hhhh ssss nn eee ee llaaton ff tee Scdddd eep ff hle Rlll tt oo... *Theory-Making*, 2(4): 34-20.
- .. ,, ,, ,, , llll llll ll **"The Role of Mass Media (with Emphasis on Television) in Realizing the Culture of Sacrifice and Resistance** (with Reference to the Declaration of the Second Step of the Revolution and the eeee ee aa ttoo ooooooooooooo ooooooooo a Siiii ,, 2(6-5): 162-133.
- ee ,, ,, ,, ,, , aiii d add aa rrr uuuraaaan 22.... **"Requirements and Implementation Strategies of the Second Step Statement of the Islamic Revolution** wvth ... aaiis nn eee eeeeee ss ff tee pppeee ee ace)). *Islamic Revolution Research*, 9(4): 110-89.
- oo hheeeel rr aatnniT (5555.. **"A Fundamental Research in the Field of Theoretical Concepts of Media Policymaking"**. *Public Administration*, 7(3): 504-481. <https://doi.org/10.22059/gipa.2015.56990>
- ooo,, Ehmm000... **The Impact of Media Literacy and Information Literacy on the Quality of Learning Experiences of Students at Islamic Azad University, Gorgan Branch..** www ee aaahhh ppp ocssss ss *Management and Accounting*, 7(26): 539-516.
- aa iiiii ii ,, ,, ,, ,, aa yyam nnd aaaa a zzihi 22.... **Investigating the Relationship between Media Literacy, Cyberspace Aggression and**

- Critical Thinking among Tabriz University Students..** uu rruuuuu ddd Learner-Centered Education, 2(4).
- oo aaa zzzzzzeffnnnnnnnadd jjj rr iiiiii ih 7777777 **Media Literacy and Awareness of the Harms of Social Networks..** Maaaauuu,,,,, 1111:: 55-35.
 - Mirbagheri, Seyyed Mohammad (2019). **The New Age: A Reading of the Concepts and Strategies of the Second Step Manifesto.** Tehran: Modern Islamic Civilization.
 - ii ,, nn ssddd hhh aa iiiii i hhlmm22.... **“The Impact of Media Literacy Dimensions on the Amount and Type of Use of Cyberspace Messaging”.** Shamseh; Electronic Publication of the Organization of Libraries, Museums and Documentation Center of Astan Quds Razavi, 11(42-43): 42-28.
 - eeee ,, Miiii i dd eeeee e nnnnm 1111111 **“Strategies Ahead in the Forty Years After the Islamic Revolution (Explanation of the Statement of the Second Step of the Islamic Revolution)”.** Danesh Siasi, 16(1): 328-305.
 - Namdari, Pejman; Parvin Ghanbarian, Siros Ghanbari, and Iraj Basiri 000... **The Effectiveness of a Lesson Study Program on the Professional Skills of Teachers Working in Exceptional Education in Hamadan Province**NN & dd ddddaaal ppp occc,,,,, ,, -74.
 - Nematifar, Nosratollah; Khojasteh Bagherzadeh and Hajar Kazemi (2018). **“A Study of the Level of Media Literacy in Social Media Users (Case uuwo oT Tl eaaa”** ,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,, ,,
 - uuu hhi,,, , bbag add Tahhi iiiiii i3333.. **“Measuring Critical Media Literacy Based on Elizabeth Tamman's Model”.** New Media Studies.
 - zzzz,, ee lla; iiiiii i eeei aaaaaa aa ddd hh ddi.. iii bba.. 6666666 **“The Impact of Technology-Based Media Literacy Education on Students' Awareness”.**
 - ll eii, sssss tttt ddd bb “,,,,,,,,,,,,, ddeh 22.... **Investigating and explaining soft aggression and media literacy with emphasis on the statement of the second step of the Islamic Revolution..** nsssss ssssss Studies, 13(4): 193-174.
 - Torabi-Kalateh-ssss , iii (..... **The Declaration of the Second Step of the Revolution; A Strategic Planning Document for the Movement in the Second Stage of the Islamic Revolution..** ugg nn dddd eee Management of National Defense, 5(17): 100-71.
 - eeee,, . llll add ll i ββββββββββββββ **“The Role of the Textbook “Thinking and Media Literacy” in Improving Media Literacy Dimensions of Second-Year High School Students in Ardabil City..** Communication Studies, 26(100): 233-209.
 - hhhh EEEEEEEEE Edd bb aaii h hhhhhh h4444 **“Strategies for Training Jihadi Managers Based on the Second Step Statement of the Islamic Revolution”.** Defense Management and Research, 22(102): 59-33.
 - uuu iiiii i ,,,, ,,,, ,,,, aa aaa. iiiii ii **Investigating the Cultural Dimensions of the Second Step Manifesto of the Revolution with The Rule of Negation of Dominance..** Qaaan ddd cccccc eeeeeee 5(10): 91-68.
 - Yousefi, Abdolreza; Zohreh Nasrollahzadeh and Marzieh Rezaei (2023). **“Why Media Literacy is Important (Choice; Media in My Control or Me in the Control of Media)”.** Behvarz Quarterly, 34(116): 55-49.