



سال سیزدهم / تابستان ۱۴۰۳

## مطالعه پدیدارشناختی تجارب زیسته سواد رسانه‌ای دانش -

### آموزان دختر پایه پنجم و ششم استان یزد

• زینب ماندگاری<sup>۱</sup>، محسن شاکری<sup>۲</sup>، سمیه طالبیان<sup>۳</sup>

تاریخ دریافت: ۰۲/۲/۱۲، تاریخ تایید: ۰۲/۸/۲۱

DOI: [10.22034/SCM.2024.204350](https://doi.org/10.22034/SCM.2024.204350)

#### چکیده

همزمان با شروع کرونا و تغییر شیوه آموزش، رسانه بیش از پیش در دسترس دانش‌آموزان قرار گرفت و به طور ناخواسته آن‌ها را در معرض انواع آسیب‌های رسانه‌ای قرار داد. با توجه به این که رسانه همچون شمشیری دو لبه عمل می‌کند و یک روی آن آسیب بوده و روی دیگر آن رشد است، همین امر، لزوم توجه به آموزش سواد رسانه‌ای در بین افراد جامعه و به ویژه دانش‌آموزان را آشکار می‌سازد. در این راستا این پژوهش با استفاده از رویکرد پدیدارشناسی و روش سه مرحله‌ای اسمیت، تجارب زیسته ده نفر از دختران پایه پنجم و ششم استان یزد را که به روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند، بررسی کرد. ابزار پژوهش مصاحبه نیمه‌ساختاریافته بود. یافته‌ها نشان دهنده دو مضمون اصلی «آشنایی و آگاهی کار با رسانه» و «پرهیز از آسیب‌ها» بود که هر کدام دارای ۶ مقوله فرعی می‌باشند. در سطح آشنایی و آگاهی کار با رسانه: ۱- آموختن کار با رسانه، ۲- تشخیص صحت و سودمندی، ۳- حفظ امنیت، ۴- هدفمندی، ۵- مدیریت زمان، ۶- اعتماد و انتخاب رسانه، به صورت مضمون فرعی مشخص شد و در سطح پرهیز از آسیب‌ها، ۶ مضمون فرعی: ۱- عدم نشر اکاذیب، ۲- دوری از مخاطب ناشناس و ناباب، ۳- عوارض جسمی، ۴- عوارض روانی، ۵- تظاهر، ۶- آسیب‌های اخلاقی، از مصاحبه‌ها استخراج گردید.

**واژه‌های کلیدی:** آموزش مجازی، پدیدارشناسی، تجربه زیسته، دانش آموزان دختر، دوره ابتدایی، سواد رسانه‌ای، شبکه‌های اجتماعی

۱ کارشناسی ارشد، دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی دانشگاه یزد، یزد، ایران؛

zeynabmandegari471374@gmail.com

۲ استادیار دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی، دانشگاه یزد، یزد، ایران shakerimohsen@yazd.ac.ir

۳ کارشناسی ارشد، دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی، دانشگاه یزد، یزد، ایران talebiansomaye3@gmail.com

## مقدمه

تغییرات سریع جهان و پیشرفت روز به روز تکنولوژی حتی مفاهیمی را که انسان‌ها روزانه با آن سر و کار دارند دستخوش تغییر کرده است. از جمله آن مفاهیم، سواد است. پائولو فریره<sup>۱</sup>، که از نظریه پردازان مشهور آمریکای لاتین در زمینه آموزش است، صرف داشتن سواد خواندن و نوشتن را با سواد بودن نمی‌داند (الفته و همکاران، ۱۴۰۰: ۱۴۴). در میان انواع سواد، سواد رسانه‌ای<sup>۲</sup> یکی از مواردی است که در عصر امروز حائز اهمیت است، چرا که افراد روزانه با سیلی از اطلاعات و رسانه‌های گوناگون شنیداری، دیداری و نوشتاری مواجه می‌شوند. مردم از رسانه‌ها به خصوص رسانه‌های اجتماعی برای جستجوی اطلاعات در زمینه‌های مختلف استفاده می‌کنند. چالش اصلی در این زمینه تصمیم‌گیری در مورد قابل اعتماد بودن، عینی بودن و دقت اطلاعات است (Reisoglu & et al., 2020: 101019).

سواد رسانه‌ای مجموعه‌ای از چشم‌اندازها یا جنبه‌های فکری هست که ما برای قرار گرفتن در دیدرس رسانه، فعالانه از آن‌ها بهره‌برداری می‌کنیم تا معنای پیام‌هایی را که با آن‌ها روبه‌رو می‌شویم، تحلیل و تفسیر کنیم. بر این اساس، تعدادی از کارشناسان حوزه ارتباطات، سواد رسانه‌ای را «توانایی دستیابی، تجزیه و تحلیل، نقد، ارزیابی و ایجاد پیام‌های رسانه‌ای به گونه‌های مختلف» بیان کرده‌اند. کارشناسان ارتباطات معتقدند، فرد با مهارت سواد رسانه‌ای می‌تواند به طور منتقدانه، درباره آنچه در کتاب، روزنامه، مجله، تلویزیون، رادیو، فیلم، موسیقی، تبلیغات، بازی‌های ویدیویی، اینترنت و شبکه‌های مجازی مثل واتساپ، اینستاگرام و... می‌بیند، می‌خواند و می‌شنود، فکر کند و برای خود و دیگران تحلیل کند. گروهی از دانشمندان سواد رسانه‌ای را «تقویت تجارب رسانه‌ای<sup>۳</sup>» تعبیر می‌کنند (فقیهی و حسینی دانا، ۱۳۹۷: ۳).

سواد رسانه‌ای به طور کلی مفهومی است که نحوه دسترسی افراد به چند رسانه، درک محتوای رسانه و ایجاد پیام را توصیف کرده و در گذشته بر استفاده و مصرف صحیح محتوای رسانه‌ای متمرکز بوده و علاوه بر این، هدف آن اطمینان از تبدیل شدن کاربران به مصرف‌کنندگان آگاه رسانه بوده است (Celik & et al., 2021:103). در این حوزه مجموعه‌ای پیچیده از نظریات مختلف تعریف شده است، اما شاید متداول‌ترین تعریف مورد استناد، تعریف آفدرهاید<sup>۴</sup> (۱۹۹۳) باشد: «توانایی شهروندان برای دسترسی، تجزیه و تحلیل و تولید اطلاعات

1 Paulo Freire

2 Media literacy

3 Enhancing media experiences

4 -Aufderheide

برای نتایج خاص» (Jones-Jang & et al., 2021:375). این موضوع زمانی بیشتر اهمیت می‌یابد که رسانه‌ها در اختیار گروهی از افراد که دارای قدرت تجزیه و تحلیل پایینی هستند از جمله کودکان و نوجوانان قرار گرفته است و آثار زیانباری بر نگرش رفتارها و اعتقادات آن‌ها قرار خواهد گذاشت چراکه براساس نظریه یادگیری اجتماعی بندورا افراد تمایل زیادی به الگوبری از محیط خود دارند (محمودی، ۱۳۹۷: ۹۶). با وجود فناوری‌ها و تکنولوژی‌های به روز هر فردی به آسانی و با سرعت می‌تواند به دنیای اینترنت وارد شده و محتوای دلخواه خود را منتشر کند و بنابراین شناخت اعتبار و صحت این محتواها بسیار سخت و مشکل است و از همین رو وجود یک بسته مهارتی جدید در زمینه بهره‌مندی هرچه بهتر از انواع رسانه‌های ارتباطی و اجتماعی نوین برای هر فردی لازم به نظر می‌رسد تا کاربران بتوانند به طور موثرتر و پویاتر و امن‌تر از رسانه‌ها استفاده کنند (شریفی رهنمو و همکاران، ۱۳۹۹: ۱۳۵).

فناوری‌های رسانه‌ای جدید، که در اوایل قرن بیست و یکم ظهور کردند، به عنوان پلتفرم‌های دیجیتال فرهنگی-اجتماعی تعریف می‌شوند که در آن کاربران می‌توانند هر محتوایی را به اشتراک بگذارند. رسانه‌های جدید فرصت‌های متعددی را در اختیار افراد قرار می‌دهند، زیرا افراد در این فناوری‌ها هم مصرف کننده و هم تولید کننده‌اند (Celik & et al, 2021:101)

رسانه‌های جدید منجر به چالش‌های جدیدی برای جامعه شده است که یکی از نمونه‌های آن افزایش میزان اطلاعات نادرست است (Rosenberg & et al., 2020:420). رسانه‌های جدید به کاربران امکان ایجاد و اشتراک‌گذاری محتوا را می‌دهند (Vraga & Tully 2021:1507). آموزش مقدمات سواد رسانه‌ای می‌تواند بینشی در مورد روش‌های قوی برای ارتقاء مهارت‌های سواد رسانه‌ای بیانجامد. به عبارت دیگر، در نظر گرفتن این عوامل برای تدوین راهبردهای مبارزه با اطلاعات نادرست مهم است.

سواد رسانه‌ای به عنوان یک امتیاز اصلی برای شهروندان در هر سنی که در جوامع رسانه‌ای و دیجیتالی شده امروزی زندگی می‌کنند محسوب می‌شود (Rasi & et al., 2021:38). به خصوص در سال‌های اخیر و با شیوع ویروس کرونا رسانه به صورت گسترده وارد فضای آموزشی شده است و اکنون در انواع مختلف آن و به ویژه رسانه‌های اجتماعی و اینترنتی در اختیار دانش‌آموزان در تمام مقاطع قرار گرفته است و این خود به منزله زنگ خطری است که ضرورت آموزش سواد رسانه‌ای از مقاطع تحصیلی پایین‌تر را بیش از پیش نشان می‌دهد. لذا پژوهش حاضر در نظر دارد که به بررسی پدیدارشناختی تجارب زیسته سواد رسانه‌ای دختران پایه پنجم و ششم استان یزد بپردازد.

## مبانی نظری و مروری بر مطالعات گذشته

در رابطه با سواد رسانه و استفاده از فناوری نظریه‌های مختلفی مطرح شده است که در این پژوهش به بررسی چند نمونه از آن‌ها پرداخته شده است:

**نظریه برجسته سازی<sup>۱</sup>:** در نظریه برجسته سازی «مک کامبز و شاو»<sup>۲</sup> تأکید بر تعیین اولویت ذهنی مخاطب از راه تأثیر بر شناخت و نگرش آنان از روش نمایش و برجسته ساختن موضوعات دارای برتری و اولویت از لحاظ مقدار و نوع پوشش موضوع در قالب پوشش و گزارش خبری است. در واقع رسانه‌ها با برجسته کردن موضوع‌ها و رویدادها و راه‌اندازی موج‌های خبری می‌توانند تعیین کنند که مخاطبان در مورد چه بیاندیشند (بابایی، ۱۳۹۸: ۲۱). به این ترتیب رسانه‌ها با بزرگ نمایی یا پرداختن به موضوعات مطرح از نظر گردانندگان آن‌ها می‌توانند جریان‌های فکری و اعتقادی و اجتماعی جامعه را تحت کنترل بگیرند.

**نظریه استفاده و خشنودی<sup>۳</sup>:** دو نوع استفاده از رسانه صورت می‌گیرد: ۱- هدفمند، ۲- غیرهدفمند. استفاده از هر کدام از این موارد بستگی به موارد متعددی از جمله، نوع برنامه، ویژگی‌های جمعیت شناختی مخاطبان، نگرش به رسانه و محتوای آن و دسترسی مخاطبان به منابع دارد. برای اولین بار الیهو کاتز<sup>۴</sup> در دهه ۱۹۷۰ این رویکرد را عنوان کردند و بیان می‌دارند که مخاطبان از رسانه‌ها برای ارضای نیازها و خواسته‌هایشان استفاده می‌کنند. در واقع این نظریه به دنبال تحقیق در رابطه با چگونگی انتخاب، دریافت و شیوه‌های عکس‌العمل مخاطبان رسانه‌ها است. بر اساس این نظریه مخاطبان مصرف‌کنندگان فعال رسانه هستند. این رویکرد تأکید دارد که مخاطبان در صورت رضایت‌مندی، خودشان مطالب مورد نظر را فراهم خواهند کرد و این مشارکت فعالانه مخاطب با رسانه و میزان رضایت‌مندی بر رفتار رسانه‌ای اثر می‌گذارد و مخاطب از این رو که به دنبال رضایت‌مندی است فعال است (اشرفی، ۱۳۹۳: ۲۶). لذا اگر رسانه‌ای موفق به ارائه بهترین خدمات از لحاظ کیفیت و سرعت رفع نیازهای مخاطب چه نیازهای مادی و چه نیازهای روحی همچون دیده شدن و کسب توجه دیگران شود، خوبه خود از طرف مخاطب مورد حمایت قرار گرفته و مخاطب خود به گسترش رسانه خدمت می‌کند.

**نظریه گلوله جادویی (تزریقی)<sup>۵</sup>:** «گلوله» در واقع اصطلاحی است که پژوهشگران به یکی از اولین مفاهیم اثر رسانه‌های ارتباط جمعی اختصاص داده‌اند. کولین بلاک مور<sup>۱</sup> از

1 Agenda Setting.

2 McCombs & Shaw

3 Uses and gratifications

4 Elihu Katz

5 Hypodermic needle model

حامیان این نظریه به شمار می‌رود. بر اساس این رویکرد پیام مانند شلیک یک گلوله است که از دهانه رسانه به مغز مخاطب شلیک می‌شود و بر این اساس با توجه به قدرت تاثیر عمیق و قوی رسانه‌ها بر مخاطب می‌توان او را وادار به واکنش کرده و پاسخ مورد انتظار خود را دریافت نمود (ساده، ۱۳۹۶: ۷۷). این نظریه نظریه پرداز مشخصی ندارد بلکه از دوران هیتلر و طرح تاثیرگذاری عمیق رادیو بر واکنش مردم آلمان نسبت به وقایع مختلف مطرح شده و هنوز هم عده‌ای بر آن باور دارند (کرباسیان، ۱۳۹۳).

**نظریه کاشت<sup>۲</sup>:** این نظریه نشان دهنده تاثیر رسانه در سطح شناختی مخاطب است و به دنبال پاسخ به این سوال است که تا چه اندازه رسانه می‌تواند به تلقی و باورهای مخاطب از واقعیت خارجی شکل دهد؟ این نظریه حاصل پژوهش جورج گربنر<sup>۳</sup> (۱۹۶۹) و تعداد دیگری از پژوهشگران مدرسه ارتباطات دانشگاه پنسیلوانیا در رابطه با اثرهای تلویزیون است (بهرامی ۱۳۹۳: ۲۴).

**نظریه پساپدیدارشناسی<sup>۴</sup>:** بنیان‌گذار این نظریه دان آیدی<sup>۵</sup> فیلسوف آمریکایی است که در اندیشه‌های خود متأثر از هایدگر<sup>۶</sup> است. آیدی و هایدگر هر دو به خنثی نبودن فناوری و تاثیرپذیرفتن تجربه‌های انسان از فناوری معتقدند. آیدی فناوری را رابط بین انسان و جهان می‌داند (مظفری پور، ۱۳۹۵: ۶۶). پساپدیدارشناسی در اصل برای کشف فناوری‌های علم طراحی شد (Aagaard, 2017: 526). آیدی در مطالعات خود دوسطح متفاوت «دراکی» و «فرهنگی» را برای تکنولوژی قائل است و همچنین برای روابط انسان و تکنولوژی چهار نسبت در نظر می‌گیرد که شامل ۱. تجسد یا تن یافته (باگذر زمان و کارایی و آسانی ابزار بخشی از تن انسان می‌شود)، ۲. هرمنوتیکی (در این رابطه ابزار مقابل انسان قرار گرفته و از تن فاصله می‌گیرد)، ۳. غیریت (در این رابطه تکنولوژی به مثابه یک فرد ظاهر شده و با انسان وارد کنش و واکنش می‌شود) و ۴. زمینه‌ای (در این رابطه حضور تکنولوژی به نحوی نامحوس است که کاربر به طور مستقیم متوجه آن نیست) است (طباطبایی و توکلی، ۱۳۹۷: ۴۸).

**نظریه شناختی-اجتماعی بندورا:** رویکرد این نظریه رفتارگرا بوده و توسط آلبرت بندورا ایجاد شده است. او اثر تقویت بیرونی را در فرایندهای تفکربررسی کرده است. وی عنوان

1 Colin Blakemore

2 Cultivation theory

3 George Gerbner

4 Post-phenomenology

5 Don Ihde

6 Heidegger

می‌کند زمانی که تقویت بیرونی در ازای صادرشدن یک رفتار اعمال می‌شود، فرد هوشیارانه می‌داند که تکرار رفتار، تکرار تقویت را به دنبال دارد. بندورا نقش سرمشق‌ها در شکل‌گیری رفتارها را مورد تاکید قرار می‌دهد. یافته‌های او نشان می‌دهند که الگوگیری از افرادی که با ما دارای وجوه مشترک هستند بسیار بیشتر از سایرین است و همچنین الگوگیری از افراد دارای مقام و جایگاه بالاتر بیشتر است (شاه‌محمدی و هنجنی‌زاده، ۱۳۹۰: ۱۵۰). با توجه به نوع اثرپذیری انسان از محیط و همچنین تقویت جانشینی که بندورا به آن تاکید دارد رسانه یکی از محیط‌های مهم و پرمخاطره برای تقلیدپذیری و الگوسازی برای افراد است و همین موضوع اهمیت سواد رسانه را خاطر نشان می‌کند.

به دلیل اهمیت موضوع، مطالعات میدانی متعددی در داخل و خارج کشور درباره سواد رسانه ای انجام شده است. یافته‌های پژوهش اجاق (۱۳۹۷) با استفاده از روش تحقیق کیفی و تحلیل ثانویه مبتنی بر مطالعه اسنادی نشان داد که لازم است علاوه بر تغییر شیوه آموزش از یک سویه به دو سویه و نیز از تک‌گویی به گفت و گو، محتوای آموزشی نیز در دو سطح نظری و عملی آموزش داده شود. کودکان با توجه به سنشان قادرند که در سطح نظری با تاکید بر مفهوم بازنمایی و واژگان اصلی علم مطالعات رسانه و همچنین در سطح عملی تکنیک تولید رسانه‌ای، نقد و بازخورد را بیاموزند.

پژوهش ترک‌زاده و همکاران (۱۳۹۷) نشان داد که برنامه درسی آموزش سواد رسانه‌ای دارای ابعاد محتوا، منطقی، اهداف، روش‌ها و محیط یادگیری، به عنوان مضامین سازمان‌دهنده می‌باشد. منطقی برنامه درسی شامل ۳ سطح، بنیادی، ملی و محلی، ۲. اهداف برنامه درسی شامل ۳ سطح آرمانی، کلی و عینی، مفاهیم برنامه درسی شامل ۵ سطح حوزه‌های سواد رسانه‌ای، کلیات، نظریه‌های رسانه، فرایند کسب سواد رسانه‌ای و کارکردهای سواد رسانه‌ای و در بعد روش محیط، تجهیزات، امکانات و مواد آموزشی، روش ارزشیابی، روش اصلاح و بازنگری و روش مطالعاتی و تحقیقاتی استخراج گردید و همچنین دوسطح خرد و کلان برای موانع اجرای برنامه درسی شناسایی گردید.

بهادری خسروشاهی و برقی (۱۳۹۷) در پژوهشی نتیجه گرفتند که رابطه میان سواد رسانه‌ای والدین (بامولفه‌های توانایی دسترسی و استفاده از رسانه‌ها، توانایی تحلیل و ارزیابی، توانایی برقراری ارتباط با پیام‌های رسانه‌ای، توانایی تفکر انتقادی نسبت به محتوای رسانه‌ها) و هویت اجتماعی (با دو بعد هویت فردی و جمعی) با مصرف رسانه‌ای (تلویزیون، رادیو، مطبوعات،

اینترنت و موبایل) در نوجوانان مثبت و معنادار است. توانایی دسترسی و استفاده از رسانه‌ها  $B=0/22$ ، توانایی تحلیل و ارزیابی  $B=0/18$  و هویت فردی  $B=0/16$  به طور تفکیکی و در مجموع ۱۳ درصد از تغییرات مصرف رسانه‌ای تلویزیون را پیش‌بینی کردند. توانایی تحلیل و ارزیابی  $B=0/31$  و هویت جمعی  $B=0/22$  به طور تفکیکی در مجموع ۱۷ درصد از تغییرات مصرف رسانه‌ای رادیو را پیش‌بینی کردند. توانایی تحلیل و ارزیابی  $B=0/28$  و هویت فردی  $B=0/23$  تغییرات مصرف رسانه‌ای مطبوعات را پیش‌بینی کردند. توانایی تحلیل و ارزیابی  $B=0/30$  و توانایی برقراری ارتباط با پیام‌های رسانه‌ای  $B=0/25$  به طور تفکیکی مصرف رسانه‌های موبایل را پیش‌بینی کردند.

یافته‌های پژوهش فرقانی و خدامرادی (۱۳۹۸) نشان داد که آموزش سواد رسانه‌ای، در تعدیل اعتیاد اینترنتی بین دانش‌آموزان و نیز در میزان به کار بردن رسانه، افزایش توان تحلیل و ارزیابی، توان تولید پیام رسانه‌ای، توان برقراری ارتباط با تولیدکنندگان پیام رسانه‌ای و افزایش تفکر انتقادی دانش‌آموزان در برخورد با پیام مؤثر است.

نتایج پژوهش سالاریان و همکاران (۱۳۹۸) آموزش سواد رسانه‌ای با استفاده از روش رویکرد تلفیقی در کتب درسی سال اول ابتدایی و نه به صورت یک واحد درسی جداگانه را مناسب نشان داد.

نتایج پژوهش محمودی و همکاران (۱۳۹۸) نشان داد که: عدم توجه کافی محتوای کتب درسی دوره ابتدایی و متوسطه به این موضوع، نبود سواد رسانه‌ای مطلوب در معلمان و والدین، نبود امکانات کمک آموزشی کافی در مدارس برای آموزش سواد رسانه‌ای، به کارگیری شیوه‌های از رده خارج شده در آموزش سواد رسانه‌ای در مدارس، آسیب‌ها و چالش‌های آموزش سواد رسانه‌ای در مدارس هستند.

یافته‌های پژوهش اسدی (۱۳۹۹) نشان داد که میزان سواد رسانه‌ای خبری گروه نمونه در حد متوسط و میان تنوع و میزان مصرف رسانه‌ای، منطقه آموزشی و اشتغال والدین و سواد رسانه‌ای فرزندان رابطه معناداری وجود دارد. ولی جنسیت و سواد رسانه‌ای خبری رابطه معناداری نداشتند. همچنین نتایج نشان دهنده این بود که ۳۸ درصد از خانواده‌ها برای مراقبت از فرزند خود کاری نمی‌کنند و عمده فعالیت مابقی حرف زدن در مورد محتوای رسانه است. ۵۷ درصد از گروه نمونه نیز دروس تفکر و سواد رسانه‌ای موجود در پایه دهم را غیرمفید دانستند.

یافته‌های پژوهش محمدی و جعفری (۱۳۹۹) نشان داد که دانش‌آموزان و والدینشان در بعدهای شناختی، احساسی، اخلاقی و زیبایی‌شناختی سواد رسانه‌ای تفاوت معنی‌داری دارند و وضعیت والدین از لحاظ سواد رسانه‌ای نسبت به دانش‌آموزان بهتر است.

انصاری، سراجی و یوسف‌زاده (۱۴۰۰) در پژوهش خود نشان دادند که این آموزش در دوره ابتدایی لازم است بر مبنای تعقلی و پژوهشگری صورت گرفته و لذا باید کودک در فضای اجتماع پژوهشی گفت‌وگو محور قرار بگیرد. نتایج پژوهش همچنین بر تبیین سه مؤلفه آموزش سواد رسانه‌ای یعنی (تفکر مراقبتی، انتقادی و خلاقانه) و نیز به ویژگی‌های روانشناختی کودکان دوره ابتدایی و با توجه به مخاطب خاص رسانه‌ای بودن آن‌ها در جهت ضرورت آموزش سواد رسانه‌ای تاکید دارد.

الفته، سرمدی، محمدی نائینی و جلالوندی (۱۴۰۰) در پژوهشی نشان دادند که ۵ فصل فنون خلق پیام، نادیده‌های رسانه، رسانه و سبک زندگی، رژیم مصرف رسانه‌ای و مخاطب‌شناسی را می‌توان برای آموزش سواد رسانه‌ای در نظر گرفت.

Notley & Dezuanni (2019) در پژوهش خود نشان دادند که جوانان استرالیایی به طور مداوم از اخبار استفاده می‌کنند و منبع دریافت اخبار آن‌ها مختلف است، اما بسیاری از این جوانان به سازمان‌های رسانه‌ای اطمینان ندارند. اگرچه رسانه‌های اجتماعی برای دریافت اخبار محبوب هستند، تنها یک سوم از این جوانان در مورد شناسایی اخبار جعلی و یا اطلاعات نادرست آنلاین مطمئن بودند و بیش از نیمی از آن‌ها هرگز و یا به ندرت در مواجهه با اخبار توجه می‌کنند که درست است یا خیر؟

Guess & et al. (2020) در پژوهش خود نشان دادند که قرار گرفتن در معرض انواع مداخله سواد رسانه‌ای، پذیرش سریع مردم نسبت به اخبار نادرست را کاهش می‌دهد. قرار گرفتن در معرض مداخله، شکاف در دقت درک شده بین اخبار اصلی و نادرست را به طور کلی افزایش داد. این یافته‌ها نشان می‌دهد که تلاش‌ها برای ارتقای سواد رسانه‌ای دیجیتال می‌تواند توانایی افراد را برای تمایز بین محتوای اخبار نادرست و جریان اصلی بهبود بخشد.

Jones-Jang & et al. (2021) نشان داد که شناسایی دقیق اخبار جعلی به طور قابل توجهی با سواد اطلاعاتی مرتبط است اما با انواع دیگر مقیاس‌های سواد مورد استفاده در این مطالعه (رسانه، اطلاعات، اخبار و سواد دیجیتال) ارتباط معناداری ندارد.

Datu & et al. (2021) در پژوهش خود شواهد اولیه‌ای را برای تأثیر مفید برنامه درسی مهربانی در افزایش مهارت سواد رسانه‌ای پیشرفته، اعتماد به نفس و ظرفیت درک شده در حفظ روابط بین‌فردی ارائه کردند.

Hidayat (2021) در پژوهش خود نشان داد که آموزش سواد رسانه‌ای برای دانش‌آموزان در طی یادگیری آنلاین در طول همه‌گیری کووید-۱۹ یک مهارت اساسی است که برای دانش‌آموز بسیار مهم است، نه تنها برای یادگیری آنلاین، بلکه برای یادگیری در قرن بیست و یکم. مهارت‌های آموزش سواد رسانه‌ای را می‌توان در طول یادگیری آنلاین با استفاده از مهارت‌هایی مانند دسترسی، انتخاب، درک، تجزیه و تحلیل، تأیید، ارزیابی، توزیع، تولید، مشارکت و همکاری به کار برد.

### روش پژوهش

رویکرد پژوهش حاضر کیفی و از حیث روش از نوع پدیدارشناسی بود. در این روش باید افرادی انتخاب شوند که منبع غنی از داده‌ها را در اختیار پژوهش‌گر قرار داده و صحبت با ایشان منجر به درک روشنی از پدیده مورد نظر شود. بنابراین لازم بود با کسی صحبت شود که تجربیات ادراک شده را تأیید یا اصلاح نماید و منجر به عمق بخشی آن‌ها شود. افراد در این پژوهش بر اساس اطلاعاتی که از پدیده مورد نظر دارند، انتخاب شده و در پژوهش شرکت می‌کنند. یافته‌های این پژوهش از مشارکت دانش‌آموزان دختر کلاس پنجم و ششم استان یزد در سال تحصیلی ۱۴۰۰-۱۴۰۱ به دست آمده است. روش انتخاب شرکت‌کنندگان هدفمند بود. لذا با توجه به هدف پژوهش، مصاحبه‌شوندگان براساس نمونه‌گیری هدفمند از بین دانش‌آموزانی که احساس شد اطلاعات مفیدی به پژوهشگر می‌دهند، انتخاب شدند.

ابزار پژوهش حاضر مصاحبه عمیق نیمه‌ساختاریافته بود و تا اشباع نظری ادامه یافت و بعد از آن حجم گروه نمونه به ۱۰ نفر رسید. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش پیشنهادی اسمیت (۱۹۹۵) استفاده شده است. اسمیت سه مرحله شامل تولید داده‌ها، تجزیه و تحلیل داده‌ها و تلفیق موردها را در تحلیل داده‌ها در روش پدیدارشناسی پیشنهاد داده است. در این پژوهش در ابتدا مصاحبه‌ها پیاده‌سازی شد و سپس مورد بازخوانی مکرر قرار گرفت و در حدود ۷۵۳ کد استخراج گردید. بعد از آن مقوله‌های فرعی تعیین و برجسب زده شد. در ادامه مقوله‌ها سازمان‌دهی و خوشه‌بندی شدند به این معنی که با استمرار مقایسه و در نظر گرفتن

شباهت‌ها و تفاوت‌های مقوله‌های فرعی، مقوله‌های کلی‌تر کشف شد که در نهایت ۴ مضمون اصلی، ۲۰ مضمون فرعی استخراج گردید.

به منظور ارزیابی و اعتباریابی یافته‌ها از ملاک‌های معادل با ملاک‌های پژوهش‌های کمی و متناسب با پژوهش‌های کیفی استفاده شد. این ملاک‌ها عبارتند از: اعتمادپذیری معادل با روایی درونی، انتقال‌پذیری معادل با روایی بیرونی، وابستگی و اتکالپذیری معادل با پایایی و تأییدپذیری معادل با عینیت (صالحی و همکاران، ۱۳۹۴: ۶۹). برای افزایش میزان اعتبار در این پژوهش درگیری طولانی مدت و پیوسته، اجتناب از نتیجه‌گیری زودهنگام و بدون مشاهدات کافی، بحث و گفتگوی سازنده درباره یافته‌ها با همکاران بی‌طرف و صادق، ذهنیت پیش‌رونده با نظارت بر سازه‌های تدوین شده و مستندسازی فرآیند تغییر از ابتدا تا پایان مطالعه، بازنگری شرکت‌کنندگان و تأیید یافته‌های حاصل از تحلیل توسط شرکت‌کنندگان و خودبازبینی محقق در فرآیند جمع‌آوری و تحلیل داده موثر بوده است.

### یافته‌های پژوهش

تعریف سنتی سواد رسانه‌ای توانایی استفاده، درک و ایجاد محتوای رسانه‌ای در زمینه‌های مختلف می‌باشد و با تجزیه و تحلیل انتقادی اخبار، تبلیغات و سرگرمی‌های رسانه‌های جمعی مرتبط است. در واقع به طور کامل‌تر سواد رسانه‌ای توانایی دسترسی، استفاده، درک، تجزیه و تحلیل، ارزیابی و ایجاد محتوا و ارتباطات رسانه‌ای در زمینه‌های مختلف تعریف می‌شود (Rasi et al., 2021: 38). بررسی مضامین به دست آمده از ادراک دانش‌آموزان پایه پنجم و ششم ابتدایی از سواد رسانه‌ای طبق جدول ۱ با دو مضمون اصلی: «آشنایی و آگاهی کار با رسانه» و «پرهیز از آسیب‌ها» مواجه کرد و نیز در مجموع ۱۲ مضمون فرعی استخراج شد.

#### جدول ۱- مقوله‌بندی مفاهیم در دو دسته مضامین اصلی و دوازده مضمون فرعی

مضامین فرعی مرتبط با مضمون اصلی ۱: آشنایی و آگاهی کار با رسانه	مضامین فرعی مرتبط با مضمون اصلی ۲: پرهیز از آسیب‌ها
۱: آموختن کار با رسانه	۱: عدم نشر اکاذیب
۲: تشخیص صحت و سودمندی	۲: دوری از مخاطب ناشناس و ناباب
۳: حفظ امنیت	۳: عوارض جسمی
۴: هدفمندی	۴: عوارض روانی
۵: مدیریت زمان	۵: تظاهر
۶: اعتماد و انتخاب رسانه	۶: آسیب‌های اخلاقی

### مضمون اصلی یک: آشنایی و آگاهی کار با رسانه

با توجه به رشد روز افزون تکنولوژی، امپراطوری عظیم رسانه‌ای در دنیا به وضوح مشهود است، به طوری که امروزه رسانه جزء لاینفک زندگی بشر محسوب می‌شود و به نظر می‌رسد رقابت عظیمی برای دست یابی به قدرت رسانه‌ای در دنیا ایجاد شده است. شاید به توان گفت که در عصر امروز اگر سطح سواد رسانه‌ای یک جامعه در حد مطلوبی نباشد، این رسانه‌ها هستند که این جامعه را تغذیه فکری کرده و افکار، اندیشه و فرهنگ و ... را هدایت و سازمان‌دهی خواهند کرد. هر اندازه که آشنایی و آگاهی مخاطب از مواجهه و کار با رسانه بیشتر باشد و تفکر انتقادی در او رشد یافته باشد، قطعاً در برخورد با پیام‌ها و هجمه‌های مختلف هوشیارانه‌تر عمل خواهد کرد. لذا پیداست که آموزش سواد رسانه‌ای به دنبال مقابله و پس زدن تکنولوژی و رسانه نیست بلکه هدف از آن هوشیار کردن مخاطب نسبت به نحوه استفاده صحیح از رسانه است. این مضمون اصلی شامل ۶ مضمون فرعی: «آموختن کار با رسانه»، «تشخیص صحت و سودمندی»، «حفظ امنیت»، «هدفمندی»، «مدیریت زمان»، «اعتماد و انتخاب رسانه» است.

آموختن کار با رسانه: می‌توان پی برد که تنها با ممنوع کردن بهره‌وری از فناوری‌های نوین نمی‌توان با آن‌ها مقابله کرد و تمایل نوجوانان و جوانان به استفاده از آن‌ها را کاهش داد، بلکه باید تک تک افراد جامعه از آگاهی و دانش لازم برخوردار شوند تا بتوانند به درستی از رسانه‌ها استفاده کرده و در ضمن مرتفع کردن نیازهای خود، از آثار سوء آن تا حد ممکن در امان باشند. در رابطه با این مضمون یکی از دانش‌آموزان این‌گونه عنوان کرد: «درسته که پیام‌های الکی و نادرست میاره گاهی وقتا اما اگر ما خودمون بخواهیم استفاده درست از چیزی بکنیم میتونیم و این خودش باعث میشه ما چیزهای جدیدی یاد بگیریم مثلاً گوشیم که درست شده بود بنده خدا چیزی دیگه هم روش گذاشته بود من کشف کردم و خاطره خوب من اینه که تونستم روی گوشی کار کردن با برنامه‌ها رو بدون اینکه کسی بهم یاد بده خودم کشف کنم و بتونم حتی به کسی یاد بدم». یکی دیگر از شرکت‌کنندگان در پژوهش در این رابطه این‌گونه بیان کرد: «آشنامون خیلی چیزها بهم یاد داده و گفته چجوری از بعضی برنامه‌ها استفاده کنم. بعضی وقتا دوستانم ازشون پرسیدم، چند تا برنامه‌ها بوده که خانم معلم بهمون یاد داده چه جوری بعضی از برنامه رو باز کنم چه جوری کلیپ درست کنم. مامان بابا هم خیلی کم بهم یاد دادن که چگونه این کارو انجام بدم».

**صحت و سودمندی:** یکی از مواهب آموزش سواد رسانه‌ای تشخیص صدق و کذب بودن و نیز صحت و سودمندی پیام‌ها توسط مخاطب است که در نتیجه سبب ایجاد نوعی تعادل متقابل بین فرستنده و گیرنده همراه با آگاهی، تربیت، فهم و درک منتقدانه، می‌شود. رسانه‌های اجتماعی، از یک سو از جهت کم هزینه بودن، دسترسی آسان و انتشار سریع اطلاعات پرطرفدارند و از سویی دیگر طیف گسترده‌ای از اخبار جعلی را نیز گسترش می‌دهند. در این باره یکی از دانش‌آموزان این‌گونه عنوان کرد: «مثلاً چه جوری بفهمیم خبرها راسته یا دروغه، چه جوری ازش استفاده خوب کنیم پیام‌های الکی که برامون میومد پخش می‌کردم مثلاً میگفت اگه این پیام رو برای ۷ نفر بفرستی خبر خوبی برات میرسه و بعدش فهمیدم که اصلاً این‌ها الکیه.»

**حفظ امنیت:** برخورداری از سواد رسانه‌ای و درک درست و علمی از مهارت‌ها و دانش مورد نیاز برای استفاده از رسانه، نقش به‌سزایی در کاهش جرایم و آسیب‌های ناشی از آن دارد. انتخاب درست و مناسب رژیم مصرف رسانه و آشنایی با ابزارهای کنترل والدین به ویژه تنظیمات امنیتی تلفن همراه و رایانه و نوع محتوای قابل دریافت برای خانواده و به خصوص کودکان نقش بسیار مؤثری بر سلامت و امنیت اعضا خانواده در برخورد با رسانه دارد. در این رابطه یکی از مشارکت‌کنندگان این‌گونه پاسخ داد: «توی این گروه‌ها و کانال‌هایی که منو میارن احساس امنیت نمی‌کنم، به خاطر همین میترسم که حالا بعضی‌هاشون من رو سیو می‌کنند و اینکه نمیدونم کدوم پیام‌رسانی امنیتمش بیشتره به خاطر همین دلهره دارم و اینکه چه کار کنیم گوشیمون هک نشه»

**هدفمندی:** رسانه به ویژه رسانه‌های مدرن و اجتماعی خود دنیای جدیدی محسوب می‌شوند که ورود به آن بدون هدف سبب غرق شدن در دریایی از محتواهای مفید و غیر مفید خواهد شد. لذا هم از طرف مخاطب و هم از طرف صاحبان امر لازم است که برای استفاده درست و محتواهایی که در اختیار مخاطب قرار می‌گیرد تدبیری اندیشیده شود و مدیریت لازم صورت گیرد. امروزه دغدغه بسیاری از والدین ترس از استفاده کودکان و نوجوانان از رسانه‌هایی است که ناهنجاری‌ها را در جامعه ترویج می‌دهند برای جلوگیری از تحت تاثیر قرار گرفتن آنان از رسانه‌ها باید آنان را به دانش سواد رسانه‌ای مجهز کرد تا با گسترش حس کنجکاوی و نقادی آنان را از مصرف‌کننده صرف به مخاطب فعال تبدیل کرد. در این باره یکی از شرکت‌کنندگان گفت: «مامانم همش بهم میگه اینترنت هم که زود تموم میشه باید درست ازش استفاده کنی

الکی استفاده نکنی زیاد با دوستان چت نکنی شارژهایی که میخرم و مدام باید پول بدم گوشی شارژ کنم والکی نروتوی اینترنت بگرد و اینترنت روموم کن».

**مدیریت زمان:** یکی از نکات مهمی که در رابطه با رسانه لازم است مورد توجه واقع شده و آموزش‌های لازم در این زمینه داده شود مدیریت زمان و جلوگیری از اتلاف وقت در هنگام استفاده از رسانه است. در رابطه با این مضمون یکی از شرکت‌کنندگان در پژوهش این‌گونه توضیح داد: «به وقتایی تا آخر شب گوشی زیاد دستمه و حواسم نیست ساعت چند شده و مدت زمان زیادی گوشی دست می‌گیرم اما فعلاً برای زیاد دست گرفتن گوشی راهکاری ندارم و انجام ندادم».

**اعتماد و انتخاب رسانه:** سه دسته عوامل، ممکن است در ارتباط معنادار با اعتماد به رسانه باشند: ۱: شکل و نوع رسانه، ۲: نوع محتوا (مثلاً مطالب اقتصادی یا سیاسی) و ۳: گیرنده پیام (به این معنا که افراد با ویژگی‌های متفاوت) ممکن است به رسانه‌ها و مطالب آن‌ها اعتماد یکسان نداشته باشند (صبار و هیان، ۲۰۸:۱۳۹۴). در رابطه با این مضمون یکی از مصاحبه‌شوندگان این‌گونه توضیح داد: «به شاد و ایما و تلویزیون چون رسانه‌های ایرانی هست بیشتر اعتماد دارم ولی بیشتر از واتساپ استفاده می‌کنم چون سرعت واتساپ خیلی بهتر از شاد و ایما هست و همین که بیشتر دوستانم و کلاس درسم در واتساپ هست هم اینکه من کار با واتساپ را بیشتر بلدم و بیشتر می‌توانم در واتساپ کارم را انجام دهم اما رادیو و مجله و کتاب خیلی کم استفاده می‌کنم اما اعتماد دارم».

جمع‌بندی مضمون اصلی اول به همراه زیر مضمون‌های آن در نمودار ۱ ارائه شده است.



نمودار ۱. مضامین فرعی اولین مضمون اصلی

### مضمون اصلی دو: پرهیز از آسیب‌ها

عدم نشر اکاذیب: نشر اکاذیب مترادف است با انتشار دروغ و مطالب غیر واقعی که در شرایط کنونی جهان به علت وجود فضای مجازی، این رخداد گسترده‌تر و در حد جهانی واقع می‌شود، ضمن اینکه به علت انتشار اخبار در فضای مجازی نه تنها در یک منطقه محدود در دنیا، بلکه در سطح جهان دیده و شنیده می‌شود؛ بنابراین نشر اکاذیب در فضای مجازی تبعات به شدت گسترده‌ای خواهد داشت. در رابطه با این مضمون یکی از مشارکت‌کنندگان این‌گونه عنوان کرد: «اگر خبری درست باشد خود صدا و سیما و اخبار می‌گه به خاطر همین یه پیام میاد نباید اول سریع پیام را انتشار بدیم شاید اصلاً اشتباه باشه ما هم شریک هستیم توی پخش کردن این خبر»

دوری از مخاطب ناشناس و ناباب: از جمله آسیب‌هایی که فضای مجازی با خود به همراه دارد امکان ارتباط‌های غیرمفید و ناامن با افراد ناشناس و اعتماد بیجا به مخاطب ناشناس و ناباب است که زمینه‌های نفوذ آن‌ها را به حریم خصوصی افراد و سوءاستفاده از آن‌ها در زمینه‌های مختلف مالی و غیر مالی و کلاهبرداری را فراهم می‌کند. پرواضح است که بخش بزرگی از این آسیب ناشی از عدم آگاهی و شناخت کافی افراد از رسانه و طرز استفاده صحیح از آن است. در رابطه با این مضمون یکی از مصاحبه‌شوندگان این‌گونه توضیح داده است: «برای هک شدن گوشی پیام شخصی رو که نمی‌شناسیم باز نکنیم مثلاً توی گوشی میاره درخواست دوستی داره فلانی می‌زنیم پاک کردن و اصلاً هیچ کاریش نمی‌کنیم و پیام‌های اختاری هم نمی‌دهیم چون اون‌ها دوست دارن پیام بدهیم که ما را اذیت بکنند و ما را آزار بدهند یا مثلاً توی واتساپ این‌ها قسمتی هست که می‌تونیم فرد را مسدود کنیم من از این کارها نتیجه مثبت گرفتم»

عوارض جسمی: استفاده بیش از حد از رایانه و شبکه‌های مجازی، این آثار را به دنبال دارد: ۱- تیک‌های عصبی، ۲- فشارهای عصبی ۳- چشم درد ۴- رکود فعالیت‌های معده ۵- چاقی و عدم جذب چربی‌ها ۶- افزایش قند خون ۷- کم شدن فعالیت کلی بدن ۸- مشکلات تنفسی ۹- افتادن سرشانه‌ها ۱۰- خارج شدن ستون فقرات از حالت طبیعی ۱۱- انزوای اجتماعی. یکی از شرکت‌کنندگان در پژوهش در این رابطه این‌گونه توضیح داده است: «مشکلاتی که در استفاده از رسانه‌ها هست. استفاده زیاد از گوشی و تلویزیون به مدت زیاد چشم‌ها رو خراب می‌کنه چشم‌ها آسیب می‌بینه وقتی زیاد بهش نگاه کنم، پیام‌های خسته کننده میاد و خسته میشم من برای

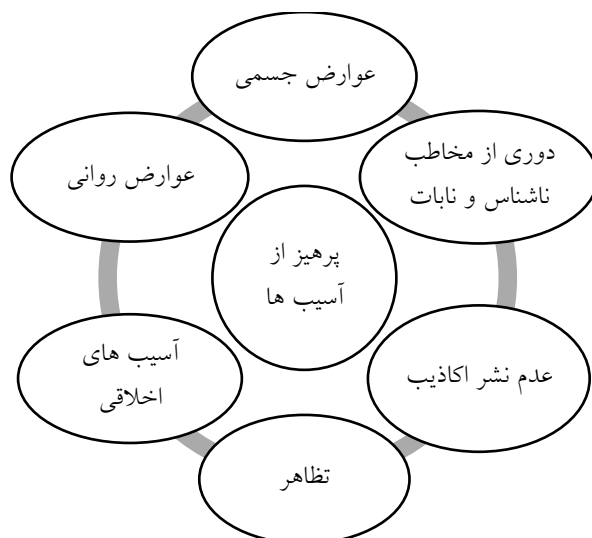
حل این مشکل‌ها به راه حل‌هایی فکر کردم مثلاً مشکل چشم که چشممون درد می‌گیره نباید مستقیم توی گوشی به مدت زیادی نگاه کنم میتونم هندزفری بزارم توی گوش فقط صدا رو گوش بدم».

عوارض روانی: استفاده‌ی تمام سنین از گوشی و ناآگاهی خانواده‌ها از معضلات آن باعث فشارهای روانی می‌شود که کودکان سنین کم را بیشتر در دام می‌اندازد و همچنین عرصه‌ای ایجاد می‌کند برای سوءاستفاده‌های مکرر فریبکاران. یکی از شرکت‌کنندگان در این رابطه چنین گفته است: «خیلی می‌ترسیدم از این که مو مو آوردن که میگفتن بچه‌ها رو گول میزنه چاقو دستشه گوشی هک میکنه و آدم میکشه و صداها و وحشتناک داشت خیلی می‌ترسیدم حتی توی خواب همش مومو می‌دیدم و توی بیداری هم خیال میکردم مومو داره بهم زنگ میزنه و تهدید میکنه».

تظاهر: در فضای مجازی که ارتباط رو در رو افراد با یکدیگر ممکن نیست افرادی از خود واقعی خویش فاصله گرفته و خود مجازی خویش را در بهترین حالت و شرایط به نمایش گذاشته‌اند و تظاهر به خوشبختی می‌کنند این امر آسیب‌هایی جدی به پیکره خانواده وارد می‌کند که خانواده‌ها به شرایط موجود خود راضی نبوده و حتی جوانان زیاده خواه شوند. یکی از مصاحبه‌شوندگان در این رابطه این‌گونه توضیح داده است: «یه مشکل بزرگ دیگه‌ای که هست بخاطر مجازی شدن همه چیز یه عده‌ای زندگی خودشون و وسایل زندگی‌شان را خیلی خوب نمایش می‌دهند و بقیه فکر می‌کنند فقط بی پولی و مشکلات برای آن‌ها هست و بقیه خوش هستند گول ظاهر زندگی کسی را می‌خورند و از زندگی خودشون لذت نمی‌برند».

آسیب‌های اخلاقی: آن چه می‌توان در اینترنت خطرناک‌تر تلقی شود، ارتباطی است که از طریق اتاق‌های گفتگو بین افراد برقرار می‌شود و در برخی موارد صدمات فراوانی به وجود می‌آورد. این اتاق‌های گفتگو که معمولاً در آن‌ها امکان ارتباط با نام‌های جعلی و مجهول وجود دارد، می‌توانند زمینه‌های لازم را برای ایجاد برخی از مفاسد اجتماعی به وجود آورند و تقریباً راهی برای جلوگیری از آن وجود ندارد. به جرأت می‌توان گفت که خطر شبکه‌های اجتماعی و گروه‌های موجود در پیام‌رسان‌های موبایل پایه مانند تلگرام به مراتب بیشتر از سایت‌های غیر اخلاقی موجود در اینترنت است. در این رابطه یکی از مصاحبه‌شوندگان عنوان کرد: «بعضی موقع‌ها بچه‌ها بدون اطلاع دادن منو می‌برند گروه‌های مختلط دختر پسری ولی من دوست

ندارم و سریع لفت میدم و از گروه میام بیرون اگر یکیشون بیان و بهم بگن چرا لفت دادی و چرا رفتی و بهشون میگم که منو دیگه این گروه‌ها نکنند چون اصلاً علاقه‌ای ندارم»  
جمع‌بندی مضمون اصلی دوم به همراه زیر مضمون‌های آن در نمودار ۲ ارائه شده است.



نمودار ۲. مضامین فرعی دومین مضمون اصلی

### بحث و نتیجه‌گیری

در عصر حاضر با توجه به پیشرفت سریع و چشمگیر تکنولوژی و از طرفی شیوع ناگهانی ویروس کرونا، رسانه تبدیل به یکی از ملزومات زندگی بشر شده و بیراه نیست اگر از آن به عنوان یکی از اعضای خانواده‌ها نام ببریم، چرا که امروزه شاهدیم افراد در صورت نبود رسانه احساس کمبود و خلأ می‌کنند و در بیشتر موارد جدا شدن از آن برای آن‌ها به منزله عقب افتادن از امور روزانه تلقی می‌شود و از طرفی برای بعضی‌ها ابزار درآمدزایی شده است. با توجه به این که رسانه امروز به بستری برای آموزش تبدیل شده و به نوعی کلاس درس دانش‌آموزان محسوب می‌شود و در کنار آسیب‌های فراوانی که دارد، از مزایای بیشماری نیز برخوردار است و همین امر داشتن سواد رسانه‌ای برای افراد را بیش از پیش ضروری می‌کند. یافته‌های پژوهش حاضر نشان دهنده دو مضمون اصلی «آشنایی و آگاهی کار با رسانه» و «پرهیز از آسیب‌ها» بود. این نتایج با نتایج پژوهش‌های صبار و هیان (۱۳۹۴)، میزبانی (۱۳۹۹)، شریفی‌رهنمو و همکاران (۱۳۹۹)، انصاری و همکاران (۱۴۰۰) و الفت و همکاران (۱۴۰۰)، Wiseman & Wrenn(2018)،

Jones-,Jang,et al(2021) Datu,et .Guess & et al. (2021) (2019) ,Valtonen & et al. al(2021) همخوانی دارد. در توضیح نتایج پژوهش، اعضای گروه نمونه سواد رسانه‌ای را به منزله لزوم آشنایی و آگاهی کار با رسانه دانسته و یادگیری انواع نرم‌افزارها و سخت‌افزارها و توانایی تشخیص درستی و نادرستی انواع محتواهای در دسترس را مورد توجه قرار داده و سودمندی انواع رسانه‌ها و همچنین توانایی حفظ امنیت خویش در فضای مجازی در جهانی که روز به روز چه از نظر تکنولوژی و جنبه‌های دیگر در حال پیشرفت سریع است و متعاقباً کلاهبرداری‌های هوشمندانه طراحی شده و قربانی‌های زیادی دارد لازم دانسته و اکثریت آن‌ها عدم مدیریت زمان و هدر رفتن وقتشان را معضلی می‌دانستند که دست به گریبانشان شده که نوعی اعتماد به رسانه و شبکه‌های مجازی محسوب می‌شود. همچنین نتایج نشان داد که اعتماد به رسانه را نمی‌توان دلیل انتخاب رسانه دانست، چرا که در پژوهش حاضر دانش‌آموزان به امنیت بیشتر شبکه‌های مجازی و رسانه‌های داخلی اقرار کرده ولی از رسانه‌های بیگانه به علت جذابیت بیشتر و سرگرمی بیشتر استفاده می‌نمایند. در دوران کنونی که فناوری‌های جدید اطلاعاتی و ارتباطی و به خصوص شبکه‌های اجتماعی مجازی یکی از اجزای اصلی زندگی بشر محسوب می‌شوند و موجب تغییر و تحولات چشم‌گیری در حوزه‌های گوناگون اجتماعی، فرهنگی و حتی سیاسی و اقتصادی جوامع شده‌اند لازم است که افراد برای بقا و حضور در چنین اجتماعی آموزش‌ها و مهارت‌های متفاوتی بیاموزند (شریفی و کرمی نومیوندی، ۱۳۹۷: ۱۱۲).

بنابراین نسل جدید نیازمند درک تأثیر رسانه‌های جمعی بر جوامع هستند و اگر کسی توانایی دسترسی، ارزیابی و تحلیل انتقادی را داشته باشد، محققاً بهتر و سریع‌تر به این درک می‌رسد (محمدی و جعفری، ۱۳۹۹: ۲). امروزه قدرت نفوذ رسانه‌ها و شکل‌گیری روابط در آن‌ها به حدی است که اگر کسی استفاده صحیح از آن‌ها نداند بی‌شک به آسیب‌های جبران‌ناپذیری دچار می‌شود. هدف سواد رسانه‌ای، دادن قدرت کنترل برنامه‌های رسانه به افراد است. این نوع از سواد فراگیران را قادر می‌سازد که بر محتوای اطلاعات مسلط شوند و کند و کاوهای خود را گسترش داده و به نوعی خود هدایت‌گری در آن‌ها تقویت شده و کنترل بیشتری بر یادگیری خود داشته باشند. لذا فرد قادر است دامنه اطلاعات مورد نیاز خود را تعیین کند و به شکل کارآمدتر و موثرتری به اطلاعات مورد نیاز دسترسی یابد، به گونه‌ای نقادانه به ارزیابی اطلاعات بپردازد، اطلاعات منتخب را بر مبنای دانش خویش تلفیق کند و از آن‌ها به شیوه‌ای کارآمد برای رسیدن به مقصودی مشخص استفاده کند و به روشی اخلاق‌مدارانه و قانون‌مدارانه به

اطلاعات دسترسی یافته و از آن بهره‌مند شود. متأسفانه یکی از آسیب‌های مهمی که در رابطه با رسانه‌ها تمامی افراد جامعه از خردسالان تا بزرگسالان را در بر گرفته است، گشت و گذارهای بی‌هدف در فضای مجازی و اعتیادگونه است که سرانجامی جز خستگی، سردرگمی، از دست دادن قدرت تفکر و پرخاشگری و بی‌حوصلگی ندارد. دانش‌آموزی که نمی‌داند چرا و به چه منظوری از رسانه استفاده می‌کند و نمی‌داند که به چه منظوری باید از رسانه استفاده کند، به طور طبیعی با مواجه شدن با رسانه تنها جذب سرگرمی‌های ظاهری آن شده و یا وقت ارزشمند خود را صرف حرف زدن‌های بی‌مورد و بی‌اساس در فضای مجازی و یا دیدن تصاویر و فیلم‌های پوچ می‌کند و بدین ترتیب زمان‌هایی را که می‌تواند به کسب علم بپردازد و یا استراحت کند و به دنبال سلامت جسم و نشاط خود باشد، به راحتی از دست می‌دهد.

در رابطه با افزایش سواد رسانه‌ای و استفاده از رسانه طبق اظهارات گروه نمونه مخاطبان دو روش را پیش گرفته‌اند خودآموزی و دیگرآموزی. براساس یافته‌های پژوهش دگرآموزی مقوله‌ای اصلی و مهم است که شامل گروه دوستان، فامیل، خانواده و افراد جامعه است که بر میزان یادگیری و چگونگی یادگیری فرد تاثیر می‌گذارد. خواه یا ناخواه آدم‌های پیرامون بر نحوه تفکر، گویش، منش و رفتار یکدیگر اثرگذارند و به ویژه کودکان که برای الگویی بزرگان و نزدیکان و آشنایان خود را موشکافانه بررسی و تحلیل می‌کنند و برای هر سوالی یا شک و تردیدی یا بحث علمی و غیر علمی که برایشان پیش می‌آید سراغ فرد مورد اعتمادشان می‌روند و به طور مستقیم و غیرمستقیم از محیط پیرامون خود می‌آموزند. همچنین دانش‌آموزان به اینکه یکی از عوامل تاثیرگذار بر سواد رسانه‌ای تلاش فردی است اشاره می‌کنند که بخشی از یادگیری بسته به خود فرد و خودآموز است و باید فرد روی پای خود ایستاده و برای ارتقای سطح سواد رسانه‌ای تلاش کند. به هر حال در کنار دستاوردهایی که رسانه برای زندگی بشر داشته است، از آسیب‌های آن نمی‌توان چشم‌پوشی کرد و ضروری است که برای دور ماندن از آن‌ها راه‌چاره‌ای اندیشیده شود تا این آسیب‌ها به حداقل برسد. سواد رسانه‌ای یکی از مسیرهایی است که به نظر می‌رسد مثر ثمر واقع شود و موجب می‌شود که مخاطب راه پرهیز از آسیب‌هایی مثل نشر اکاذب، وجود مخاطبان ناشناس و ناباب، عوارض جسمی، عوارض روانی، تظاهر و آسیب‌های اخلاقی را بیاموزد.

این پژوهش مانند سایر پژوهش‌ها با محدودیت‌هایی روبه‌رو بوده است که از جمله آن می‌توان به محدودیت گروه سنی به ۱۱-۱۲ سال اشاره کرد. از طرفی روش گردآوری داده‌ها

به شیوه مصاحبه تلفنی امری وقت گیر و دشوار بود. همچنین این پژوهش از لحاظ زمانی محدود به سال تحصیلی ۱۳۹۹ و گروه هدف پژوهش محدود به دانش‌آموزان دختر کلاس پنجم و ششم دختر استان یزد بود. در راستای کاربردی شدن نتایج این مقاله پیشنهاد می‌شود که وزارت آموزش و پرورش در رأس و سایر زیرمجموعه‌ها در مراتب بعدی آموزش سواد رسانه‌ای از سنین کمتر را حائز اهمیت دانسته و تدابیر لازم را در این زمینه اندیشیده و اجرا کنند و اقدامات لازم برای ایجاد یک بستر مجازی امن با جذابیت و کیفیت عالی برای نوجوانان فراهم کنند و نیز برنامه‌ای جهت آموزش والدین در راستای اهمیت سواد رسانه‌ای و اهمیت جایگاه آن در زندگی طراحی و اجرا شود.

## منابع

- اجاق، سیده زهرا. (۱۳۹۷). آموزش سواد رسانه‌ای به کودکان: معرفی شاخص‌های محتوای آموزش سواد رسانه‌ای در دبستان. *فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، ۱۴(۵۳)، ۲۲۱-۲۴۷.
- اسدی، ناصر. (۱۳۹۹). رابطه میان مصرف و سواد رسانه‌ای خبری دانش‌آموزان دبیرستانی شهر تهران. *دین و ارتباطات*، ۲۷(۵۷)، ۱۷-۵۶.
- اشرفی، احسان. (۱۳۹۳). بررسی تاثیر اینترنت در روابط اجتماعی نوجوانان؛ مورد مطالعه: دانش‌آموزان دوره دوم دبیرستان شهرستان پردیس. *پایان‌نامه کارشناسی ارشد*، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد شرق تهران.
- انصاری، سعید؛ سراجی، فرهاد و یوسف‌زاده، محمدرضا. (۱۴۰۰). چپستی، چرایی و چگونگی آموزش سواد رسانه‌ای در دوره ابتدایی. *فصلنامه فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات در علوم تربیتی*، ۱۱(۴)، ۱۲۷-۱۷۴.
- بابایی، سید مجتبی. (۱۳۹۸). بررسی رابطه بین سواد رسانه‌ای و آگاهی از حقوق شهروندی (مورد مطالعه: شهروندان تهرانی). *پایان‌نامه کارشناسی ارشد*، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران شرق.
- بهادری خسروشاهی، جعفر و برقی، عیسی. (۱۳۹۷). نقش سواد رسانه ای والدین و هویت اجتماعی بر مصرف رسانه ای دانش‌آموزان. *مطالعات رسانه‌های نوین*، ۴(۱۴)، ۲۹۰-۳۱۶.
- بهرادفر، امیر. (۱۳۹۸). رابطه سواد رسانه‌ای با کیفیت زندگی و سلامت اجتماعی کارکنان دانشگاه فرهنگیان خراسان رضوی. *پایان‌نامه کارشناسی ارشد*. دانشگاه حکیم سبزواری.
- بهرامی، اکبر. (۱۳۹۳). بررسی رابطه بین ویژگی‌های شبکه اجتماعی فیس‌بوک در جذب جوانان تهرانی. *پایان‌نامه کارشناسی ارشد*، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران شرق.

- ترک زاده، جعفر؛ مرزوقی، رحمت‌اله؛ محمدی، مهدی؛ محمدی، حبیب و جوکار، ناصر. (۱۳۹۷).  
تدوین برنامه درسی آموزش سواد رسانه‌ای در راستای بسط امنیت اجتماعی: یک مطالعه کیفی.  
فصلنامه رهیافتی نو در مدیریت آموزشی، ۲(۳۸)، ۱۱۳-۱۳۲.
- ساده، سید مهدی. (۱۳۹۶). نقص سواد رسانه‌ای دبیران و خبرنگاران در ارتقای سطح تولیدات  
خبری فرهنگی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران شرق.
- سالاریان، عنایت؛ صالحی امیری، سیدرضا؛ سلطانی فر، محمد؛ قیومی، عباسعلی و ابطحی، عطاء-  
اله. (۱۳۹۸). بررسی چگونگی آموزش سواد رسانه‌ای برای دانش‌آموزان اول ابتدایی. مطالعات توسعه  
اجتماعی-فرهنگی، ۸(۳)، ۲۳۶-۲۰۹.
- شاه‌محمدی، عبدالرضا و هنجنی زاده، یگانه. (۱۳۹۰). بررسی میزان سواد رسانه‌ای دانشجویان  
کارشناسی ارشد ارتباطات دانشگاه آزاد اسلامی. فرهنگ ارتباطات، ۱۱(۲)، ۱۴۷-۲۰۱.
- شریفی رهنمو، سعید؛ سراجی، فرهاد و شریفی رهنمو، مجید. (۱۳۹۹). رابطه بین میزان سواد  
رسانه‌ای با کاهش آسیب‌های اجتماعی استفاده از اینستاگرام با تأکید بر نقش پلیس (مورد مطالعه:  
 جوانان ۱۸ تا ۳۰ ساله شهر همدان). فصلنامه علمی مطالعات امنیت اجتماعی، ۱۱(۶۱)، ۱۳۳-  
۱۵۶.
- شریفی، سیدمهدی و کرمی نومیوندی، سجاد. (۱۳۹۷). بررسی ابعاد آموزش سواد رسانه‌ای و  
اطلاعاتی در نظام تعلیم و تربیت رسمی و عمومی کشور. دوفصلنامه دین و ارتباطات، ۲۵(۲)، ۱۱۱-  
۱۴۰.
- صالحی، کیوان؛ بازرگان، عباس؛ صادقی، ناهید و شکوهی یکتا، محسن. (۱۳۹۴). بازنمایی ادراکات  
و تجارب زیسته معلمان از آسیب‌های احتمالی ناشی از اجرای برنامه ارزشیابی توصیفی در مدارس  
ابتدایی. مطالعات اندازه‌گیری و ارزشیابی آموزشی، ۵(۹)، ۵۹-۹۹.
- صبار، شاهو و هیان، داوان. (۱۳۹۴). عوامل مرتبط با میزان اعتماد مخاطبان به رسانه‌های نوین و  
سنتی (نگاهی به نوع رسانه، محتوای پیام و ویژگی‌های مخاطب). مطالعات رسانه‌های نوین، ۱(۴)،  
۲۰۵-۲۴۷.
- طباطبایی، مرتضی و توکلی، غلامحسین. (۱۳۹۷). تقسیم‌بندی پدیدارشناسانه روابط انسان و  
تکنولوژی از نظر دون‌آیدی و ظرفیت‌های آن برای اخلاق کاربری تکنولوژی. مجله پژوهش‌های  
فلسفی، ۱۲(۲۳)، ۴۳-۶۰.
- علیقارداشی، عزت؛ سیفی، محمد؛ غفاری، خلیل و پویا، علیرضا. (۱۳۹۹). طراحی مدلی برای  
تبیین سواد رسانه‌ای در نظام آموزشی دوره دوم متوسطه ایران (پژوهشی بر اساس نظریه مبنایی)،  
دین و ارتباطات، ۲۷(۲)، ۲۹۶-۳۳۱.

- الفته، شهربانو؛ سرمدی، محمدرضا؛ محمدی نائینی، مژگان و جلالوندی، مهناز. (۱۴۰۰). طراحی و اعتباریابی الگوی آموزش سواد رسانه‌ای در دوره متوسطه با رویکرد کیفی. *فصلنامه رهبری و مدیریت آموزشی*، ۱۵(۲)، ۱۴۳-۱۶۱.
- فرقانی، محمدمهدی و خدامرادی، یاسین. (۱۳۹۸). نقش سواد رسانه‌ای در تعدیل اعتیاد اینترنتی (مطالعه موردی: دانش‌آموزان مقطع متوسطه دوم، چهارمحال و بختیاری). *مطالعات فرهنگ - ارتباطات*، ۲۰(۴۵)، ۸۵-۱۰۲.
- فقیهی، مهرناز و حسینی دانا، حمیدرضا. (۱۳۹۷). تاثیر سواد رسانه‌ای در کیفیت برنامه‌های رادیو ایران از منظر کارکنان آن رادیو، پنجمین همایش بین‌المللی مدیریت رسانه، تهران، <https://civilica.com/doc/828870>
- قاسم کرباسیان. (۱۳۹۳). نظریه گلوله جادویی. بازبازی شده در تاریخ ۱۴۰۲/۸/۱۹ از <http://pajoohi.ir>
- مجدی زاده، زهرا و موسوی حق شناس، سید میلاد. (۱۳۹۹). چستی و چرایی اخبار جعلی در عصر دیجیتال: فراتحلیل کیفی. *فصلنامه علمی مطالعات میان‌رشته‌ای ارتباطات و رسانه*، ۳(۷)، ۹۳-۱۲۴.
- محمدی، زهرا و جعفری، علی. (۱۳۹۹). بررسی مقایسه‌ای سواد رسانه‌ای دانش‌آموزان و والدین آن‌ها بر اساس طبقه‌بندی پاتر (مورد مطالعه: شهر اردبیل). *فناوری آموزش و یادگیری*، ۴(۱۴)، ۱-۲۱.
- محمودی، سیروس. (۱۳۹۷). بررسی برنامه درسی دوره ابتدایی و متوسطه اول و دوم بر مبنای توجه به مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای. *جامعه، فرهنگ و رسانه*، ۷(۲۸)، ۹۵-۱۱۲.
- محمودی، سیروس؛ رستگار، احمد و ایمانی فر، حمیدرضا. (۱۳۹۸). بررسی آسیب‌ها و چالش‌های آموزش سواد رسانه‌ای در مدارس. *جامعه، فرهنگ و رسانه*، ۸(۳۳)، ۸۳-۱۰۰.
- مظفری پور، روح اله. (۱۳۹۵). پس‌پدیدارشناسی به مثابه رویکردی در مطالعات فناوری آموزشی. *پژوهش‌نامه مبانی تعلیم و تربیت*، ۶(۲)، ۶۳-۸۱.
- مقدس‌زاده، حسن و صفاهیه، هاجر. (۱۳۹۶). سواد رسانه‌ای و آگاهی از آسیب‌های شبکه‌های اجتماعی. *مطالعات رسانه‌ای*، ۱۲(۳)، ۲۵-۳۵.
- میزبانی، فریده. (۱۳۹۹). جایگاه سواد رسانه در نظام آموزش و پرورش. *فصلنامه علوم خبری*، ۹(۳۶)، ۱۷۳-۲۰۰.
- نظرویی، حامد؛ یکتایار، مظفر و قاسمی، حمید. (۱۳۹۹). طراحی الگوی سواد رسانه‌ای در ورزش. *پژوهش‌های ارتباطی (پژوهش و سنجش)*، ۲۷(۲)، ۱۲۱-۱۴۹.

- Aagaard, J. (2017). Introducing postphenomenological research: A brief and selective sketch of phenomenological research methods. *International Journal of Qualitative Studies in Education*, 30(6), 519-533.
- Alighardashi, E., Seifi, M., Ghafari, K., & Poya, A. (2021). Designing a Model for Explaining Media Literacy in the Secondary Education System of Iran (Research Based on Grounded Theory). *Religion & Communication*, 27(2), 296-331. (In persian).
- Ansari, Saeid, Seraji, Farhad, Yousefzadeh, Mohammad Rez (2021). What, Why and How Media Literacy Education in the Primary Course. *Information and Communication Technology in Educational Sciences*, 4(0), 127-174. (In persian).
- Asady, N. (2020). Analyzing the Relationship between News Consumption and Media Literacy of High School Students in Tehran. *Religion & Communication*, 27(1), 17-56. (In persian).
- Ashrafi, E. (2014). *Investigating the effects of use of internet on social relationships of adolescents, case study: second year high school students of Pardis (Master of Art Dissertation)*. Islamic Azad University East Tehran Branch, Faculty of science of Communicatin, M.A. (In persian).
- 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(4), 239-252.
- Babaei, SM. (2019). The Relationship Between Media Literacy and Citizenship Awareness (Case Study: Tehran Citizens). *(Master of Art Dissertation)*. Islamic Azad University, East Tehran Branch, M.A. (In persian).
- Bahadorikhosroshahi, J., & Bargi, I. (2018). The role of Media literacy for parents and social identity with media consumption students. *New Media Studies*, 4(14), 290-316. (In persian).
- Bahrami, A. (2014). *The relationship between the absorption characteristics of the social network Facebook Iranian youth (Master of Art Dissertation)*. Islamic Azad University, East Tehran Branch, Faculty of Humanities. M.A. (In persian).
- Behradfar, A. (2019). *The relationship between media literacy and quality of life and social health of the staff of Farhangian University of Khorasan Razavi. (Master of Art Dissertation)*. Hakim Sabzevari University, Faculty of Theology and Islamic Sciences. M.A. (In persian).
- Celik, I., Muukkonen, H., & Dogan, S. (2021). A model for understanding new media literacy: Epistemological beliefs and social media use. *Library & Information Science Research*, 43(4), 101-125.
- Chen, D. T., Lin, T. B., Li, J. Y., & Lee, L. (2018). Establishing the norm of new media literacy of Singaporean students: Implications to policy and pedagogy. *Computers & Education*, 124, 1-13.
- Datu, J. A. D., Wong, G. S. P., & Rubie-Davies, C. (2021). Can kindness promote media literacy skills, self-esteem, and social self-efficacy among selected female secondary school students? An intervention study. *Computers & Education*, 161, 104062.

- Faghihi, M., Hoseini, Dana, H. (2018). The effect of media literacy status of Iran radio programs from the perspective of its employees. *5th international media management conference*, Tehran. (In persian). <https://civilica.com/doc/828870>.
- Forghani, M. M., Khodamoradi, Y. (2019). The Role of Media Literacy in Adjustment of Internet Addiction. *Journal of Culture-Communication Studies*, 20(45), 85-102. (In persian).
- Guess, A. M., Lerner, M., Lyons, B., Montgomery, J. M., Nyhan, B., Reifler, J., & Sircar, N. (2020). A digital media literacy intervention increases discernment between mainstream and false news in the United States and India. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 117(27), 15536-15545.
- Hidayat, F. P. (2021). Media Literacy Education for Students during Learning Online the Covid-19 Pandemic. Edunesia: *Jurnal Ilmiah Pendidikan*, 2(3), 628-634.
- Hypodermic needle model. Retrived November 10, 2023, from (<http://pajoohe.ir> (Karbasiyan, Gh. (2014)). (In persian).
- Jones-Jang, S. M., Mortensen, T., & Liu, J. (2021). Does media literacy help identification of fake news? Information literacy helps, but other literacies don't. *American Behavioral Scientist*, 65(2), 371-388.
- Mahmoudi, S. (2018). Study of First and Second Elementary and Secondary Curriculum Based on Media Literacy Components. *Society Culture Media*, 7(28), 95-112. (In persian).
- Mahmoudi, S., Rastgar, A., Imanifar, H. (2020). Investigating the harms and challenges of teaching media literacy in schools. *Society Culture Media*, 8(33), 83-100. (In persian).
- Majdzade, Z., Mousavi Haghshenas, M. (2020). The "Why & how" of Fake News in Digital Age: A Meta Analysis. *Journal of Interdisciplinary Studies in Communication and Media*, 3(7), 93-124. (In persian).
- Manca, S., Bocconi, S., & Gleason, B. (2021). "Think globally, act locally": A glocal approach to the development of social media literacy. *Computers & Education*, 160, 104025.
- Mizbani, P. (2021). The place of media literacy in the education. *News Science Quarterly (NS)*, 9(4), 173-200. (In persian).
- Moghaddaszadeh, H., Safahieh, H. (2018). Media Literacy and Awareness of the Social Network Damages. *Media Studies*, 12(3), 25-35. (In persian).
- Mohammadi, Z., Jafari, A. (2018). A Survey on Media Literacy among Secondary School Students and their Parents Based on Potter classification. *Educational Technologies in Learning*, 4(14), 1-21. (In persian).
- Mozaffaripour, R. (2017). Post-phenomenology as an Approach to Study in Educational Technology. *Foundations of Education*, 6(2), 63-81. (In persian).
- Nazarweisi, H., Yektayar, M., Ghasemi, H. (2020). Designing a Pattern of Media Literacy in Sport. *Communication Research*, 27(102), 121-149. (In persian).
- Notley, T., & Dezuanni, M. (2019). Advancing children's news media literacy: learning from the practices and experiences of young Australians. *Media, Culture & Society*, 41(5), 689-707.
- Ojagh, S. Z. (2019). Media Education for Children: True Content for School Children. *Cultural Studies & Communication*, 14(53), 221-247. (In persian).
- Olfateh, Sh., Sarmadi, M., Mohammadi, Naeeni, M., Jalalvandi, M. (2021). Designing and validating the media literacy teaching model in secondary school with a qualitative

- approach. *Quarterly Journal Of Educational Leadership & Administration*, 2(0), 143-161. (In persian).
- Rasi, P., Vuojärvi, H., & Rivinen, S. (2021). Promoting media literacy among older people: A systematic review. *Adult Education Quarterly*, 71(1), 37-54.
  - Reisoğlu, İ., Toksoy, S. E., & Erenler, S. (2020). An analysis of the online information searching strategies and metacognitive skills exhibited by university students during argumentation activities. *Library & Information Science Research*, 42(3), 101019.
  - Rosenberg, H., Syed, S., & Rezaie, S. (2020). The Twitter pandemic: The critical role of Twitter in the dissemination of medical information and misinformation during the COVID-19 pandemic. *Canadian Journal of Emergency Medicine*, 22, 418-421.
  - Sabbar, S., & Hyun, D. (2015). What do We Trust? A Study On Credibility of New and Old Media and Relations With Medium, Content and Audience Characteristics. *New Media Studies*, 1(4), 205-247. (In persian).
  - Sadeh, SM. *Role of media literacy of teachers and correspondents for improving cultural news products (Master of Art Dissertation)*. Islamic Azad University, East Tehran Branch, Faculty of Humanities. M.A. (In persian).
  - Salariyan E, Salehiamiri S R, Soltanifar M, qayyumi A. (2020) Investigating how media literacy is taught to elementary students. *Quarterly Journal of Socio - Cultural Development Studies*. 8 (3) :209-236. (In persian).
  - Salehi, K., Bazargan, A., Sadeghi, N., & Shokoohi-Yekta, M. (2015). Representing the Teachers' Perceptions and Lived Experiences of the Possible Damages for Implementing the Descriptive Evaluation Scheme in Primary Schools. *Educational Measurement and Evaluation Studies*, 5(9), 59-99. (In persian).
  - Shahmohammadi, Ab, Hanjanizadeh, Y. (2011). Evaluation of Media Literacy among M.A. Students in Islamic Azad University, Tehran Central Branch. *Journal of Culture-Communication Studies*. 1-17. (In persian).
  - Sharifee, S. M., & Karami Namivandi, S. (2019). The Study of the Dimensions of Media and Information Literacy in the Formal and Public Education System of the Country. *Religion & Communication*, 25(2), 111-140. (In persian).
  - Sharifi Rahnmo, M, SERAJI, F, & Sharifi Rahnmo, S. (2020). The Relationship between Media Literacy and Reduction of Social Harms of Using Instagram while Stressing the Role of Police. *SOCIETAL SECURITY STUDIES*, 11(61), 133-156. (In persian).
  - Strauss, A. & Corbin, J. (2008). *Basics of Qualitative Research*, Second Edition, London: Sage Publications
  - Tabatabaee, M., Tavakkoli, G. (2018). Postphenomenological Division of Human Relationship with Technology from Don Ihde's View and Its Capacities for the Ethics of Using Technology. *Journal of Philosophical Investigations*, 12(23), 43-60. (In persian).
  - Torkzadeh, J., Marzoghi, R., Mohammadi, M., Ahmadi, H., & Joukar, N. (2019). Developing a curriculum for media literacy education in order to enhance discipline and social security: a qualitative study. *Journal of New Approaches in Educational Administration*, 10(38), 113-132. (In persian).
  - Tsortanidou, X., Daradoumis, T., & Barberá-Gregori, E. (2022). Convergence among imagination, social-emotional learning and media literacy: an integrative literature review. *Early Child Development and Care*, 192(2), 173-186.

- Valtonen, T., Tedre, M., Mäkitalo, K., & Vartiainen, H. (2019). Media Literacy Education in the Age of Machine Learning. *Journal of Media Literacy Education*, 11(2), 20-36.
- Vraga, E. K., & Tully, M. (2021). News literacy, social media behaviors, and skepticism toward information on social media. *Information, Communication & Society*, 24(2), 150-166.
- Wiseman, A. M., & Wrenn, M. (2018). Critical Media Literacy for Elementary Students in an After-School Programme. *Pedagogika*, 68(3), 265-278.