

تبیینی بر تربیت رسانه ای با بهره گیری از هوش مصنوعی در توسعه تاب آوری

*ایرج علی اکبری، زهرا امینی تهرانی، نیلوفر جباری، نوید علی اکبری

۱- دکترای تعلیم و تربیت، عضو هیئت علمی وابسته دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان اصفهان

dr.aliakbari@iau.ac.ir

۲- کارشناسی دبیری زبان انگلیسی

zahraamini961367@gmail.com

۳- کارشناسی روان شناسی آموزگار ناحیه ۴ اصفهان

Navidemarefat@gmail.com

۴- دانشجوی کارشناسی مهندسی کامپیوتر

navid.aliakbari@iau.ac.ir



MDOI-02-2026.0433

MNR-447-2-7AC8E9

چکیده

گسترش روز افزون فناوری های دیجیتال و نفوذ هوش مصنوعی در عرصه های مختلف ارتباطی و رسانه ای، شیوه های تولید، توزیع و دریافت اطلاعات را به طور قابل توجهی دگرگون کرده است. در چنین فضایی تربیت رسانه ای به عنوان یکی از ضرورت های مهم آموزشی و فرهنگی مطرح می شود؛ زیرا می تواند در زمینه فهم، تحلیل و ارزیابی آگاهانه پیام های رسانه ای فراهم سازد. از سوی دیگر قرار گرفتن افراد در معرض حجم گسترده ای از اطلاعات و پیام های گوناگون نیاز به تقویت توانایی های شناختی و روانی برای مواجهه با چالش های رسانه ای را افزایش داده است. از این رو توجه به نقش هوش مصنوعی در ارتقای فرآیندهای تربیت رسانه ای و توسعه ظرفیت های فکری افراد اهمیت ویژه ای پیدا کرده است. پژوهش حاضر با هدف تبیین نقش تربیت رسانه ای مبتنی بر هوش مصنوعی در توسعه تاب آوری انجام شده است. این مطالعه با رویکردی تبیینی بر هوش مصنوعی و با استفاده از روش تحلیل اسنادی و کتابخانه ای و کیفی و با استفاده از منابع پژوهشی مرتبط به بررسی مبانی نظری و پژوهش مرتبط در حوزه تربیت رسانه ای، هوش مصنوعی و تاب آوری پرداخته است. در این چارچوب نقش فناوری های هوشمند در تقویت سواد رسانه ای، ارتقای مهارت های تحلیل و ارزیابی پیام های رسانه ای و پرورش تفکر انتقادی مورد توجه قرار گرفته است. نتایج بررسی ها نشان می دهد که بهره گیری آگاهانه از ظرفیت های هوش مصنوعی در برنامه های تربیت رسانه ای می تواند زمینه ارتقای سواد رسانه ای، رشد تفکر و افزایش تاب آوری افراد را در مواجهه با چالش ها و پیچیدگی های فضای رسانه ای فراهم کند. بر این اساس توجه به طراحی و توسعه برنامه های آموزشی مبتنی بر فناوری های هوشمند می تواند گامی موثر در جهت توانمند سازی افراد و ارتقای تعامل آگاهانه آنان با محیط رسانه ای باشد.

کلیدواژه ها: تاب آوری، تربیت رسانه ای، سواد رسانه ای، هوش مصنوعی، رشد تفکر.

مقدمه

هدف از پژوهش حاضر، تبیین نقش مولفه های توسعه تاب آوری با بهره گیری از هوش مصنوعی در بستری از تربیت رسانه است. در دهه اخیر، ظهور و گسترش پرشتاب فناوری های نوین ارتباطی و شبکه های اجتماعی، پارادایم های حاکم بر فضای آموزشی و تعاملات اجتماعی را به طور بنیادین دگرگون ساخته است. این تحولات ضمن فراهم سازی بستری برای دسترسی آسان به اطلاعات، چالش های پیچیده ای نظیر انتشار اخبار کذب و تحلیل تفکر انتقادی و آسیب افراد در برابر محتوای مخرب به همراه داشته است. در چنین فضایی، تربیت رسانه ای نه صرفا به عنوان یک مهارت فنی؛ بلکه به عنوان ضرورتی جهت تقویت ابعاد شناختی و اخلاقی مخاطبان تبدیل شده است. پژوهش های پیشین نشان می دهند که آموزش سواد رسانه ای نقش کلیدی در ارتقای تاب آوری روانی و اجتماعی دارد. در این سیاق "تاب آوری" به عنوان ظرفیت فرد برای حفظ تعادل روانی و اتحاد واکنش های سازگارانه با فشارهای زیست بوم دیجیتال تبیین می شود (علی پور، ۱۳۸۹). در این راستا تربیت رسانه ای با بهره گیری از ظرفیت های آموزشی و تحلیلی هوش مصنوعی، زمینه ساز نوعی پرسشگری می شود که طی آن فرد از حالت "پذیرندگی منفعل" به "ارزیابی کننده فعال" تبدیل می گردد. این فناوری به فرد اجازه می دهد تا ساختارهای معنایی، پیام های نهفته در تصاویر و روایت های تولید شده توسط هوش مصنوعی را بازخوانی کرده و از افتادن در دام سوگیری های الگوریتمی اجتناب کند، به گونه ای که هوش مصنوعی نه به عنوان چالشی تهدیدآمیز، بلکه به عنوان ابزاری برای توسعه ساختارهای شناختی و رشد قوه قضاوت در یادگیرندگان عمل می کند (رستمی، ۱۴۰۲؛ امینی و محمدی، ۱۴۰۰). ضرورت آشنایی افراد با این مولفه ها و تلاش برای کسب مهارت های انطباقی در عصر فضای هوشمند، پژوهش حاضر ما را برآن داشت تا با این پرسش بنیادین پاسخ دهد که چگونه مولفه های تربیت رسانه ای می توانند با بهره گیری از قابلیت های هوش مصنوعی تبیین و بهینه سازی شوند تا منجر به ارتقای تاب آوری فردی و اجتماعی گردند؟ در نهایت، این مطالعه با رویکردی تبیینی در پی ارائه چارچوبی است که در آن هوش مصنوعی نه به عنوان یک ابزار جانبی، بلکه به مثابه یک محرک تحول آفرین فرآیند تربیت رسانه ای را باز تعریف کند. در این چارچوب، تربیت رسانه ای از یک کنش واکنشی محافظه کارانه به یک راهبرد فعال، هوشمند و پیش دستانه در جهت توسعه تاب آوری پایدار مخاطبان تبدیل خواهد شد. با توجه به موارد فوق ضرورت درک این تغییر الگو از محتوای ایستا به سامانه های هوشمند پویا بیش از پیش احساس می شود. از همین رو، نوشتار پیش رو با تدوین بیان مسئله ای مبتنی بر تقابل میان سرعت تحولات فناورانه و ظرفیت های شناختی موجود، بستری را برای واکاوی چالش های پیش رو و ارائه راهکارهای عملیاتی جهت توسعه تاب آوری در عصر هوش مصنوعی فراهم می آورد. تحولات سریع فناوری های دیجیتال و گسترش کاربردهای هوش مصنوعی در سال های اخیر، فضای رسانه ای را به طور چشمگیری دگرگون کرده است. امروزه بخش قابل توجهی از اطلاعات و پیام های رسانه ای از طریق الگوریتم های هوشمند تولید، پردازش و توزیع می شوند. این الگوریتم ها با تحلیل رفتار افراد، محتوای رسانه ای را شخصی سازی کرده و جریان اطلاعات را به گونه ای هدایت می کنند که می توانند ادراک، نگرش و حتی تصمیم گیری افراد تاثیر بگذارد. در چنین شرایطی، افراد به طور مداوم در معرض حجم گسترده ای از داده ها، اخبار و پیامهایی قرار دارند که بخشی از آنها ممکن است نادرست، دستکاری شده یا جهت دار باشد و حتی به شکل گیری پدیده هایی مانند سوگیری های شناختی منجر شود. این وضعیت، مواجهه آگاهانه و نقادانه با پیام های رسانه ای را به یکی از چالش های مهم عصر حاضر تبدیل کرده است. در این میان، تربیت رسانه ای به عنوان یکی از رویکردهای مهم آموزشی می تواند نقش موثری در توانمندسازی افراد برای درک، تحلیل و ارزیابی پیام های رسانه ای ایفا کند. تربیت رسانه ای با تقویت سواد رسانه ای به افراد کمک می کند تا علاوه

بر دسترسی آگاهانه به اطلاعات، توانایی تحلیل، نقد و ارزیابی محتوای رسانه ای را نیز به دست آوردند. شکل گیری چنین مهارت هایی به طور مستقیم با رشد تفکر انتقادی و تاملی مرتبط است؛ مهارت هایی که افراد را قادر می سازند سازوکارهای تولید و انتشار پیام های رسانه ای را بهتر درک کرده و در برابر پیامهای فریبنده یا دستکاری شده واکنش سنجیده تری نشان دهند. با این حال، بسیاری از چارچوب های سنتی تربیت رسانه ای متناسب با تحولات عمیق ناشی از ظهور هوش مصنوعی طراحی نشده اند و در مواجهه با پیچیدگی های جدید محیط رسانه ای نیازمند بازنگری و توسعه هستند. از سوی دیگر در دهه های اخیر مفهوم تاب آوری به عنوان یکی از ظرفیت های مهم برای سازگاری موثر با شرایط پیچیده و فشارهای محیطی مورد توجه قرار گرفته است. در فضای رسانه ای امروز که افراد به طور مداوم با اخبار نگران کننده، اطلاعات متناقض و بحرانهای اطلاعاتی مواجه اند، برخورداری از سطحی از تاب آوری شناختی و هیجانی اهمیت ویژه ای دارد. تاب آوری به افراد کمک می کند تا در مواجهه با فشارهای اطلاعاتی و رسانه ای، تعادل شناختی و روانی خود را حفظ کرده و با تحلیل منطقی و آگاهانه اطلاعات، واکنش های مناسب تری نشان دهند. پژوهش ها نشان می دهد که توانایی تحلیل پیامهای رسانه ای و سطح سواد رسانه ای می تواند نقش مهمی در تقویت این نوع تاب آوری ایفا کند. در این میان هوش مصنوعی نیز به عنوان یکی از مهمترین فناوری های نوظهور، ظرفیت های قابل توجهی برای تحول در فرآیندهای آموزشی و تربیتی فراهم کرده است. ابزارهای مبتنی بر هوش مصنوعی با قابلیت هایی همچون شخصی سازی یادگیری، تحلیل الگوهای یادگیری، تولید محتوای تعاملی و فراهم کردن محیط های یادگیری هوشمند، می توانند زمینه های تازه ای برای ارتقای برنامه های تربیت رسانه ای فراهم کنند. بهره گیری هوشمند از این فناوری می تواند فرایند یادگیری سواد رسانه ای را عمیق تر کرده و از طریق تقویت مهارت های شناختی و رشد تفکر انتقادی به توسعه تاب آوری افراد در مواجهه با چالشهای محیط رسانه ای کمک کند. با وجود اهمیت این موضوع بررسی ادبیات پژوهش نشان می دهد که هنوز رابطه میان تربیت رسانه ای، ظرفیت های هوش مصنوعی و توسعه تاب آوری به صورت تلفیقی و نظام مند مورد توجه قرار نگرفته است. بسیاری از مطالعات به طور جداگانه به سواد رسانه ای، پیامدهای هوش مصنوعی با مفهوم تاب آوری پرداخته اند، اما کمتر پژوهشی تلاش کرده است چگونگی بهره گیری از قابلیت های هوش مصنوعی در فرایند تربیت رسانه ای و نقش آن در تقویت سواد رسانه ای، رشد تفکر و در نهایت توسعه تاب آوری را تبیین کند. براین اساس مسئله اصلی پژوهش حاضر آن است که تربیت رسانه ای مبتنی بر هوش مصنوعی چگونه می تواند از طریق ارتقای سواد رسانه ای و رشد مهارت های تفکر به توسعه تاب آوری افراد در مواجهه با چالشهای محیط رسانه ای معاصر دست یافت.

روش تحقیق

پژوهش حاضر با هدف تبیین نقش تربیت رسانه ای مبتنی بر هوش مصنوعی در توسعه تاب آوری انجام شد و از نظر رویکرد کیفی و از نوع تبیینی است. انتخاب این روش به دلیل ماهیت مفهومی و میان رشته ای موضوع پژوهش صورت گرفته است؛ زیرا بررسی ارتباط میان تربیت رسانه ای، فناوری های هوش مصنوعی و مفهوم تاب آوری مستلزم تحلیل مبانی نظری و نتایج پژوهش های پیشین است. در این چارچوب تلاش گردید با تحلیل نظام مند منابع علمی، مولفه ها و ابعاد تاثیر گذار تربیت رسانه ای مبتنی بر هوش مصنوعی در تقویت تاب آوری شناسایی و تبیین شود. گردآوری داده ها به روش کتابخانه ای و اسنادی انجام شده است. بدین منظور منابع علمی معتبر شامل کتابها، مقالات علمی - پژوهشی، پایان نامه ها و گزارش های علمی مرتبط با حوزه های تربیت رسانه ای، سواد رسانه ای، کاربردهای هوش مصنوعی در آموزش و تاب آوری مورد بررسی قرار گرفت. تحلیل داده ها با بهره گیری از روش تحلیل محتوای کیفی انجام پذیرفت. در این فرآیند، مفاهیم و گزاره های کلیدی مرتبط با پژوهش از منابع

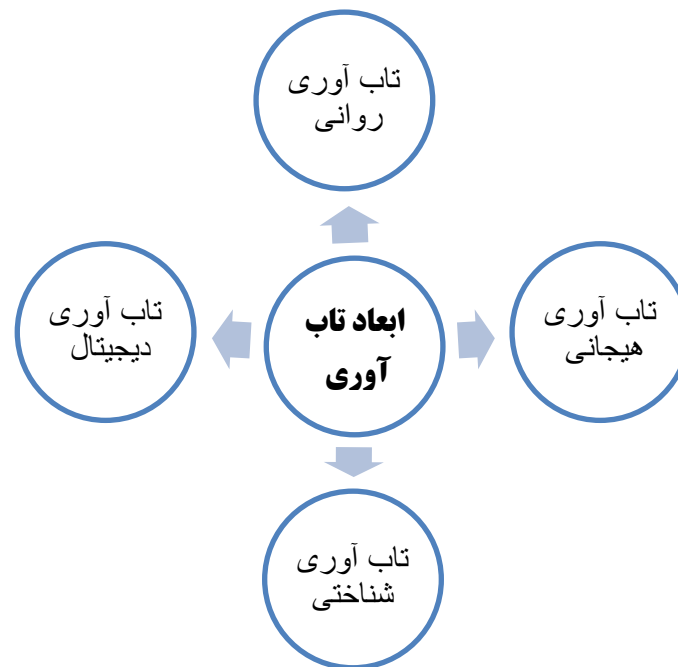
علمی استخراج و براساس شباهت های مفهومی طبقه بندی شد و سپس روابط آن ها مورد تفسیر قرار گرفت. جامعه مفهومی پژوهش شامل تمامی منابع علمی مرتبط با موضوع بوده و نمونه گیری به صورت هدف مند و براساس میزان ارتباط و اعتبار علمی منابع انجام شده است. در نهایت براساس نتایج تحلیل منابع چارچوبی مفهومی ارائه شد که نشان می دهد بهره گیری آگاهانه از ظرفیت های هوش مصنوعی در تربیت رسانه ای می تواند با تقویت مهارت هایی مانند تفکر انتقادی، تحلیل پیام های رسانه ای و مدیریت هیجانات در مواجهه با اطلاعات، زمینه افزایش تاب آوری افراد در برابر چالش های فضای مجازی رسانه ای و اجتماعی را فراهم سازد. اهمیت و ضرورت: تحولات گسترده در فناوری های ارتباطی و گسترش هوش مصنوعی در بسترهای رسانه ای، الگوهای دسترسی تولید و مصرف اطلاعات را به طور چشمگیری دگرگون ساخته است. در چنین شرایطی، افراد با حجم فرآیندهای از اطلاعات، پیام های متنوع و گاه گمراه کننده مواجه اند که می تواند بر فرآیندهای شناختی، تصمیم گیری و تعاملات اجتماعی آنان تاثیر بگذارد. از این رو تقویت توانایی افراد در مواجهه آگاهانه با رسانه ها و مدیریت فشارهای اطلاعاتی به یک ضرورت اساسی در نظام های آموزشی و فرهنگی تبدیل شده است. در این میان تربیت رسانه ای با تاکید بر ارتقای سواد رسانه و رشد تفکر انتقادی می تواند زمینه ساز توانمندسازی افراد برای تحلیل و ارزیابی پیامهای رسانه ای و در نتیجه تقویت تاب آوری در برابر چالش های محیط رسانه ای باشد. از سوی دیگر؛ هوش مصنوعی با فراهم سازی ظرفیت هایی مانند تحلیل هوشمند داده ها، شخصی سازی فرآیندهای یادگیری و طراحی محیط های آموزشی تعاملی، فرصت های نوینی برای ارتقای فرآیندهای تربیت رسانه ای فراهم کرده است. با وجود این ظرفیت ها، هنوز چارچوب های نظری منسجم برای تبیین چگونگی بهره گیری از هوش مصنوعی در تربیت رسانه ای به منظور توسعه تاب آوری افراد رسانه ها به طور کافی مورد توجه قرار نگرفته است؛ بنابراین انجام پژوهشی که تبیین پیوند میان تربیت رسانه ای جهت توسعه تاب آوری بپردازد. از منظر نظری و کاربردی دارای اهمیت و ضرورت ویژه ای است و می تواند به غنای ادبیات علمی این حوزه و ارائه راهکارهایی برای نظام های آموزشی و فرهنگی در عرصه رسانه های هوشمند کمک کند.

مبانی نظری

تاب آوری

در سال های اخیر، مفهوم تاب آوری در ادبیات علمی فارسی بویژه در حوزه های روانشناسی، علوم تربیتی و مطالعات رسانه مورد توجه گسترده پژوهشگران رسانه قرار گرفته است. تاب آوری فرآیندی پویا است که طی آن فرد در مواجهه با فشارها و بحران های زندگی قادر است سازگاری موثری نشان دهد و سطح عملکردی روانی و اجتماعی خود را حفظ یا بازیابی کند (بشارت، ۱۳۹۹). تاب آوری به مجموعه ای از مهارت های شناختی و رفتاری گفته می شود که به افراد کمک می کند در مواجهه با تهدیدها و چالش های فضای مجازی آن لاین، رفتار آگاهانه و سازگارانه ای را از خود نشان دهند (صالحی، ۱۴۰۲). تاب آوری در معنای تخصصی توانایی فرد یا نظام اجتماعی برای مقاومت، سازگاری، بازیابی و تداوم عملکرد مطلوب در مواجهه با بحران ها، فشارها، تهدیدها و آشفتگی هاست. در بافت رسانه ای و دیجیتال، تاب آوری صرفا ناظر به استقامت روانی نیست، بلکه دارای ابعاد شناختی، اطلاعاتی، اجتماعی و فناورانه نیز هست، به این معنا که فرد بتواند در برابر انبوه داده ها، اخبار کاذب، فشارهای اقناعی، دستکاری های شناختی و اختلال های ناشی از محیط رسانه ای ثبات تحلیلی، تعادل هیجانی و توان تصمیم گیری آگاهانه خود را حفظ کند. براین اساس تاب آوری رسانه ای یا دیجیتال نوعی ظرفیت فعال برای مواجهه سنجیده با مخاطرات اطلاعاتی است و با سواد رسانه ای، تفکر انتقادی و خود تنظیمی شناختی پیوند مستقیم دارد. هرچه سطح سواد رسانه ای فرد بالاتر باشد، توان او در

شناسایی تحریف، پرهیز از واکنش های هیجانی و حفظ قضاوت مستقل بیشتر می شود و این همان تقویت تاب آوری در زیست بوم رسانه ای است (آتش زر؛ شفیع آبادی و حمیدی پور، ۱۴۰۴).



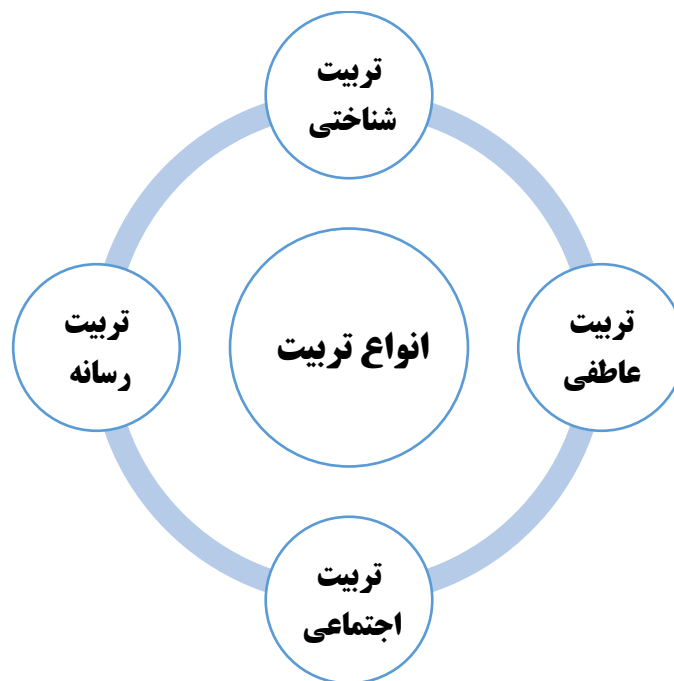
ابعاد تاب آوری

تاب آوری مفهومی چند بعدی است که به ظرفیت فرد برای سازگاری موثر با فشارها، بحران ها و ناکامی ها اشاره دارد و در ابعاد روانی، هیجانی، شناختی و دیجیتال نمود پیدا می کند. این ابعاد نشان می دهند که تاب آوری صرفاً یک ویژگی فردی نیست بلکه حاصل تعامل توانمندیهای درونی با حمایت ها و شرایط محیطی در فرآیند مقابله و بازگشت به تعادل است. تاب آوری روانی به توانایی فرد در حفظ تعادل، ثبات عاطفی و عملکرد بهینه در برابر فشارهای روانی و رویدادهای تنش زا اشاره دارد. این سازه یک فرآیند پویا است که از تعادل عوامل فردی، هیجانی و محیطی حاصل می شود و به فرد امکان می دهد پس از مواجهه با بحران یا آسیب وضعیت روانی سالم خود را بازیابد. افراد دارای سطح بالاتر تاب آوری روانی از مهارت های مقابله ای موثر، احساس خودکارآمدی و حمایت های اجتماعی برای جلوگیری از آسیب روانی و بازسازی ذهنی استفاده می کنند (دیوید سون، ۲۰۰۵، به نقل از محمدی ۱۳۸۵). تاب آوری روانی به ظرفیت یک فرد برای حفظ سلامت روان و کنترل رفتار و افکار خود در مواجهه با شرایط سخت، ناکامی ها و فشارهای روانی گفته می شود. این ویژگی شامل مهارت های مقابله ای، انعطاف پذیری شناختی و توان بازسازی روانی است (قادر، ۱۳۹۵). تاب آوری هیجانی: تاب آوری هیجانی مفهومی است ناظر به ظرفیت فرد در تنظیم و مدیریت هیجان ها و حفظ پایداری عاطفی در موقعیت های استرس زا و چالش برانگیز. فرد تاب آور هیجانی قادر است هیجان های منفی چون خشم، اضطراب و ناامیدی را به شیوه ای سازنده و هدفمند مهار کرده و از هیجان های مثبت هم چون امید و خوش بینی برای بازگشت به تعادل روانی استفاده کند. این بعد از تاب آوری با انعطاف پذیری هیجانی، خود تنظیمی عاطفی و عقلانیت هیجانی ارتباط تنگاتنگ دارد و نقش محافظتی مهمی در سلامت روان ایفا می کند (گروس ۲۰۱۵، به نقل از علیزاده و مظفری، ۱۳۹۶). تاب آوری شناختی: تاب آوری شناختی به توانایی ذهن برای حفظ بازبانی کارکردهای شناختی مانند توجه، حافظه، تصمیم گیری و حل مسئله در مواجهه با استرس های ذهنی و موقعیت های دشوار اطلاق می شود. این نوع تاب آوری بیانگر

انعطاف پذیری فکری و توانایی تطبیق راهبردهای شناختی در شرایط فشار است. به گونه ای که فرد بتواند عملکرد ذهنی خود را در شرایط ناکارآمدی یا بازشناختی نقش محوری در سازگاری یادگیری و پیشگیری از اختلال در فرآیندهای اطلاعاتی دارد (شلیدز، ۲۰۱۶، به نقل از احمدی و هاشمی، ۱۳۹۸).

تاب آوری دیجیتال: تاب آوری دیجیتال به توانایی فرد در مقابله آگاهانه و مسئولانه با چالش ها و آسیبهای فضای دیجیتال از جمله اطلاعات نادرست، فشارهای اجتماعی مجازی، تهدیدهای امنیتی و فرسودگی روانی ناشی از محیط های آن لاین اشاره دارد. این تاب آوری شامل استفاده راهبردی از فناوری، سواد رسانه ای، خود تنظیمی در مصرف رسانه و حفظ سلامت روانی و ارتباطی در محیط های مجازی است. در سطح کلان تاب آوری دیجیتال یکی از شاخص های مهم شایستگی دیجیتال و تطبیق فرهنگی با تحولات رسانه ای عصر هوش مصنوعی محسوب می شود (استون، ۲۰۱۸، به نقل از شفیع، ۱۴۰۰). تاب آوری در رویکردهای معاصر به مثابه سازه ای فرآیندی و چند بعدی فهم می شود که بر مدار خودتنظیمی شناختی، هیجانی رفتاری امکان حفظ انسجام روانشناختی و باز سازمان دهی کارکرد انطباقی را در مواجهه با فشارها و عدم قطعیت های محیطی فراهم می آورد (خسروی و همکاران، ۱۴۰۱؛ حاتمی و همکاران، ۱۴۰۲). در تلاقی بازیست بوم تربیت رسانه ای، این سازه در مواجهه با فناوری های نوین به ظرفیت "تحلیل نقادانه"، "تشخیص سوگیری های الگوریتمی" و "مدیریت هوشمندانه پیامدهای روانی ناشی از اقناع هوش مصنوعی" ارتقا می یابد؛ از این رو تاب آوری به مثابه ظرفیت گذار از انفعال به عاملیت فعال تعریف می شود که به کنشگر امکان میدهد ضمن حفظ استقلال ادراکی و پایداری در برابر دستکاری های شناختی، رفتار رسانه ای آگاهانه و مسئولانه را در فضای پیچیده و الگوریتم محور عصر دیجیتال استمرار ببخشد (نوری و صادقی، ۱۴۰۲).

تربیت: واژه تربیت در لغت از ریشه "ربو" یا "رب" گرفته شده است و به معنای رشد دادن، پرورش دادن و رساندن به کمال میباشد. تربیت یعنی پروردن، پرورش دادن و فراهم آوردن اسباب رشد جسمی، عقلی و اخلاقی انسان می باشد. (دهخدا، ۱۳۶۱). تربیت در اصطلاح علوم تربیتی فرآیندی هدف مند و مستمر است که با تاثیرگذاری بر ابعاد مختلف وجود انسان اعم از شناختی، عاطفی، اخلاقی، اجتماعی و معنوی زمینه رشد و شکوفایی استعدادهای فرد را فراهم می سازد. تربیت عبارت است از فراهم آوردن زمینه برای شکوفا شدن استعدادهای درونی انسان در جهت مطلوب می باشد (شریعت مداری، ۱۳۹۸). تربیت در ادبیات علوم تربیتی به عنوان یکی از اساسی ترین مفاهیم نقش محوری در تبیین فرآیند رشد و شکل گیری شخصیت انسان ایفا می کند و همواره در کانون توجه اندیشمندان تعلیم و تربیت قرار داشته است. این مفهوم به دلیل ارتباط مستقیم با رشد و شکوفایی ابعاد مختلف شخصیت انسان از مفاهیم کلیدی در نظام های آموزشی و اجتماعی محسوب می شود. از این رو صاحب نظران حوزه تعلیم و تربیت تلاش کرده اند تعاریف گوناگونی از تربیت ارائه دهند. تربیت عبارت است از پرورش، نظم، انضباط و تعلیم؛ زیرا انسان تنها موجودی است که باید تربیت شود و این تربیت، هنر پرورش استعدادهای طبیعی انسان است (کانت به نقل از غلامحسین شکوهی، ۱۳۹۱). تربیت فرآیندی است که به رشد و کمال همه جانبه شخصیت انسان کمک می کند تا فرد بتواند استعدادهای خود را در مسیر مطلوب فردی و اجتماعی شکوفا سازد (شکوهی، ۱۳۹۲). شهید مطهری تربیت را به معنای شکوفا ساختن استعدادهای درونی انسان می داند و بیان می کند "تربیت عبارت است از پرورش دادن یعنی استعدادهای درونی را که بالقوه در وجود انسان نهفته است به فعلیت رساندن (مطهری، ۱۳۹۳).



انواع تربیت

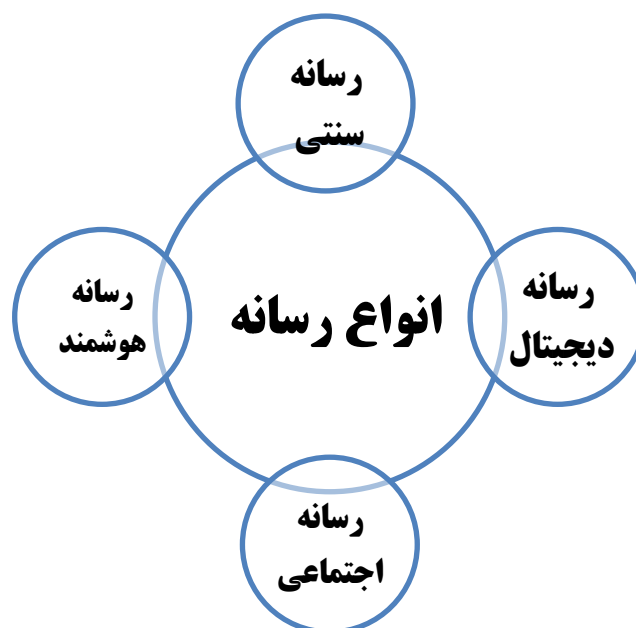
تربیت شناختی: تربیت شناختی فرآیندی است که در آن فرد با بهره گیری از عملکرد اجرایی مغز به سازمان دهی اطلاعات تحلیل منطقی و بازسازی دانش برای حل مسائل پیچیده دست می زند. در عملکرد کنونی این نوع تربیت فراتر از حافظه محوری بر فراشناخت و تحلیل انتقادی داده ها تاکید دارد تا فرد بتواند در مواجهه با انبوه اطلاعات دیجیتال سره از ناسره را تشخیص دهد. به عبارت دیگر؛ تربیت شناختی به معنای پرورش فرآیندهای عالی ذهن شامل تفکر انتقادی، توانایی حل مسئله، استدلال منطقی و خودتنظیمی در یادگیری است. این نوع تربیت با اهداف توانمندی سازی فرد برای درک عمیق واقعیت ها و پردازش اطلاعات پیچیده صورت می گیرد تا فرد بتواند به جای پذیرش منفعلانه داده ها، آنها را ارزیابی و ساختار دهی کند. درحقیقت تربیت شناختی زیر بنایی ترین نوع تربیت است که سایر ابعاد تربیتی را از سایر ابعاد تربیتی را از طریق ارتقای ظرفیت های پردازش ذهنی و مهارت های فراشناختی فرد تغذیه می کند. (سیف، ۱۴۰۱).

تربیت عاطفی: تربیت عاطفی به پرورش سواد هیجانی و ظرفیت درونی برای شناسایی، درک و تنظیم پاسخ های احساسی در تعامل با خود و محیط گفته می شود. این نوع تربیت هسته مرکزی تاب آوری روانی است، زیرا فرد می آموزد چگونه در شرایط استرس زای محیطی، تعادل روانی خود را حفظ کرده و هیجانات را به جای سرکوب به شکل سازنده ای مدیریت کند. (گلمن، دنیل (۱۳۹۸) ترجمه نسرين پارسا) به عبارت دیگر تربیت عاطفی به معنای فرآیندی تعلیم و تربیت گفته می شود که هدف آن پرورش و هدایت هیجان ها و عواطف فرد به گونه ای است که فرد بتواند احساسات خود و دیگران را به درستی بشناسد، آنها را کنترل و تنظیم کند و در تعاملات اجتماعی واکنش های هیجانی متعادل و سازنده نشان می دهد. در این نوع تربیت، مهارتهایی مانند خودآگاهی عاطفی، همدلی، کنترل هیجانها و ایجاد روابط سالم اجتماعی تقویت می شود تا فرد از نظر روانی و اجتماعی به تعادل برسد و بتواند با موقعیت های مختلف زندگی سازگارانة برخورد کند. (شریعتمداری، ۱۳۹۴). تربیت اجتماعی: تربیت اجتماعی فرآیندی آگاهانه و برنامه ریزی شده در نظام آموزشی است که با هدف پرورش روحیه همکاری، مسئولیت پذیری اجتماعی، احترام به حقوق دیگران و مشارکت فعال در جامعه انجام می شود و به اجتماعی شدن مطلوب فرد در چارچوب ارزشها و هنجارهای جامعه کمک می کند. (سیف، ۱۴۰۱). به عبارت دیگر

تربیت اجتماعی به فرآیندی هدف مند و نظام مند در تعلیم و تربیت گفته می شود که از طریق آن فرد با ارزشها، هنجارها، قواعد و الگوهای رفتاری جامعه آشنا شده و آنها را درونی می کند؛ به گونه ای که بتواند در تعامل با دیگران روابطی مبتنی بر همکاری، احترام متقابل و مسئولیت پذیری برقرار سازد. در این فرآیند مهارتهایی مانند مشارکت اجتماعی، رعایت حقوق دیگران، پذیرش نقش های اجتماعی و تعهد نسبت به مصالح جمعی در فرد شکل می گیرد و او را برای ایفای نقش موثر و سازنده در زندگی اجتماعی آماده می کند. به بیان دیگر؛ تربیت اجتماعی زمینه ساز اجتماعی شدن مطلوب فرد و شکل گیری هویت اجتماعی او در چارچوب ارزشها و فرهنگ جامعه است. (باقری، ۱۳۹۳). تربیت رسانه: تربیت رسانه فرآیندی است که شایستگی فرد را برای درک، تحلیل و تولید مسئولانه در بسترهای رسانه ای ارتقا می دهد. تربیت رسانه ای عبارت است از فرآیند توانمندسازی مخاطب برای گذار از انفعال ادراکی به سوی کنشگری آگاهانه به گونه ای که فرد با کسب سواد تحلیلی قادر باشد میان واقعیت های اجتماعی و بازنمایی رسانه ای تمایز قائل شده و ضمن واکاوی پیام های پنهان از استحاله فرهنگی در مواجهه با محتوای رسانه ای مصون بماند (ساروخانی، ۱۳۹۵).

رسانه: رسانه در لغت به معنای هروسیله ای که پیغامی را از جایی به جایی برساند و وسیله پیام رسان به همگان باشد. یک رسانه به هرگونه ابزار برقراری ارتباط اطلاق می شود که حامل یا واسطه پیام باشد (قاسمی، ۱۳۹۹). رسانه به هر نظام یا بستر ارتباطی گفته می شود که امکان تولید، بازنمایی، انتقال و گردش معنا از طریق نمادها، تصاویر و پیام ها فراهم می کند و در این فرآیند ادراک فردی، گفتمان های اجتماعی و شیوه های یادگیری و کنش جمعی را تحت تاثیر قرار می دهد. رسانه در حوزه تربیت، صرفاً ابزار انتقال پیام نیست بلکه میانجی یاددهی - یادگیری و سازنده تجربه های شناختی، عاطفی و اجتماعی مخاطب است و در قالب رسانه های دیجیتال با ویژگی هایی چون تعاملی بودن، هوشمندی و شخصی سازی نقش مستقیمی در شکل دادن به شیوه زیست فرهنگی و ارتباطی انسان امروز ایفا می کند. (فتحی و اجارگاه، ۱۴۰۲)

رسانه در عصر هوش مصنوعی: رسانه در عصر هوش مصنوعی به منظومه ای از بسترهای ارتباطی هوشمند اطلاق می شود که به کارگیری الگوریتم های یادگیری ماشین، تحلیل کلان داده ها و سازو کارهای تولید خودکار محتوا، فرآیند ارتباط را از الگوی انتقال خطی پیام فراتر برده و آن را به نظامی پویا، تعاملی و مبتنی بر پیش بینی رفتار افراد تبدیل می کنند. این رسانه ها از طریق شخصی سازی عمیق محتوا، استخراج الگوهای شناختی افراد و جهت دهی به جریان اطلاعات در بازسازی ادراک سازمان دهی، تصمیم گیری و شکل دهی کنش اجتماعی نقش فعالی ایفا می نمایند و از این حیث بخشی تعیین کننده از ساختار فرهنگی و معرفتی زیست جهان دیجیتال معاصر محسوب می شوند (رمضانی، ۱۴۰۱).



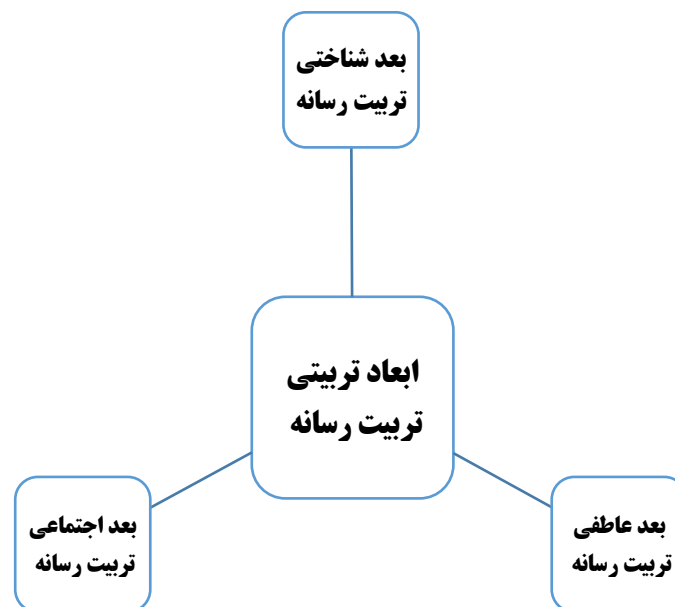
انواع رسانه: رسانه ها به عنوان ابزارهای ارتباطی نقش بنیادی در انتقال پیام، شکل دهی فرهنگ و سازمان دهی روابط اجتماعی دارند. با توجه به تحولات فناوری به دسته های گوناگونی تقسیم شده اند. این دسته بندی شامل رسانه های سنتی، دیجیتال، اجتماعی و هوشمند است که هر کدام ساختار ارتباطی، کارکرد و سطح مشارکت متفاوتی ایجاد می کنند. درک علمی انواع رسانه پایه ای برای تحلیل تحولات ارتباطی و فهم نقش رسانه ها در جامعه معاصر به شمار می آید.

رسانه های سنتی: رسانه های سنتی به آن دسته از ابزارهای ارتباطی گفته می شود که پیام را به صورت یک سویه و عمدتاً از مرکز به پیرامون منتقل می کنند و شامل رسانه هایی چون رادیو، تلویزیون، روزنامه ها، مجلات و سینما هستند. ویژگی اصلی آنها ساختار متمرکز، جریان خطی پیام و نقش منفعل مخاطب است (مک کواثل، دنیس به نقل از فاضلی، ۱۴۰۱).

رسانه های دیجیتال: رسانه های دیجیتال ابزارهایی هستند که پیام را در قالب داده های دیجیتال تولید، ذخیره، پردازش و منتقل می کنند. این رسانه ها شامل وب سایت ها، شبکه های اجتماعی، پلتفرم های دیجیتال، پیام رسان ها، اپلیکیشن ها، ویدئوهای آن لاین و بازی های رایانه ای هستند. مهمترین ویژگی آنها تعاملی بودن، چند رسانه ای بودن و مشارکت جویی مخاطب است. (شکرخواه، ۱۴۰۰). رسانه های اجتماعی: رسانه های اجتماعی پلتفرم هایی مبتنی بر وب و اپلیکیشن هایی هستند که به افراد امکان تولید محتوای کاربر محور و ارتباطات افقی استوارند که شامل تلگرام، اینستاگرام و می شوند (اسماعیلی و فرجی، ۱۴۰۲).

رسانه های هوشمند: رسانه های نوظهور رسانه هایی هستند که براساس فناوری های هوشمند و نوین شکل گرفته اند؛ مانند واقعیت های مجازی، هوش مصنوعی در ارتباطات، اینترنت اشیا، چت بات های هوشمند و محیط های متاورسی. این رسانه ها بر تعامل پیشرفته، غوطه وری و شخصی سازی پیام استوارند (زارع پوری، ۱۴۰۲).

تربیت رسانه: تربیت رسانه ای فرآیندی نظام مند و آگاهانه اطلاق می شود که در آن مخاطب توانایی تحلیل، تفسیر، ارزیابی انتقادی و استفاده مسئولانه از پیام های رسانه ای را کسب می کند و رسانه نیز به عنوان میانجی تربیت به گونه ای به کار گرفته می شود که رشد شناختی، اخلاقی و اجتماعی فرد را تسهیل کند. در این رویکرد، تربیت رسانه ای نه صرفاً مهارت کار با رسانه، بلکه توانمندسازی فرد برای مواجهه سنجیده با جریان اطلاعات و تبدیل او از مصرف کننده منفعل به کنشگری آگاه و مشارکت جو است (سجادی، ۱۴۰۳).



تربیت رسانه در ابعاد تربیتی: تربیت رسانه ای به دلیل ماهیت چند بعدی رسانه ها جزء ابعاد اصلی تربیت یعنی شناختی، عاطفی و اجتماعی قرار می گیرد و هریک از این ابعاد را در بستر فضای رسانه ای تقویت می کند.

تربیت رسانه در بعد شناختی: تربیت رسانه در بعد شناختی به فرآیند پرورش توانایی های ذهنی افراد برای درک، تحلیل و ارزیابی نقادانه و پیامهای رسانه ای اشاره دارد. در این بعد فرد می آموزد که چگونه ساختار پیامهای رسانه ای، اهداف پنهان تولید کنندگان محتوا و شیوه های اقناع و جهت دهی افکار را شناسایی کند و میان اطلاعات معتبر و نادرست تمایز قائل شود. به بیان دیگر تربیت رسانه ای با تقویت مهارت هایی مانند تفکر انتقادی، تحلیل محتوا و سواد اطلاعاتی موجب می شود فرد در مواجهه با حجم گسترده اطلاعات و پیام های رسانه ای به صورت فعال و آگاهانه عمل کند و از پذیرش منفعلانه پیام ها پرهیز نماید. این امر ویژه در عصر رسانه های دیجیتال و شبکه های اجتماعی نقش مهمی در ارتقای قدرت قضاوت و تصمیم گیری آگاهانه افراد ایفا می کند (فتحی واجارگاه، ۱۳۹۸).

تربیت رسانه در بعد عاطفی: تربیت رسانه در بعد عاطفی به فرآیند پرورش توانایی افراد برای شناسایی، درک و تنظیم هیجان های برانگیخته شده در مواجهه با پیام ها و محیط های رسانه ای اشاره دارد. رسانه ها با بهره گیری از تصویر روایت و الگوریتم های تقویت کننده هیجان می توانند احساساتی مانند ترس، هیجان، خشم یا همدلی را در مخاطبان برانگیزند؛ از این رو تربیت رسانه ای در این بعد می کوشد آگاهی عاطفی مخاطب را نسبت به شیوه های اثر گذاری هیجانی رسانه ها افزایش دهد و مهارت هایی مانند خود آگاهی هیجانی، همدلی و خودتنظیمی را تقویت کند. نتیجه این فرآیند آن است که فرد در مواجهه با پیام های رسانه ای به جای واکنش های هیجانی و ناپایدار، واکنشی آگاهانه و متعادل نشان می دهد و از تأثیرات منفی هیجانی رسانه ها بر سلامت روانی خود می کاهد. (فتحی واجارگاه، کوروش ۱۳۹۸).

تربیت رسانه ای در بعد اجتماعی: تربیت رسانه ای در بعد اجتماعی فرآیندی است که طی آن افراد توانایی ای اج نقش رسانه ها در شکل دهی هویت اجتماعی، بازنمایی گروهها، تولید معنای جمعی و تأثیر گذاری بر روابط قدرت و تعاملات اجتماعی را کسب می کنند و می آموزند چگونه در فضای اجتماعی و مدنی مبتنی بر رسانه به صورت فعال و انتقادی مشارکت کنند (قاسمی، ۱۴۰۰). تربیت رسانه ای در بعد اجتماعی به مجموعه ای از آگاهی ها و توانایی های تحلیلی و انتقادی گفته می شود که به فرد کمک می کند نقش رسانه ها را در ساخت و بازنمایی واقعیت اجتماعی و سامان دهی الگوهای قدرت و فرهنگ در جامعه را درک کند و بتواند در عرصه عمومی رسانه ای شده، کنشگری آگاهانه، مسئولانه و مشارکت جویانه داشته باشد (شکرخواه، ۱۴۰۰).

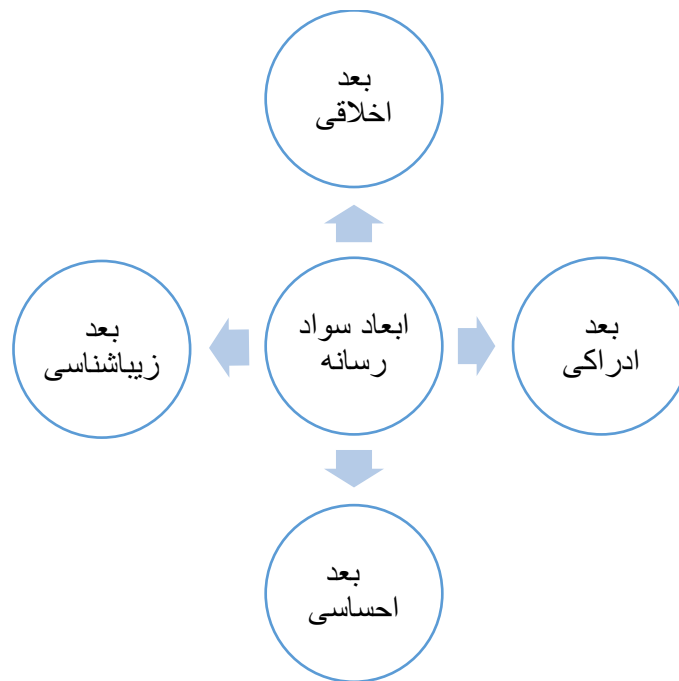
تربیت رسانه و هوش مصنوعی: تربیت رسانه ای فرآیندی آموزشی، نظام مند و هدف مند است که به پرورش شایستگی های شناختی، انتقادی و اخلاقی یادگیرندگان در زمینه دسترسی، تحلیل، ارزیابی و تولید مسئولانه پیامهای رسانه ای در بسترهای سنتی و دیجیتال می پردازد و از این رهگذر، توانایی تشخیص سازوکارهای بازنمایی، اقناع، سوگیری و اعتبار سنجی اطلاعات را در آنان تقویت می کند (باکینگهام، ۲۰۰۳). در عصر هوش مصنوعی این نوع تربیت اهمیتی دو چندان می یابد؛ زیرا سامانه های هوش مصنوعی با تکیه بر داده و الگوریتم در تولید، گزینش، بازتویع و برجسته سازی محتوا نقش آفرین هستند و همین امر، ضرورت فهم انتقادی، منطق عملکرد آنها، تشخیص سوگیری های داده ای و الگوریتمی، ارزیابی میزان اعتبار آنها و صحت محتوای تولید شده و توجه به پیامدهای اخلاقی و مخابرات مرتبط با حریم خصوصی را برجسته می سازد. از این رو، تربیت رسانه ای را می توان یکی از زیرساخت های اساسی مواجهه سنجیده و مسئولانه با هوش مصنوعی دانست؛ چرا که این تربیت، علاوه بر ارتقای قدرت داوری و سنجشگری افراد به شکل گیری نوعی سواد هوش مصنوعی نیز یاری می رساند؛ سوادی که در پژوهش های جدید سازه ای چند بعدی مشتمل بر مولفه های شناختی، رفتاری، عاطفی و اخلاقی تلقی شده است (نگ و همکاران، ۲۰۲۴). تربیت رسانه و سواد رسانه: تربیت رسانه ای را می توان فرآیندی دانست که در آن فرد نه تنها با رسانه ها مواجه می شود، بلکه می آموزد پیام های رسانه ای را به صورت آگاهانه، انتقادی و معناسازانه تفسیر کند و در برابر آنها موضعی فعال داشته باشد. در این میان، سواد رسانه ای به عنوان یکی از مولفه های اصلی تربیت رسانه ای، نوعی "چشم انداز"

برای مواجهه با رسانه هاست که از طریق آن فرد پیام ها را پردازش، تحلیل و ارزیابی می کند و براساس ساختارهای دانشی خود به معنای شخصی و خلاقانه دست می یابد (پاتر، ۲۰۱۹ به نقل از لیدا کاووسی ۱۳۸۵). از این رو، سواد رسانه ای بیشتر بر مهارت های شناختی و تفسیری تاکید دارد. در حالی که تربیت رسانه ای بیشتر بر مهارت های شناختی و تفسیری تاکید دارد. در حالی که تربیت رسانه ای دلالت گسترده تری داشته و به پرورش توانایی زیستن مسئولانه و نقادانه در فضای رسانه ای می پردازد (پاتر، ۲۰۱۹، به نقل از لیدا کاووسی، ۱۳۸۵). تربیت رسانه و تاب آوری: تاب آوری ظرفیت انسان برای مواجهه با غلبه بر یادگیری از و حتی به کلی دگرگون شدن در شرایط ناگوار اجتناب زندگی است (گروتبرگ ۲۰۰۴) به نقل از عزیزاده ۱۳۹۲). تربیت رسانه ای مجموعه ای از شایستگی ها برای دسترسی، فهم، ارزیابی انتقادی و تولید مسئولانه پیام هاست که به افراد کمک می کند، کیفیت و اعتبار اطلاعات را تشخیص دهند و در برابر دستکاری اطلاعاتی و اخبار نادرست واکنش سنجیده تری نشان دهند. از سوی دیگر تاب آوری به معنای سازگاری مثبت و حفظ بازیابی کارکرد در مواجهه با فشارها و بحران هاست (ماستن، ۲۰۰۱ به نقل از عزیزاده ۱۳۹۲). تربیت رسانه ای می تواند به عنوان یک عامل محافظتی تقویت کننده تاب آوری عمل می کند؛ زیرا با افزایش قضاوت انتقادی، خودتنظیمی شناختی هیجانی و تصمیم گیری آگاهانه در محیط رسانه ای شدت آسیب پذیری فرد و جامعه را در شرایط بحران اطلاعاتی کاهش می دهد. (معمد نژاد و ساروخانی ۱۳۹۵) تربیت رسانه و رشد تفکر: تربیت رسانه فرآیندی هدفمند، مستمر و نظام مند در عرصه تعلیم و تربیت است که با هدف آماده سازی فرد برای مواجهه آگاهانه، نقادانه و مسئولانه با رسانه ها و پیام های رسانه ای به پرورش توانایی هایی چون دسترسی، فهم، تحلیل، ارزیابی، گزینش و تولید پیام می پردازد و از این رهگذر، زمینه شکل گیری سواد رسانه ای و کنشگری فعال در زیست بوم رسانه ای را فراهم می سازد (شکرخواه، یونس ۱۴۰۲؛ صالحی و همکاران، ۱۳۹۸). در مقابل رشد تفکر به فرآیند ارتقا و تعمیق توانایی های شناختی فرد در فهم، تحلیل، تفسیر، استدلال، داوری و حل مسئله اشاره دارد؛ به گونه ای که فرد از سطح دریافت منفعل اطلاعات فراتر رفته و به سطوح بالاتر تفکر از جمله تفکر تحلیلی، انتقادی و تاملی دست می یابد و می تواند اعتبار داده ها و پیام ها را براساس معیارهای عقلانی و شواهد معتبر بسنجد (باقری و کارزونی، ۱۴۰۰)؛ نصیری و بختیاری (۱۳۹۹). بر این اساس میان تربیت رسانه ای و رشد تفکر رابطه ای مستقیم و معنادار برقرار است؛ زیرا تربیت رسانه ای با آموزش تحلیل انتقادی محتوا، ارزیابی منابع، تشخیص سوگیری ها و فهم لایه های آشکار و پنهان پیام، بستر لازم را برای رشد تفکر انتقادی و تاملی فراهم می آورد و در نتیجه، نه تنها به ارتقای سواد رسانه ای، بلکه به پرورش ذهنی آگاه، سنجشگر و مسئول در مواجهه با جریان های اطلاعاتی و رسانه ای منجر می شود (صالحی و همکاران ۱۳۹۸)؛ باقری و کارزونی، ۱۴۰۰

سواد رسانه: سواد رسانه به دانش، مهارت ها و توانایی هایی اشاره دارد و برای استفاده و تفسیر رسانه ها مورد نیاز است (باکینگهام، ۱۹۹۷). سواد رسانه ای گونه ای از سواد انتقادی است که شامل تحلیل، ارزیابی و باریک اندیشی انتقادی می باشد. سواد انتقادی مستلزم بهره از فرازان ابزار توصیف گونه ها و ساختارهای مربوط به الگوهای متفاوت ارتباطی است و شامل فهم درک گسترده تری از بافت های اجتماعی، اقتصادی و نهادی ارتباط و تاثیر شان بر افراد می باشد. پس مشخص می شود که سواد رسانه ای نه تنها در برگیرنده ی توانایی استفاده و تفسیر رسانه هاست؛ بلکه فهم و درک تحلیلی گسترده تری را نیز شامل می شود (لوک ۲۰۰۰، به نقل از دیوید باکینگهام، ۱۹۹۷). از نظر پاتر نیز سواد رسانه ای، مجموعه ای از مهارت های مهارت ها و دانشی است که فعالانه برای قرارگرفتن در معرض رسانه ها از آنها استفاده می کنیم تا معنای پیام هایی را که رسانه ها ارائه می دهند، بهتر تحلیل و تفسیر کنیم (پاتر، ۲۰۱۹ به نقل از لیدا کاووسی ۱۳۸۵).

سواد رسانه ای: سواد رسانه ای عبارت است از تفکر استدلالی و نقادانه به نحوی است که مخاطب بتواند درباره محتوای رسانه قضاوتی مستقل داشته باشد. (نصیری و فوزیه ۱۳۹۰). هدف آموزش سواد رسانه: هدف از آموزش سواد رسانه ای کمک به افرادی است برای افرادی برای آنکه بتوانند عادت پرسشگری، تحقیق، پژوهش و توانایی مهارت های بیانی خود را تقویت کرده و مهارت های لازم جهت برقراری ارتباطی متفکرانه و آگاهانه با رسانه و در عین حال به وجود آوردن نگاهی دقیق، نقادانه و تحلیلی به پیام های رسانه ای را فراهم آورد. از این منظر سواد رسانه ای می تواند با برخورد هدف

مند ضمن ایجاد ارتباط دوسویه و مشارکت جویانه حوزه آموزش را با تحولی جدید مواجه می سازد؛ زیرا دیگر مخاطب منفعل نیست و ارتباط دوسویه و تعالی خواهد بود، بنابراین آموزش سواد رسانه ای ارائه مجموعه ای از چشم اندازهاست که افراد به طور فعالانه برای قرار گرفتن در معرض پیامهای رسانه ای از این شاخص بهره برداری می کنند تا معنای عمیق تری از رسانه ها را درک نمایند (نصیری و همکاران، ۱۳۹۱).



ابعاد سواد رسانه ای

سواد رسانه ای الگویی چند عاملی است و ساختارهای دانش، منبع شخصی و وظایف پردازش اطلاعات، مهارت ها و توانایی ها از عوامل سواد رسانه ای هستند که پیوسته یکدیگر را پشتیبانی می کنند.

بعد ادراکی: این بعد از سواد رسانه ای مربوط به دانش و اطلاعات قبلی مخاطبان نسبت به محتوای پیامی است که از یک از یک رسانه خاص انتقال داده می شود. بعد ادراکی حیطه ای است که به فرآیندهای ذهنی و فکری مربوط می شود. شایستگی های ادراکی مجموعه ای از شناخت ساده نشانه ها تا درک پیچیده ترین پیام ها و کشف ارائه خاص آنهاست که بوسیله یک پیام آن را در بر می گیرد. بعد احساسی: بعد احساسی حیطه ای است که به میزان پیامدهای احساسی مثبت یا منفی گفته می شود که مخاطبان نسبت به محتوای پیام رسانه ای خاصی قائل هستند. احساساتی مانند عشق، نفرت، خشم، شادی، ناامیدی، سردرگمی، تردید و دورویی را شامل می شود. بعد زیباییشناسی: این بعد از سواد رسانه ای حاوی اطلاعاتی درباره روش و چگونگی تولید پیام است. این اطلاعات زمینه را برای قضاوت مخاطبان در مورد نویسندگان، طراحان، نوازندگان و... بسته به اینکه پیام از چه رسانه ای انتقال داده می شود، فراهم می کنند و به طور کلی این بعد از سواد رسانه ای با داشتن دید نقادانه بسیار حائز اهمیت است. بعد اخلاقی: این بعد از سواد رسانه ای که با ارزشهای مخاطبان سروکار دارد و به تقویت آن می پردازد شامل اطلاعاتی درباره ارزشهاست که در ضمیر و روح انسانی مستقر است. اطلاعات اخلاقی، ملاک و معیاری برای قضاوت درباره درست و غلط فراهم می کنند. ما درباره خوبی و بدی شخصیت های یک داستان

قضاوت می کنیم. هرچه اطلاعات اخلاقی مان دقیق تر باشد، ارزشهای نهفته در پیامهای رسانه ای را با عمق بیشتری درک می کنیم و قضاوت هایمان درباره آن ارزشها، دقیق تر و منطقی تر خواهد شد (سلیمان و همکاران، ۱۳۹۲).

سواد رسانه و تاب آوری: سواد رسانه ای مفهومی چند بعدی است که به مجموعه ای از توانایی های شناختی، تحلیلی و انتقادی اشاره دارد و فرد را قادر می سازد پیام های رسانه ای را به صورت آگاهانه دریافت، تحلیل، ارزیابی و تفسیر کند؛ از این رو مفهوم فراتر از مواجهه منفعل با رسانه ها بوده و بر مشخص اهداف پنهان، سوءگیری ها، شیوه های چارچوب بندی معنا و نیز سنجش اعتبار و صحت اطلاعات تاکید می ورزد، به گونه ای که سواد رسانه ای به مثابه شایستگی فکری و ارتباطی، امکان ایفای نقشی فعال، نقادانه و مسئولانه در مواجهه با محتوای رسانه ای و نیز مشارکت در تولید باز تولید معنا بر پایه تحلیل آگاهانه را فراهم می آورد (پاتر، جیمز، ۱۳۸۵). تاب آوری به عنوان فرآیندی پویا، چند وجهی و تحول پذیر تعریف می شود که ظرفیت فرد را برای سازگاری موثر در برابر فشارهای روانی، موقعیت های بحرانی، تهدیدها و تجارب آسیب زا تبیین می کند؛ بدین معنا که فرد، علی رغم قرارگرفتن در شرایط دشوار، بتواند تعادل روانشناختی خود را حفظ کرده، کارکردهای شناختی، هیجانی و رفتاری را به نحوی نسبت پایدار تداوم بخشد و در صورت بروز اختلال به سطح مطلوبی از عملکرد بازگردد، در حالی که تاب آوری نه خصیصه ای ثابت بلکه برآیند تعامل پیچیده منابع درونی، روابط حمایتی و زمینه های اجتماعی محیطی تلقی شود (ماستین، ۲۰۰۱، کاترو دیویدسون، ۲۰۰۳، به نقل از حمید علیزاده، ۱۳۹۲).

سواد رسانه و تربیت رسانه: سواد رسانه به منزله مجموعه ای از شایستگی های دانشی، مهارتی و نگرشی صورت بندی می شود که به مخاطب امکان می دهد پیام های رسانه ای را به طور آگاهانه دریافت و در سطحی انتقادی تحلیل و ارزیابی کند؛ به گونه ای که بتواند سازو کارهای تولید معنا، جهت گیری ها و کارکردهای اثرگذار رسانه را تشخیص دهد و بر مبنای فهم و قضاوت آگاهانه، مواجهه ای انتخاب گرانه با محتوا داشته باشد. در این چارچوب سواد رسانه ای فراتر از مهارت کاربردی رسانه ها تعریف می شود و به مثابه رویکردی آموزشی برای تقویت فهم و نقد پیام های رسانه ای و ارتقای کنشگری آگاهانه مخاطب در محیط ارتباطی تبیین می گردد. (میربخش و همکاران، ۱۴۰۱). تربیت رسانه ای به عنوان فرآیندی آموزشی پرورشی است که بر طراحی و اجرای ساز و کارهایی دلالت دارد که از طریق آن نظام آموزشی بتواند افراد را برای مواجهه مسئولانه و نقادانه با رسانه ها توانمند سازد. در این رویکرد تربیت رسانه ای صرفاً انتقال اطلاعات درباره رسانه نیست، بلکه بر پرورش توان تحلیل، گزینش، داوری ارزشی/اخلاقی و تنظیم رفتار رسانه ای تاکید دارد. همچنین در سطح برنامه درسی، تربیت رسانه ای به صورت الگویی ساخت یافته برای مدرسه و تربیت معلم مطرح می شود تا ظرفیت حرفه ای معلمان آینده برای هدایت و پشتیبانی از زیست رسانه ای دانش آموزان تقویت شود (خوراسگانی، اکبر، ۱۳۹۹).

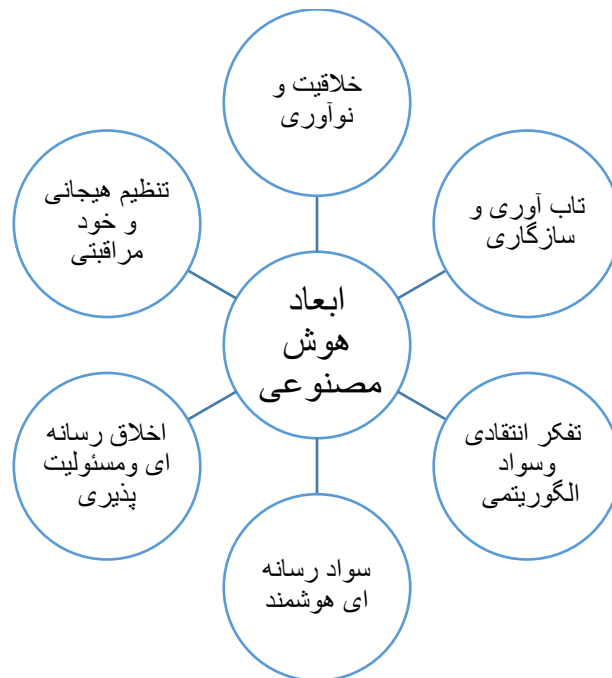
سواد رسانه و رشد تفکر: سواد رسانه به عنوان مفهومی چند بعدی، به مجموعه ای از ارزشها، نگرش ها و مهارت های شناختی، تحلیلی و انتقادی است که فرد را قادر می سازد پیام های رسانه ای به صورت آگاهانه دریافت، تحلیل، ارزیابی و تفسیر کند و در مواجهه با بازنمایی ها، جهت گیری ها موضعی فعال، سنجیده و مسئولانه اتخاذ نماید. این مفهوم صرفاً به مهارت استفاده از رسانه محدود نمی شود بلکه به توانایی تشخیص، سوگیری ها، درک اهداف آشکار و پنهان پیام ها ارزیابی اعتبار اطلاعات و تحلیل محتوای رسانه ای را نیز در بر می گیرد. از این منظر سواد رسانه ای را می توان یکی از شایستگی های اساسی در جامعه معاصر دانست؛ زیرا زمینه مواجهه آگاهانه، نقادانه و گزینشگرانه با پیامهای رسانه ای را فراهم می سازد. در مقابل رشد تفکر به فرآیندی تدریجی، هدف مند و نظام مند در ارتقای توانایی های شناختی و فراشناختی فرد اشاره دارد، فرآیندی که بستر ادراک، تحلیل، استدلال، داوری و حل مسئله را فراهم می آورد و زمینه ساز شکل گیری تفکر انتقادی، تصمیم گیری آگاهانه و قضاوت عقلانی می شود. در این چارچوب می توان سواد رسانه ای را یکی از زمینه های موثر در پرورش و رشد تفکر، به ویژه رشد تفکر انتقادی تلقی کرد؛ زیرا آموزش سواد رسانه ای به تقویت توان تحلیل پیام ها، ارزیابی محتوای رسانه ای و تشخیص اعتبار اطلاعات منجر می شود و در نتیجه قابلیت داوری نقادانه در افراد ارتقا می دهد (کرمانشاهی و همکاران، ۱۳۹۴). سواد رسانه و هوش مصنوعی: سواد رسانه و هوش مصنوعی به مجموعه ای از دانش ها، نگرشها و مهارت های شناختی، تحلیلی و انتقادی گفته می شود که فرد را قادر می سازد محتواها، پیام ها و داده های تولید شده یا توصیه شده در بستر رسانه های

دیجیتال و سامانه های هوشمند را به صورت آگاهانه دریافت، تحلیل و ارزیابی کند (اسفندیاری و محمدی، ۱۴۰۲). این مفهوم، علاوه بر درک و نقد پیام های رسانه ای، شامل فهم و سازو گار و الگوریتمی، شناسایی اطلاعات نادرست و محتوای جعلی مانند دیپ فیک و نیز آگاهی از پیامدهای اخلاقی، اجتماعی و حریم خصوصی در کاربرد هوش مصنوعی است (جهان شاه لو، ۱۴۰۲؛ صالحی راد، ۱۴۰۱). از این منظر سواد رسانه ای و هوش مصنوعی را می توان نوعی شایستگی ضروری در زیست بوم ارتباطی امروز دانست که به فرد امکان می دهد در مواجهه با محتوای هوشمند، موضعی فعال نقادانه، مسئولانه و آگاهانه اتخاذ کند (نصیری، ۱۴۰۱).

هوش مصنوعی: هوش مصنوعی نوعی فناوری است که قابلیت تفکر دارد و می کوشد تا حد زیادی از قابلیت تخیل انسانی تقلید کند، هوش مصنوعی یکی از شاخه های علم کامپیوتر است که به تقلید یا خلق هوش انسانی در ماشین ها می پردازد. به بیان دیگر هوش مصنوعی علم آموزش ماشین ها برای انجام وظایف انسانی است. این وظایف شامل یادگیری، استدلال، حل مسئله، درک زبان طبیعی، تشخیص صدا و تصویر و حتی تصمیم گیری می باشد (جعفری، بهناز، ۱۴۰۲). هوش مصنوعی به مجموعه ای از الگو ریتیم ها و مدل های کامپیوتری اطلاق می شود که قادر به انجام وظایفی هستند که به طور معمول نیازمند تفکر انسانی می باشند مانند تشخیص الگو، یادگیری و تصمیم گیری. هوش مصنوعی می تواند به عنوان ابزاری برای تحریک خلاقیت انسانی عمل کند به طوری که افراد را به فکر کردن به روشهای جدید و خلاقانه ترغیب نمایند (خدادادی، فریبا، ۱۴۰۲).



انواع هوش مصنوعی: هوش مصنوعی به دو دسته کلی تقسیم می شوند: ۱) هوش مصنوعی ضعیف: سیستم هایی که برای انجام وظایف خاصی طراحی شده اند و در آن وظایف بسیار موفق عمل می کنند. مانند: تشخیص چهره یا ترجمه زبان ۲) هوش مصنوعی قوی: سیستم هایی که توانایی انجام هر وظیفه ای را دارند که یک انسان قادر به انجام آن است. این نوع از هوش مصنوعی هنوز در مرحله تحقیق و توسعه قرار دارد (جعفری، بهناز، ۱۴۰۲).



ابعاد هوش مصنوعی: تربیت رسانه ای در عصر هوش مصنوعی مستلزم بازتعریف ابعاد دانشی، دانشی، مهارتی و ارزشی است تا بتواند در توسعه تاب آوری فردی و اجتماعی نقش آفرین باشد. هوش مصنوعی نه تنها یک ابزار فناورانه، بلکه یک زیست بوم شناختی رسانه ای جدیدی ایجاد کرده است که در آن فرآیند تولید، توزیع و مصرف محتوا به صورت الگوریتمی سامان می یابد. در این چارچوب شش بعد کلیدی قابل تبیین است. (۱) خلاقیت و نوآوری: خلاقیت و نوآوری که به توانایی تولید ایده های نو، باز ترکیب معنا و حل مسئله در محیط های رسانه ای هوشمند اشاره دارد. براساس نظریه های خلاقیت، بروز خلاقیت حاصل تعامل مهارت های شناختی، انگیزش درونی و محیط حمایتی است (ساویر، کیت، ۱۳۹۶). ابزارهای هوش مصنوعی مولد می توانند زمینه ایده پردازی، بازآفرینی و طراحی چند رسانه ای را تسهیل کنند و از این طریق انعطاف پذیری شناختی را افزایش دهند. چنین انعطافی در مواجهه با ابهام ها و فشارهای اطلاعاتی یکی از پایه های تاب آوری محسوب می شود (ماستین، ۱۳۹۳). (۲) تاب آوری و سازگاری: تاب آوری و سازگاری به ظرفیت سازگاری مثبت در شرایط پیچیده رسانه ای اشاره دارد. در زیست بوم دیجیتال، کاربران با حجم گسترده اطلاعات، اخبار نادرست و تغییرات سریع فناوری مواجه اند. تاب آوری در این زمینه شامل توانایی تحلیل شرایط، انتخاب واکنش سنجیده و بازسازی شناختی در موقعیت های بحرانی است (لوتار، سیکتی و بکر، ۱۳۸۹؛ ماستین، ۱۳۹۳). تربیت رسانه ای مبتنی بر هوش مصنوعی با شخصی سازی یادگیری و ارائه بازخوردهای تحلیلی می تواند مهارت های سازگاری شناختی را تقویت کند. (۳) تفکر انتقادی و سواد الگوریتمی: در فضای رسانه ای مبتنی بر هوش مصنوعی بخش عمده ای از محتوا توسط الگوریتم ها گزینش و اولویت بندی می شود؛ بنابراین فهم سازو کارهای داده محور و تشخیص سوگیری ها به یک ضرورت تربیتی تبدیل شده است. سواد رسانه ای شامل دسترسی، تحلیل، ارزیابی و تولید آگاهانه پیام هاست (خجسته، حسن، ۱۳۹۶). ارتقای آگاهی نسبت به منطق الگوریتمی موجب کاهش تاثیر پذیری از جریان های تحریف شده اطلاعات و افزایش مقاومت شناختی می شود (عاملی، سعیدرضا، ۱۳۹۱). (۴) سواد رسانه ای هوشمند: سواد رسانه ای هوشمند که فراتر از مهارت های کلاسیک سواد رسانه ای بر توانایی تعامل نقادانه با سامانه های هوش مصنوعی تأکید دارد. در این سطح کاربر می آموزد خروجی های تولید شده توسط هوش مصنوعی را ارزیابی کرده، اعتبار آنها را بسنجد و نقش داده ها را در شکل دهی به نتایج درک کند. چنین دانشی از شکل گیری وابستگی منفعلانه جلوگیری کرده و زمینه مشارکت آگاهانه را در فضای دیجیتال را فراهم می آورد (خجسته، ۱۳۹۶؛ شکرخواه، ۱۳۹۲). (۵) اخلاق رسانه ای و مسئولیت پذیری: گسترش هوش مصنوعی مسائل

اخلاقی تازه ای همچون حریم خصوصی، مالکیت فکری، شفافیت الگوریتمی و عدالت داده ای را مطرح کرده است. تربیت رسانه ای باید تقویت حساسیت اخلاقی و مسئولیت پذیری اجتماعی افراد را به استفاده آگاهانه و منصفانه از فناوری های هوشمند هدایت کند. رعایت اصول اخلاقی در تولید و باز نشر محتوا، موجب تقویت انسجام اجتماعی و کاهش آسیب های رسانه ای می شود (معمدنژاد، کاظم، ۱۳۸۹؛ شگرخواه، یونس، ۱۳۹۲). ۶. تنظیم هیجانی و خود مراقبتی: مواجهه مستمر با جریان های خبری منفی، مقایسه های اجتماعی و فشارهای شبکه های اجتماعی می تواند سلامت را تهدید کند. توانایی مدیریت هیجانات، کنترل زمان مصرف رسانه و فاصله گذاری انتقادی از محتوا از عناصر کلیدی تاب آوری شناختی است (ماستین، آن، ۱۳۹۳). هوش مصنوعی از طریق تحلیل الگوهای رفتاری و ارائه بازخودهای شخصی سازی شده می تواند در ارتقای خودتنظیمی و مدیریت مصرف رسانه ای نقش حمایتی ایفا می کند. بنابراین خلاقیت، تفکر انتقادی و سواد الگوریتمی بعد شناختی تاب آوری را تقویت می کنند. اخلاق رسانه ای و مسئولیت پذیری بعد اجتماعی و ارزشی آن را تحکیم می بخشد؛ و تنظیم هیجانی پایه روانشناختی پایداری فرد را شکل می دهد. بدین ترتیب؛ هوش مصنوعی نه فقط ابزار آموزشی، بلکه عاملی در بازآرایی ظرفیت های تاب آورانه در جامعه شبکه ای معاصر است.

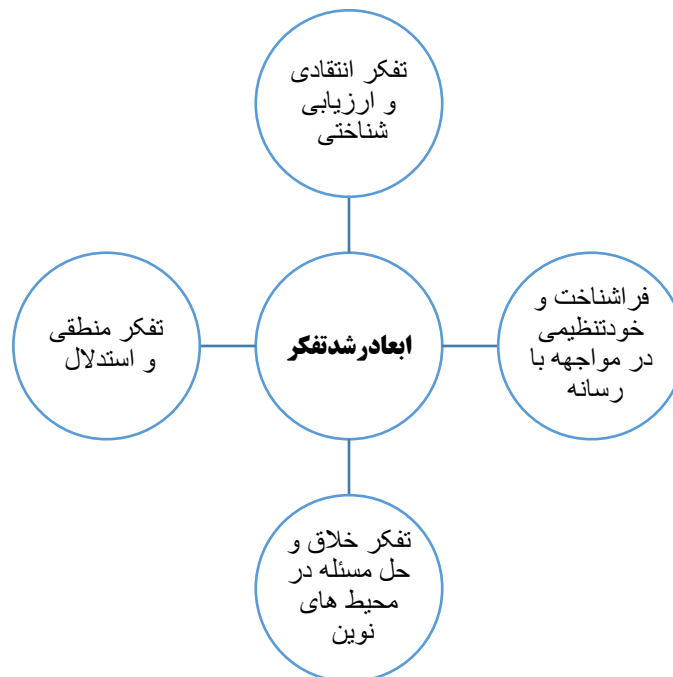
هوش مصنوعی و تربیت رسانه : هوش مصنوعی به سامانه های مبتنی بر ماشین اطلاق می شود که برای اهداف صریح یا ضمنی با استنباط از داده های ورودی، خروجی هایی مانند پیش بینی، توصیه، تصمیم یا تولید محتوا تولید می کنند و این خروجی ها می توانند بر محیط های فیزیکی یا مجازی اثر بگذارند؛ از این رو به کارگیری آن در حوزه آموزش و رسانه مستلزم مولفه هایی چون اعتماد پذیری، شفافیت، ایمنی و مدیریت ریسک است. (پاتر، جیمز، ۱۳۸۵). تربیت رسانه به معنای توانمند سازی مخاطب برای فهم و ارزیابی انتقادی پیامها و نیز شناخت سازو کارهای تولید، بازنمایی و اثرگذاری در محیط های ارتباطی نوین است (شکر خواه، یونس، ۱۳۹۹). تربیت رسانه مجموعه ای از مهارت های شناختی و انتقادی برای مواجهه سنجیده، مسئولانه و آگاهانه با رسانه ها و ارتباطات نوین می شمارد. از این رو تربیت رسانه ای را می توان فرآیندی نظام مند برای پرورش این شایستگی ها دانست که در چارچوب های بین المللی نیز بر دسترسی، ارزیابی انتقادی و تولید مسئولانه محتوا تاکید دارد (سلطانی فر، محمد ۱۴۰۰).

هوش مصنوعی و سواد رسانه : هوش مصنوعی شاخه ای از علوم رایانه است که به طراحی و توسعه سامانه هایی می پردازد که قادرند وظایفی را انجام دهند که معمولاً به هوش انسانی نیاز دارد؛ از جمله یادگیری، استدلال، حل مسئله، درک زبان طبیعی و تشخیص الگوها. این سامانه ها با استفاده از الگوریتم ها، داده ها و روشهایی مانند یادگیری می توانند از تجربه ها بیاموزند و عملکرد خود را بهبود دهند (پیتر و راسل، ۲۰۲۱). به نقل از علی اکبر علیزاده. سواد رسانه ای مجموعه ای از توانایی ها گفته می شود که به افراد کمک می کند پیام رسانه ای را به صورت آگاهانه دریافت، تحلیل، ارزیابی و تولید کنند و اهداف، ارزشها و سوگیری های نهفته در آنها را تشخیص دهند. این مفهوم شامل مهارت های تفکر انتقادی درباره محتوای رسانه ای و درک نقش رسانه ها در شکل دهی به افکار عمومی و فرهنگ اجتماعی است (ضیایی پرور، حمید، ۱۳۹۳).

هوش مصنوعی و رشد تفکر : هوش مصنوعی به مجموعه ای از نظریه ها و روش ها و الگوریتم ها در علوم رایانه گفته می شود که با هدف شبیه سازی یا باز آفرینی برخی توانایی های شناختی انسان مانند یادگیری، درک الگوها، استدلال و تصمیم گیری در ماشین ها توسعه یافته است؛ به عبارت دیگر در این حوزه تلاش می شود سامانه هایی طراحی شوند که بتوانند براساس داده ها تجربه کسب کنند و عملکرد خود را بهبود دهند (پارسایی و همکاران، ۱۳۹۸). در سوی دیگر، رشد تفکر به فرآیند تحول تدریجی توانایی های ذهنی و شناختی فرد اشاره دارد که طی آن فرد از طریق آموزش، تجربه و تعامل با محیط مهارت هایی مانند تحلیل، قضاوت منطقی، حل مسئله و تفکر انتقادی را گسترش می دهد و به سطوح بالاتری از پردازش شناختی دست پیدا می کند (شعبانی، حسن، ۱۳۹۱). در حوزه آموزش، کاربرد ابزارهای مبتنی بر هوش مصنوعی می تواند با فراهم کردن محیط های یادگیری تعاملی، بازخورد فوری و تحلیل فرآیند یادگیری به تقویت مهارت های تفکر تحلیلی و حل مسئله در یادگیرندگان کمک کند و زمینه رشد تفکر عمیق تر را فراهم سازد (زارع زاده و همکاران، ۱۴۰۰).

هوش مصنوعی و تاب آوری : هوش مصنوعی به طور کلی به توانایی یک سیستم برای پردازش داده های خارجی، یادگیری از این داده ها و به کارگیری دانش حاصل از طریق سازگاری و انعطاف پذیری برای دست یابی به اهداف و انجام وظایف مشخص اشاره دارد؛ به بیان دیگر این فناوری در پی شبیه سازی برخی فرآیندهای شناختی انسان در سامانه های رایانه ای است (حاجی وند و همکاران، ۱۴۰۲). در مقابل تاب آوری مفهومی است که به ظرفیت نسبتاً پایدار فرد برای حفظ بهزیستی روانشناختی و تجربه هیجان های مثبت در شرایط تنیدگی زا و طاقت فرسا اشاره دارد و بیانگر توانایی سازگاری و حفظ عملکرد مطلوب در مواجهه با فشارها و چالش های زندگی است (کیهانی و همکاران، ۱۳۹۳).

رشد تفکر : تفکر انتقادی عبارت است از تصمیم گیری عاقلانه مبنی بر اینکه چه کاری انجام دهیم یا چه کاری باور داشته باشیم. به عبارت دیگر تفکر انتقادی عبارت است از فرآیند نظام مند ذهنی مربوط به مفهوم آفرینی، کاربرد، تحلیل، ترکیب و ارزیابی فعالانه و ماهرانه اطلاعات جمع آوری شده یا تولید شده از طریق مشاهده، تجربه، تامل، استدلال یا ارتباطات به عنوان راهنمایی برای باور و عمل می باشد (بصیریان جهرمی، رضا، ۱۳۸۵). تفکر انتقادی توانایی، تحلیل، ارزیابی، استنتاج و توضیح منطقی درباره مسائل و اطلاعات است. این نوع تفکر برپایه عقلانیت، پرسشگری و تردید بنا شده است. افرادی که دارای تفکر انتقادی هستند، به راحتی هر چیزی را نمی پذیرند، بلکه سعی می کنند شواهد را بررسی، منابع را اعتبار سنجی و پیامدها را تحلیل کنند (یاری وند، حسین و همکاران ۱۴۰۴).



ابعاد رشد تفکر : رشد تفکر دارای ابعاد مختلف شامل تفکر انتقادی و ارزیابی شناختی، فراشناخت و خودتنظیمی در مواجهه با رسانه، تفکر خلاق و حل مسئله در محیط های نوین، تفکر منطقی و استدلال می باشد که به صورت مجزا بیان می گردد.

(۱) تفکر انتقادی و ارزیابی شناختی : در مبانی نظری تکنولوژی آموزشی و رشد تفکر، تفکر انتقادی به عنوان توانایی واکاوی فعالانه محتوا مطرح است. وی معتقد است رشد تفکر در محیط های یادگیری مبتنی بر فناوری مستلزم انتقال از مصرف کننده منفعل به تحلیل گر فعال است. در تربیت رسانه ای مبتنی بر هوش مصنوعی، این بعد از رشد تفکر شامل توانایی بازشناسی سوگیری های الگوریتمی و تشخیص اعتبار داده های تولید شده توسط

هوش مصنوعی است. رشد این تفکر به فرد قدرت می دهد تا در برابر هجمه های اطلاعاتی، تاب آوری شناختی داشته باشد و به سادگی تحت تاثیر پیام های اقناعی قرار نگیرد (فردانش، هاشم، ۱۳۹۹).

۲) فراشناخت و خودتنظیمی در مواجهه با رسانه: رشد تفکر در ابعاد عالی آن با مفهوم فراشناخت پیوند خورده است. رشد تفکر شامل دانش درباره شناخت و نظارت بر فرآیندهای ذهنی است. در تبیین تربیت رسانه ای، این بعد به معنای آگاهی فرد از نحوه تاثیر گذاری رسانه بر عواطف و افکار خویش است. بهره گیری از هوش مصنوعی می تواند به عنوان یک ابزار کمکی الگوهای مصرف رسانه ای فرد را پایش کرده و با ارائه بازخوردهای فراشناختی به رشد تفکر خود تنظیم گر کمک کند. این خود تنظیمی سنگ بنای تاب آوری در محیط های دیجیتال، پر فشار است که مانع از غرق شدگی اطلاعاتی فرد می شود (سیف، علی اکبر، ۱۴۰۱).

۳) تفکر خلاق و حل مسئله در محیط های نوین: رشد تفکر خلاق به عنوان یکی از ابعاد در مواجهه با چالش های عصر رسانه مطرح است. ابعاد رشد تفکر خلاق را در چهار مولفه سیالی، انعطاف پذیری، ابتکار و بسط تعریف می شود. در یک رویکرد تبیینی تربیت رسانه ای با استفاده از هوش مصنوعی نه تنها به دنبال حفاظت، بلکه به دنبال توانمندسازی خلاقانه است. فرد با بهره گیری از ابزار هوش مصنوعی به تولید محتوای جایگزین و حل مسائل پیچیده ارتباطی می پردازد. این توانمندی خلاقانه تاب آوری را در برابر بن بست های اطلاعاتی افزایش داده و به او اجازه می دهد راهکارهای نویی برای مقابله با آسیب های رسانه ای بیابد (حسینی، افضل السادات، ۱۳۹۷).

۴) تفکر منطقی و استدلال: در دیدگاه های نوین تربیتی، رشد تفکر به معنای تقویت ساختارهای استدلالی برای مواجهه با واقعیت است. در بحث الگوی انسان شناسی در تعلیم و تربیت می توان بر رشد قوه داور و عقلانیت اشاره کرد. در تبیین تربیت رسانه ای این بعد از تفکر به فرد کمک می کند تا بین واقعیت و برساخته های رسانه ای / مصنوعی تمایز قائل شود. هوش مصنوعی با شبیه سازی سناریوهای مختلف می تواند این قوه داور را در فرد ورزیده کند. توسعه این بعد از تفکر مستقیماً به تاب آوری منجر می شود چرا که فرد با تکیه بر استدلال منطقی، کمتر در دام شایعات و جریانات هیجانی رسانه ای گرفتار می گردد (باقری، خسرو، ۱۳۹۸).

رشد تفکر و تاب آوری: رشد تفکر به فرآیند تدریجی گسترش و پیچیده تر شدن توانایی های شناختی انسان در تحلیل، استدلال، قضاوت و حل مسئله اشاره دارد که از طریق آموزش، تجربه و تعامل اجتماعی شکل می گیرد و فرد را قادر می سازد اطلاعات را به صورت منطقی و انتقادی پردازش کرده و از راهبردهای شناختی پیشرفته برای درک مسائل و تولید ایده های نو استفاده کند. این فرآیند معمولاً تحت تاثیر تجربه های یادگیری، تعاملات اجتماعی و آموزشهای هدف مند شکل می گیرد و به ارتقای تفکر انتقادی خلاق و منطقی منجر می شود. در مقابل تاب آوری به توانایی روان شناختی فرد برای سازگاری مثبت، بازیابی تعادل و حفظ کارکرد موثر در مواجهه با فشارها، چالش ها و رویدادهای تنش زا گفته می شود؛ به گونه ای که فرد نه تنها از آسیبهای احتمالی مصون می ماند؛ بلکه از موقعیت های دشوار برای رشد فردی و تقویت مهارت های مقابله ای بهره می گیرد. پژوهش ها نشان می دهد که رشد مهارت های شناختی و تفکر می تواند نقش مهمی در تقویت تاب آوری داشته باشد، زیرا افراد با توانایی تحلیل و بازنگری شناختی بهتر می توانند موقعیت های دشوار را مدیریت کنند و راهبردهای سازگارانه تری به کار گیرند (ابوالحسنی نیارکی، فرشته؛ جلی آده، عضد الملکی و نوریان، ۱۴۰۳).

رشد تفکر و تربیت رسانه: رشد تفکر و تربیت رسانه ای به فرآیند تدریجی پرورش توانایی های شناختی، انتقادی و اخلاقی افراد برای فهم، تحلیل، ارزیابی و تولید پیام های رسانه ای در بستر نظام های ارتباطی نوین گفته می شود. در رویکرد های جدید علوم تربیتی، تربیت رسانه ای صرفاً آموزش استفاده از رسانه نیست؛ بلکه نوعی فرآیند تربیتی چند بعدی است که به تقویت تفکر انتقادی، سواد اطلاعاتی، درک سازو کارهای تولید و بازنمایی پیام، تشخیص سوگیری ها و قدرت تصمیم گیری آگاهانه در مواجهه با محتوای رسانه ای می انجامد. در این چارچوب، رشد تفکر رسانه ای به توسعه فرآیندهای شناختی سطح بالا مانند تحلیل، تفسیر، قضاوت و بازاندیشی درباره پیام های رسانه ای اشاره دارد و تربیت رسانه ای به مجموعه ای از

برنامه ها، سیاست ها و مداخلات آموزشی گفته می شود که با هدف توانمندسازی افراد برای مصرف آگاهانه، مشارکت مسئولانه و تولید خلاقانه محتوا در محیط های رسانه ای طراحی می شوند؛ امری که در عصر رسانه های دیجیتال و شبکه های اجتماعی به یکی از مولفه های اساسی نظام تعلیم و تربیت تبدیل شده است (خادمی و سلیمانی، ۱۴۰۱؛ باقری و همکاران، ۱۳۹۹، فتحي، ۱۳۹۷).

رشد تفکر و سواد رسانه رابطه ای دوسویه دارند؛ به بیان دیگر میان سواد رسانه و تفکر انتقادی رابطه ای دوطرفه، عمیق و بنیادین برقرار است. این دو حوزه نه تنها مکمل یکدیگرند، بلکه در فرآیند یادگیری در دنیای امروز بدون حضور یکی دیگری ناقص خواهد بود. در واقع می توان گفت سواد رسانه ای زمینه و بستر لازم برای بروز تفکر انتقادی است و تفکر انتقادی ابزار درونی سازی و پردازش موثر پیام های رسانه ای را فراهم می کند (یاری وند، حسین و همکاران، ۱۴۰۴).

رشد تفکر و هوش مصنوعی: مولفه های رشد تفکر، به معنای ارتقای فرآیندهای عالی ذهنی نظیر تفکر انتقادی، فراشناخت و استدلال منطقی است که توانایی تحلیل ارزیابی و بازسازی باورها را در فرد ایجاد می کند (سیف، علی اکبر، ۱۴۰۱). در این راستا هوش مصنوعی با بهره گیری از الگوریتم های پیچیده و شبیه سازی هوش انسانی، نه تنها ابزاری برای پردازش داده، بلکه به عنوان یک کاتالیزور شناختی عمل می کند که از طریق تحلیل هوشمند الگوها و کاهش بازشناختی مواجهه با کلان داده های رسانه ای زمینه ساز تقویت سطوح عالی تفکر و خودتنظیمی می شود (فردانش، کاظم، ۱۳۹۹). این هم افزایی میان هوش مصنوعی و رشد تفکر با توانمندسازی فرد در تشخیص سوءگیری ها و مدیریت هیجانات در فضای مجازی منجر به توسعه تاب آوری رسانه ای می گردد که ریشه در توانایی ذهن برای مقابله کنش گرایانه با ابهامات و فشارهای محیطی و تبدیل تهدیدهای اطلاعاتی به فرصت های یادگیری دارد (حاتمی، جواد، ۱۳۹۸).

نتیجه گیری: بررسی تبیینی تربیت رسانه ای با بهره گیری از هوش مصنوعی نشان می دهد که این رویکرد به مثابه یک راهبرد نوین تربیتی، ظرفیت بالایی برای ارتقای کیفیت مواجهه آگاهانه، نقادانه و مسئولانه افراد با محیط های رسانه ای دارد. هوش مصنوعی از طریق قابلیت هایی مانند شخصی سازی فرآیند یادگیری، تحلیل داده محور الگوهای مصرف رسانه ای، شناسایی تهدیدها و آسیب های ارتباطی و تسهیل تولید و توزیع محتوای آموزشی متناسب می تواند اثربخشی تربیت رسانه ای را به طور معناداری افزایش دهد. در این چارچوب، تربیت رسانه ای دیگر صرفاً ناظر بر انتقال دانش و مهارت های مصرف رسانه نیست؛ بلکه ناظر بر پرورش توانمندی های شناختی، تحلیلی و ارزشی در جهت فهم انتقادی پیام ها، تشخیص سوگیری ها، مدیریت کنش رسانه ای و کاهش آسیب پذیری در برابر جریان های مخرب اطلاعاتی است. از سوی دیگر، یافته های تحلیلی حاکی از آن است که هم افزایی میان تربیت رسانه ای و هوش مصنوعی می تواند به طور مستقیم و غیر مستقیم در توسعه تاب آوری نقش آفرین باشد؛ زیرا تاب آوری در بستر، انعطاف پذیری شناختی و توان سازگاری با شرایط پیچیده و متغیر اطلاعاتی است. براین اساس، بهره گیری هدفمند از ظرفیت های هوش مصنوعی در طراحی و اجرای برنامه های تربیت رسانه ای، نه تنها ارتقای سواد و کنشگری رسانه ای می انجامد، بلکه زمینه ساز تقویت تاب آوری فردی و اجتماعی در برابر فشارها، بحران ها و تهدید های فضای دیجیتال نیز خواهد بود. بنابراین، می توان نتیجه گرفت که تربیت رسانه ای مبتنی بر هوش مصنوعی یکی از مولفه های بنیادین در سیاست گذاری تربیتی و فرهنگی معاصر برای پرورش انسان آگاه، مقاوم و توانمند در زیست بوم رسانه ای امروز به شمار می رود.

منابع

- آتش زر، بهنوش؛ حمیدی پور، رحیم. (۱۴۰۴) پیش بینی تاب آوری تحصیلی براساس سواد رسانه ای تفکرنوآورانه و تنظیم هیجان های تحصیلی. ماهنامه رویش روان شناسی تهران: انتشارات انجمن روان شناسی بالینی کودک و نوجوان
- ابوالحسنی نیارکی، فرشته (۱۴۰۳) تفکر خردورزی و تعقل زمینه ساز تحقق ساحات اخلاقی انسان. مازندان: سامانه مدیریت اطلاعات پژوهشی
- امینی، س؛ محمدی، م (۱۴۰۰). کاربرد فناوری هوش مصنوعی در آموزش های مجازی و تربیت رسانه ای دانش آموزان. مجله مطالعات روانشناسی شناختی. تهران: انتشارات دانشگاه الزهرا
- اسفندیاری، مریم؛ محمدی، آمنه (۱۴۰۲). تبیین چارچوب مفهومی سواد هوش مصنوعی در پیوستار سواد رسانه ای یک مطالعه سنتز پژوهی. فصلنامه علمی فناوری آموزشی
- باقری، خسرو (۱۳۹۸). نگاهی دوباره به تعلیم و تربیت اسلامی (جلد اول). تهران: انتشارات مدرسه
- باقری، خسرو؛ کازرونی، سعید (۱۴۰۰). تربیت رسانه ای و دلالت های آن برای تحول در تفکر دانش آموزان. نشریه تعلیم و تربیت تهران: انتشارات باکینگهام، دیوید (۲۰۰۳). آموزش رسانه؛ سواد یادگیری و فرهنگ معاصر انتشارات پویلیتی
- باقری، خسرو؛ نصیری، زهرا و احمدی، مریم (۱۳۹۹). سواد رسانه ای و تربیت شهروندی در عصر دیجیتال. فصلنامه پژوهش های برنامه درسی
- بشارت، محمدعلی (۱۳۹۹). تاب آوری مفاهیم، نظریه ها و کاربردها. فصلنامه روانشناسی معاصر
- پارسایی، محمد و همکاران (۱۳۹۸). مبانی هوش مصنوعی. تهران: انتشارات دانشگاه
- پاتر، جیمز (۱۳۹۳). سواد رسانه ای ترجمه حمیدضیایی پور. تهران: انتشارات سروش
- پاتر، جیمز (۱۳۸۵). تعریف سواد رسانه ای ترجمه لیدا کاووسی. مجله رسانه
- جعفری، بهناز (۱۴۰۲). دستیار هوشمند هوش مصنوعی در خدمت آموزش و تولید محتوا. تهران: انتشارات آنان
- جهان شاه لو، امید (۱۴۰۲). سواد رسانه ای و هوش مصنوعی مفاهیم ابعاد و کاربردها. تهران: انتشارات پژوهش های فرهنگ
- حاتمی، جواد (۱۳۹۸). هوش مصنوعی و آموزش. تهران: انتشارات دانشگاه
- حسینی، افضل السادات (۱۳۹۷). ماهیت خلاقیت و شیوه های پرورش آن. تهران: انتشارات به نشر
- خادمی، محمدرضا؛ سلیمانی، فاطمه (۱۴۰۱). سواد رسانه ای و تفکر انتقادی در نظام تعلیم و تربیت. فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات
- خدادادی، فریبا (۱۴۰۳). بررسی خلاقیت هیجانی و هوش مصنوعی و تحلیل تاثیر هوش مصنوعی بر خلاقیت هیجانی. تهران: کنفرانس بین المللی مطالعات بین رشته ای در مدیریت و مهندسی.
- خجسته، حسن (۱۳۹۶). سواد رسانه ای. تهران: انتشارات سروش
- خوراسگانی، اکبر (۱۳۹۹). طراحی الگوی فرآیند تربیت رسانه ای در مدارس. مجله مدیریت مدرسه
- دهخدا، علی اکبر (۱۳۶۱). لغت نامه. تهران: انتشارات وزارت ارشاد اسلامی
- راسل، استوارت (۱۴۰۰). هوش مصنوعی رویکردی نوین. ترجمه علی اکبر علیزاده و همکاران. تهران: انتشارات دانشگاه
- رمضانی، ابراهیم (۱۴۰۱). رسانه های نوین و جامعه اطلاعاتی. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
- رستمی، ع (۱۴۰۲). هوش مصنوعی و آینده آموزش بررسی چالش ها و فرصت های تربیتی. تهران: مجله آموزش و توسعه انسانی
- زارع زاده، محمد و همکاران (۱۴۰۰). کاربرد هوش مصنوعی در آموزش و یادگیری. تهران: فصلنامه فناوری آموزشی
- ساروخانی، باقر (۱۳۹۵)، جامعه شناسی ارتباطات. تهران: انتشارات اطلاعات

- سجادی، سید مهدی (۱۴۰۳). تربیت رسانه ای کارکرد ویژه رسانه ای جمعی اسلامی. تهران: فصلنامه اسلام و علوم اجتماعی
- سلیمان، صفر؛ خسروی، فریبرز و حداد، زهرا (۱۳۹۲). ارزیابی سواد رسانه ای دانشجویان و دانش آموزان شهر تهران. تهران: مجله رسانه
- سیف، علی اکبر (۱۴۰۱). روانشناسی پرورشی نوین، روانشناسی یادگیری و آموزش. تهران: انتشارات نشر دوران
- شریعتمداری، علی (۱۳۹۴). اصول و فلسفه تعلیم و تربیت. تهران: انتشارات امیر کبیر
- شکر خواه، یونس (۱۳۹۲). اخلاق حرفه ای در رسانه ها. تهران: انتشارات سیمای شرق
- شکر خواه، یونس (۱۴۰۲). واژه نامه تحلیلی سواد رسانه ای و اطلاعاتی. تهران: انتشارات دانشگاه تهران
- شکوهی، غلامحسین (۱۳۹۲). مبانی و اصول آموزش و پرورش. مشهد: انتشارات آستان قدس
- شفیعی، س (۱۴۰۰). تاب آوری دیجیتال و سواد رسانه. فصلنامه پژوهش در رسانه و ارتباطات نوین
- شعبانی، حسن (۱۳۹۱). مهارت های آموزشی و پرورشی. تهران: انتشارات سمت
- صالحی، مهدی و همکاران (۱۴۰۲). تاب آوری دیجیتال و نقش آموزش سواد رسانه ای. فصلنامه فناوری اطلاعات و ارتباطات در آموزش.
- صالحی، سید سروش؛ راد، فیروز (۱۴۰۲). واکاوی ابعاد اخلاقی و اجتماعی هوش مصنوعی در زیست بوم رسانه های دیجیتال. فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری
- صالحی، ک. مقدم زاده، ع؛ نادری، ع (۱۳۹۸). واکاوی مفهوم سواد رسانه ای و نسبت آن با تفکر انتقادی. فصلنامه مطالعات رسانه ای
- عاملی، سعید رضا (۱۳۹۱). جهانی شدن دو فضایی و تحولات فضای مجازی تهران: انتشارات امیر کبیر
- علیپور، ج (۱۳۹۸). تحلیل گفتمان تربیت رسانه ای در نظام آموزشی. ایران: پژوهش نامه ارتباطات و رسانه
- علیزاده، حمید (۱۳۹۲). تاب آوری روانشناختی (بهبودی روانی و اختلال های رفتاری). تهران: انتشارات ارسباران
- علیزاده و مظفری (۱۳۹۶). رابطه تاب آوری هیجانی و تنظیم هیجان با رضایت در زندگی در معلمان. مجله پژوهش های روانشناسی تربیتی
- فاضلی، ن (۱۴۰۱). فرهنگ رسانه ای و زندگی اجتماعی در ایران. تهران: انتشارات نی
- فتحی و اجارگاه، کوروش (۱۴۰۲). برنامه ریزی در عصر هوش مصنوعی. تهران: انتشارات سمت
- فردانش، هاشم (۱۳۹۹). مبانی نظری تکنولوژی آموزشی. تهران: انتشارات سمت
- قادری، م (۱۳۹۵). تاب آوری روانشناختی و نقش آن در سلامت روان. فصلنامه پژوهش های روانشناسی سلامت
- قاسمی، سعیده (۱۳۹۹). نقش و کارکرد رسانه ها در تعلیم و تربیت. اصفهان: فصلنامه رویکردی نو در علوم تربیتی
- قاسمی، م (۱۴۰۰). تربیت رسانه ای و توانمندسازی اجتماعی شهروندان. فصلنامه مطالعات فرهنگ و رسانه
- کرمانشاهی، ف و همکاران (۱۳۹۴). بررسی اثربخشی آموزش سواد رسانه ای بر مهارت های تفکر انتقادی دانش آموزان. پژوهشنامه تربیتی
- کیهانی، م؛ تقوایی، د، رجبی، ا و امیر پور، ب (۱۳۹۳). همسانی درونی و تحلیل عاملی تاییدی مقیاس تاب آوری کارنر و دیویدسون در دانشجویان دختر پرستاری. مجله آموزش در علوم پزشکی
- لوتار، سونیا و همکاران (۱۳۹۸). تاب آوری در کودکان و نوجوانان ترجمه محمدرضا نریمانی. تهران: انتشارات دانژه
- ماستین، آن اس (۱۳۹۳). تاب آوری در رشد انسان ترجمه حمیدرضا طهماسبیان. تهران: انتشارات ارجمند
- محمدی، م (۱۳۸۵). بررسی ویژگی های روان سنجی مقیاس تاب آوری کارنر و دیویدسون. مجله روانشناسی
- مطهری، مرتضی (۱۳۹۳). تعلیم و تربیت در اسلام. تهران: انتشارات ملاصدرا
- معتمد نژاد، کاظم (۱۳۸۹). حقوق و اخلاق در رسانه های همگانی. تهران: انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

میربخش، سیمیا، سلطانی فر، محمد؛ نصیری، بهاره (۱۴۰۱). گفتمان های حاکم بر آموزش سواد رسانه ای و اطلاعاتی در ایران. فصلنامه دین و ارتباطات

نقی زاده، عباس (۱۴۰۱). الگوی برنامه درسی تربیت رسانه ای دانشجو معلمان براساس نظریه داده بنیاد. فصلنامه مطالعات آموزشی و آموزشگاهی
نصیری، بهاره و فوزیه، شهاب (۱۳۹۰). بررسی نقش رسانه ملی در ارتقای سواد رسانه ای مخاطبان مرکز تحقیقات صداوسیما جمهوری اسلامی ایران

نصیری، بهاره و همکاران (۱۳۹۱). اهمیت آموزش سواد رسانه ای در قرن بیست و یکم. مجله مطالعات رسانه

نصیری، معصومه (۱۴۰۱). عصر هوش مصنوعی و بازتعریف سواد رسانه ای. تهران: انتشارات پشتیبان

نوری، زهرا و صادقی، احمد (۱۴۰۲). تاب آوری رسانه ای رویکردی نوین در تربیت شهروندی عصر دیجیتال. پژوهشنامه تعلیم و تربیت
یاروی وند، حسین و همکاران (۱۴۰۴). تاثیر سواد رسانه ای و تفکر انتقادی بر یادگیری در عصر دیجیتال، چالش ها و راهکارها. تهران: کنفرانس
بین المللی پژوهش مدیریت تعلیم و تربیت در آموزش و پرورش.