

سواد رسانه ای برای معلمان و مدیران؛ چگونه در عصر انبوه اطلاعات، جهت دهنده ی ذهن دانش آموزان باشیم؟

زهره دهقانی^۱، فاطمه طالب پور بروجنی^۲، عاطفه طالب پور بروجنی^۳، فرشته رضایی اصلان^۴

چکیده



شتابان رسانه های دیجیتال، شبکه های اجتماعی، موتورهای جست و جو، پلتفرم های ویدئویی و ابزارهای مصنوعی، محیط یادگیری دانش آموزان را به گونه ای اساسی دگرگون کرده است. دانش آموز امروز طیفی از الگوهای رفتاری خود را از فضای رسانه ای دریافت می کند. در چنین شرایطی، نقش مدرسه از انتقال دهنده صرف اطلاعات به نهادی برای هدایت، اعتبارسنجی و معنا دادن به اطلاعات تغییر یافته است. از این رو، سواد رسانه ای معلمان و مدیران مدرسه به یکی از شایستگی های اساسی حرفه ای در نظام تعلیم و تربیت تبدیل شده است. پژوهش حاضر با هدف تبیین جایگاه سواد رسانه ای معلمان و مدیران و ارائه راهکارهایی برای هدایت آگاهانه دانش آموزان در عصر انبوه اطلاعات انجام شده است. روش پژوهش، مروری - کتابخانه ای و مبتنی بر مطالعه و تحلیل منابع علمی، پژوهش های ایرانی و خارجی، اسناد و منابع معتبر بین المللی در حوزه سواد رسانه ای، سواد اطلاعاتی، تربیت رسانه ای و آموزش دیجیتال است. یافته های پژوهش نشان می دهد سواد رسانه ای در محیط مدرسه صرفاً به معنای توانایی استفاده از تلفن همراه، رایانه یا شبکه های اجتماعی نیست، بلکه مجموعه ای از دانش، مهارت، نگرش و توانایی های اخلاقی برای دسترسی، تحلیل، ارزیابی، تولید و به کارگیری مسئولانه پیام های رسانه ای است. یافته ها همچنین نشان می دهد معلم با سواد رسانه ای می تواند از طریق آموزش تفکر انتقادی، تشخیص اطلاعات نادرست، بررسی منبع، مقایسه روایت ها، تحلیل اهداف و سوگیری های پیام های رسانه ای و تولید محتوای مسئولانه، دانش آموزان را از مصرف کننده منفعل اطلاعات به یادگیرنده ای فعال و تحلیلگر تبدیل کند. مدیر مدرسه نیز با ایجاد فرهنگ سازمانی حامی یادگیری دیجیتال، توانمندسازی حرفه ای معلمان، تدوین سیاست های مدرسه در استفاده مسئولانه از رسانه و ایجاد ارتباط سازنده با خانواده ها، نقش تعیین کننده ای در نهادینه سازی سواد رسانه ای دارد.

کلیدواژه ها: سواد رسانه ای، سواد اطلاعاتی، معلمان، مدیران مدارس، دانش آموزان، تفکر انتقادی، رسانه های دیجیتال، تربیت رسانه ای

^۱ کارشناسی علوم تربیتی پیام نور مرکز اصفهان

^۲ کارشناسی آموزش ابتدایی دانشگاه فرهنگیان شهید باهنر شهرکرد

^۳ کارشناسی ادبیات فارسی دانشگاه دولتی شهرکرد دانشکده ادبیات

^۴ کارشناسی علوم تربیتی دانشگاه پیام نور شهریار

۱. مقدمه

تحولات فناوری ارتباطات در دو دهه اخیر، مفهوم یادگیری و منابع یادگیری را دستخوش تغییرات بنیادین کرده است. در گذشته، مدرسه و کتاب درسی مهم ترین منابع دسترسی دانش آموز به اطلاعات محسوب می شدند، اما امروزه دانش آموزان در محیطی زندگی می کنند که اطلاعات آموزشی، اجتماعی، فرهنگی و سرگرمی به شکل لحظه ای و گسترده در اختیار آنان قرار دارد. تلفن های هوشمند، شبکه های اجتماعی، پیام رسان ها، وبگاه ها، موتورهای جستجو، ویدئوهای کوتاه و سامانه های هوش مصنوعی، مرز میان محیط رسمی آموزش و محیط غیررسمی یادگیری را کم رنگ کرده اند.

این تحول، فرصت های ارزشمندی برای آموزش ایجاد کرده است؛ اما در کنار فرصت ها، خطرهایی مانند اطلاعات نادرست، اخبار جعلی، تبلیغات پنهان، دستکاری عاطفی، محتوای نامتناسب با سن، سرقت علمی، نقض حریم خصوصی و شکل گیری نگرش های سطحی را نیز افزایش داده است. به همین دلیل، مسئله اصلی دیگر فقط «دسترسی به اطلاعات» نیست؛ بلکه مسئله مهم تر، توانایی تشخیص اطلاعات معتبر از نامعتبر و تبدیل اطلاعات به دانش قابل اعتماد است.

یونسکو سواد رسانه ای و اطلاعاتی را مجموعه ای از توانمندی ها برای دسترسی، ارزیابی، استفاده و تولید آگاهانه اطلاعات و محتوای رسانه ای می داند و بر نقش معلمان به عنوان عوامل مهم تغییر در این زمینه تأکید می کند (UNESCO, 2011, 2024). برنامه جدید سواد رسانه ای و اطلاعاتی یونسکو نیز بر توانایی ارزیابی پیام ها، شناخت تولید کنندگان محتوا، بررسی اهداف و ارزش های نهفته در پیام و مشارکت مسئولانه در محیط اطلاعاتی تأکید دارد. بنابراین، در چنین شرایطی سؤال اساسی این نیست که آیا دانش آموز باید با رسانه آشنا شود یا خیر؛ زیرا دانش آموز امروز امروز به صورت طبیعی در محیط رسانه ای حضور دارد. پرسش مهم این است که **چه کسی باید به او بیاموزد چگونه رسانه را بفهمد؟** پاسخ این پرسش، مدرسه، معلم، مدیر و خانواده را در مرکز توجه قرار می دهد.

نقش معلم نیز از انتقال دهنده اطلاعات به تسهیلگر یادگیری، تحلیلگر منابع و راهنمای فکری دانش آموز تغییر کرده است. معلمی که خود قادر به ارزیابی اعتبار منابع دیجیتال نیست، نمی تواند دانش آموز را برای مواجهه انتقادی با اطلاعات آماده کند. به همین ترتیب، مدیری که اهمیت سواد رسانه ای را صرفاً به استفاده از ابزارهای فناوری محدود می کند، نمی تواند فرهنگ مناسبی برای یادگیری رسانه ای در مدرسه ایجاد کند.

از این منظر، سواد رسانه ای را باید بخشی از شایستگی حرفه ای معلمان و مدیران دانست؛ شایستگی ای که به آنان کمک می کند در برابر انبوه اطلاعات، نقش «جهت دهنده» داشته باشند، نه «کنترل کننده ذهن». هدف تربیت رسانه ای



نیز نباید تحمیل یک نوع تفکر به دانش آموز باشد، بلکه باید پرورش توانایی پرسیدن، بررسی کردن، مقایسه کردن، استدلال کردن و تصمیم گیری آگاهانه باشد.

۲. بیان مسئله

یکی از ویژگی های عصر حاضر، انفجار اطلاعات است. در محیط رسانه های جدید، تولید و انتشار محتوا بسیار ساده شده و هر فرد می تواند در مدت کوتاهی به تولید کننده و توزیع کننده پیام تبدیل شود. این وضعیت، ساختار سنتی اعتبار اطلاعات را نیز دگرگون کرده است. در گذشته، اعتبار یک منبع تا حد زیادی به جایگاه رسمی آن وابسته بود، اما امروز یک پیام ممکن است بدون برخورداری از پشتوانه علمی، میلیون ها بار مشاهده و بازنشر شود.

این شرایط برای کودکان و نوجوانان حساس تر است؛ زیرا توانایی تحلیل انتقادی آنان هنوز در حال رشد است و ممکن است جذابیت بصری، تعداد بازدیدها یا تأیید همسالان را با اعتبار علمی اشتباه بگیرند. در نتیجه، دانش آموز ممکن است خبری را درست بداند چون در شبکه اجتماعی فراگیر شده، یک ادعا را علمی تصور کند چون در قالب یک ویدئوی حرفه ای ارائه شده یا یک تبلیغ را توصیه تخصصی تلقی کند زیرا فردی مشهور آن را بیان کرده است.

از این رو، مدرسه نمی تواند نسبت به محیط رسانه ای بیرون از خود بی تفاوت باشد. دانش آموزان باید یاد بگیرند که هر پیام رسانه ای دارای تولید کننده، هدف، مخاطب، زمینه، انتخاب های زبانی و تصویری و گاهی منافع اقتصادی یا اجتماعی است. فهم این مؤلفه ها به آنان کمک می کند میان «پیام» و «واقعیت» تفاوت بگذارند.

در این میان، چالش مهمی نیز وجود دارد: چگونه می توان معلمی را که خود در معرض همان سیلاب اطلاعاتی قرار دارد، به راهنمای رسانه ای دانش آموز تبدیل کرد؟

پژوهش سراوانی، شریعتمداری، کردستانی و حمیدی فر (۲۰۲۴/۱۴۰۲) درباره آموزش مجازی سواد رسانه ای سایبری معلمان ابتدایی شهر زاهدان نشان داد که دانش، آگاهی، مهارت و نگرش از مؤلفه های اساسی سواد رسانه ای سایبری معلمان هستند و این آموزش می تواند پیامدهای فردی، اجتماعی و حرفه ای داشته باشد.

همچنین پژوهش سراوانی و همکاران (۱۴۰۱) با ارائه الگویی برای آموزش مجازی سواد رسانه ای سایبری معلمان، مؤلفه هایی مانند دانش، مهارت، آگاهی و نگرش را در مرکز مدل قرار داده و عواملی مانند زیرساخت فناوری، محتوای آموزشی، حمایت سازمانی، روش های آموزش، بازخورد و ارزشیابی را نیز مؤثر دانسته است.

بنابراین مسئله اصلی فقط ضعف مهارت فنی نیست. ممکن است معلمی بتواند از یک نرم افزار آموزشی استفاده کند، اما نتواند اعتبار محتوایی را که در آن نرم افزار منتشر شده ارزیابی کند. همچنین ممکن است مدیر مدرسه امکانات

فناوری را فراهم کند، اما برنامه‌ای برای ارتقای توانایی معلمان در ارزیابی منابع، حفظ حریم خصوصی دانش‌آموزان و مقابله با اطلاعات نادرست نداشته باشد.

در نتیجه، مسئله پژوهش حاضر این است که چگونه می‌توان با ارتقای سواد رسانه‌ای معلمان و مدیران، مدرسه را به محیطی تبدیل کرد که در آن دانش‌آموزان به جای مصرف منفعلانه اطلاعات، توانایی تحلیل، ارزیابی و تولید آگاهانه پیام‌های رسانه‌ای را به دست آورند؟

۳. ضرورت و اهمیت

ضرورت پرداختن به سواد رسانه‌ای را می‌توان در چند سطح بررسی کرد.

نخست، از منظر تربیتی، رسانه‌ها بخشی از فرایند جامعه‌پذیری دانش‌آموزان شده‌اند. بسیاری از نگرش‌ها درباره موفقیت، ظاهر، سبک زندگی، روابط اجتماعی، مصرف و حتی یادگیری از طریق رسانه‌ها شکل می‌گیرند. بنابراین مدرسه برای ایفای نقش تربیتی خود ناگزیر است محیط رسانه‌ای دانش‌آموز را بشناسد.

دوم، از منظر آموزشی، کیفیت یادگیری تا حد زیادی به کیفیت منابع اطلاعاتی وابسته است. دانش‌آموزی که توانایی تشخیص منبع معتبر از منبع ضعیف را ندارد، حتی با دسترسی به حجم زیادی از اطلاعات ممکن است یادگیری نادرستی داشته باشد.

سوم، از منظر اجتماعی، اطلاعات نادرست و اخبار جعلی می‌توانند موجب شکل‌گیری نگرش‌های نادرست و رفتارهای هیجانی شوند. آموزش سواد رسانه‌ای می‌تواند ظرفیت دانش‌آموز برای توقف، پرسش، بررسی و ارزیابی را افزایش دهد.

چهارم، از منظر حرفه‌ای، معلمان خود باید الگوی استفاده مسئولانه از رسانه باشند. دانش‌آموز تنها از آنچه معلم تدریس می‌کند یاد نمی‌گیرد، بلکه از نحوه رفتار معلم نیز الگوبرداری می‌کند. اگر معلم پیش از انتشار یک خبر آن را بررسی کند، منبع را معرفی کند و در برابر ندانستن یک موضوع، به جای حدس‌زدن به جست‌وجوی منبع معتبر بپردازد، عملاً سواد رسانه‌ای را آموزش می‌دهد.

پنجم، مدیر مدرسه نیز باید رهبر تحول رسانه‌ای باشد. مدیر می‌تواند با برنامه‌ریزی برای آموزش ضمن خدمت، تشکیل گروه‌های یادگیری حرفه‌ای، حمایت از تولید محتوای معتبر و تدوین دستورالعمل استفاده مسئولانه از فناوری، محیط مدرسه را برای رشد سواد رسانه‌ای آماده کند.



پژوهش های بین المللی نیز این ضرورت را تأیید کرده اند. یک مرور نظام مند درباره سواد رسانه ای و اطلاعاتی معلمان آینده نگر نشان داده است که پژوهش های موجود بیش از حد بر شایستگی فردی تمرکز کرده اند و جنبه های مربوط به کاربرد این شایستگی در تدریس هنوز نیازمند توجه بیشتری است. (Chen et al., 2025)

۴. روش پژوهش مروری - کتابخانه ای

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش، مروری - کتابخانه ای است. برای تدوین مقاله، منابع علمی فارسی و انگلیسی مرتبط با مفاهیم سواد رسانه ای، سواد اطلاعاتی، تربیت رسانه ای، سواد دیجیتال، آموزش معلمان و مدیریت مدرسه بررسی و تحلیل شده اند.

منابع مورد استفاده شامل مقالات پژوهشی، مطالعات مروری و نظام مند، اسناد و منابع معتبر سازمان های بین المللی و منابع علمی منتشر شده در نشریات تخصصی بوده است. در انتخاب منابع، بر پژوهش های سال های اخیر تأکید شده و برای تبیین مبانی نظری نیز از منابع بنیادی و معتبر استفاده شده است.

فرایند تحلیل منابع به صورت توصیفی - تحلیلی انجام گرفت. ابتدا مفاهیم اصلی استخراج و سپس در محورهای «شایستگی رسانه ای معلم»، «نقش مدیر مدرسه»، «تفکر انتقادی دانش آموز»، «تشخیص اطلاعات نادرست»، «تولید محتوای مسئولانه» و «فرهنگ سازمانی مدرسه» طبقه بندی شدند. در مرحله بعد، نتایج مطالعات داخلی و خارجی با یکدیگر مقایسه و راهکارهای کاربردی برای محیط مدرسه استخراج شد.

۵. پیشینه پژوهشی ایرانی و خارجی

۵-۱. پیشینه پژوهشی ایرانی

سراوانی، شریعتمداری، کردستانی و حمیدی (فر) ۲۰۲۴/۱۴۰۲ (در پژوهشی با عنوان «شناسایی مؤلفه ها و پیامدهای آموزش مجازی سواد رسانه ای سایبری؛ مطالعه موردی: معلمان ابتدایی شهر زاهدان» به بررسی مؤلفه های آموزش سواد رسانه ای سایبری پرداختند. پژوهش آنان به روش ترکیبی انجام شد و یافته ها نشان داد که دانش، آگاهی، مهارت و نگرش از مؤلفه های مهم آموزش سواد رسانه ای هستند. همچنین پیامدهای آموزش در سه سطح فردی، اجتماعی و حرفه ای شناسایی شد.

والی پور، محمدی و حسنی در پژوهشی درباره الگوی برنامه درسی آموزش سواد رسانه ای دیجیتال، بر ضرورت نیازسنجی، اهداف یکپارچه، محتوای مرتبط با سواد دیجیتال، یادگیری فعال، منابع آموزشی، ارزشیابی مستمر، انعطاف پذیری، توسعه حرفه ای معلمان و همکاری دیجیتال تأکید کرده اند. این یافته ها نشان می دهد که آموزش سواد رسانه ای نباید به یک درس منفرد محدود شود، بلکه باید با برنامه درسی و توسعه حرفه ای معلمان پیوند داشته باشد.

این مطالعه در زمان تدوین مقاله در مرحله انتشار/اطلاعات کتاب‌شناختی سال ۱۴۰۵ قرار دارد و از این رو برای استناد اصلی مقاله، به منابع منتشرشده پیش از آن تکیه شده است.

سراوانی، شریعتمداری، کردستانی و حمیدی (فر) ۱۴۰۱ (در پژوهشی درباره ارائه الگوی پارادایمی آموزش مجازی سواد رسانه‌ای سایبری معلمان دوره ابتدایی، ۱۴۴ شاخص و ۲۵ مؤلفه را در شش بعد شناسایی کردند. در این مدل، دانش، مهارت، آگاهی و نگرش در کنار عواملی مانند زیرساخت، حمایت، محتوا، روش‌های آموزش، بازخورد و ارزشیابی قرار گرفته‌اند.

فراهانی، حلاج دهقانی و خانزادی) ۱۴۰۱ (نیز در مطالعه‌ای با عنوان «ارائه مدل مطلوب آموزش سواد رسانه‌ای دیجیتال دوره ابتدایی» بر نقش آموزش سواد دیجیتال در توانمندسازی دانش‌آموزان و ضرورت ادغام آن در برنامه درسی و آموزش معلمان تأکید کرده‌اند.

در منابع آموزشی رسمی آموزش و پرورش نیز بر ضرورت نقش معلم در آموزش سواد رسانه‌ای تأکید شده است. دفتر انتشارات و فناوری آموزشی آموزش و پرورش در مطالب مرتبط با سواد رسانه‌ای، توانایی دسترسی، تحلیل، ارزیابی و تولید پیام‌های رسانه‌ای را از مؤلفه‌های اصلی سواد رسانه‌ای معرفی کرده و بر آموزش معلمان تأکید داشته است.

۲-۵. پیشینه پژوهشی خارجی

Chen, Salleh, and Salleh (2025) در یک مرور نظام‌مند با بررسی ۴۰ مطالعه منتشرشده بین سال‌های ۲۰۱۳ تا ۲۰۲۴ درباره سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی معلمان آینده‌نگر، نشان دادند که پژوهش‌ها بیشتر بر شایستگی فردی تمرکز داشته‌اند و کاربرد این شایستگی در عمل تدریس کمتر مورد توجه قرار گرفته است. آنان بر ضرورت ادغام سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی در آموزش معلمان تأکید کردند.

Suárez-Perdomo, Garcés-Delgado, and Arvelo-Rosales (2025) در یک مرور نظام‌مند درباره آموزش سواد رسانه‌ای نوجوانان، ۱۳ مطالعه مداخله‌ای را بررسی کردند. نتایج نشان داد برنامه‌های سواد رسانه‌ای می‌توانند فرصت‌هایی برای رشد مهارت تحلیل انتقادی، تأمل، تصمیم‌گیری و تفکر انتقادی ایجاد کنند.

Cho, Carpenter, and Li (2025) در یک فراتحلیل از ۱۶۰ مداخله سواد رسانه‌ای طی چهار دهه نشان دادند که مداخلات سواد رسانه‌ای در مجموع آثار مثبت دارند و آثار آنها به‌ویژه بر دانش و برخی نگرش‌ها قابل توجه است. آنان همچنین گزارش کردند که مداخلات حضوری در برخی پیامدها نسبت به آموزش صرفاً آنلاین اثرگذاری بیشتری داشته‌اند.

do'Haenens و همکاران (2025) در مرور نظام‌مند شواهد اثربخشی مداخلات سواد رسانه‌ای، بر اهمیت طراحی هدفمند و ارزیابی مداخلات برای گروه‌های مختلف تأکید کرده‌اند. این یافته برای مدارس اهمیت زیادی دارد؛ زیرا نشان می‌دهد آموزش سواد رسانه‌ای نباید صرفاً به ارائه اطلاعات نظری محدود شود، بلکه باید به صورت مداخله آموزشی قابل ارزیابی طراحی گردد.

Rojas-Estrada, Aguaded, and García-Ruiz (2024) در یک مرور نظام‌مند درباره ادغام سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی در برنامه درسی، ۱۳۱ مطالعه را بررسی کردند و نتیجه گرفتند که اراده سیاست‌گذاری، فعالیت معلمان، جامعه مدنی و دانشگاه‌ها از عوامل مهم در گسترش سواد رسانه‌ای در آموزش رسمی هستند.

Lee و همکاران (2024) نیز در یک مرور نظام‌مند درباره سواد داده‌ای معلمان نشان دادند که شایستگی حرفه‌ای معلم صرفاً به دانش و مهارت فنی محدود نیست و نگرش، رفتار، همکاری، ارتباط و توسعه حرفه‌ای نیز در آن نقش دارند. این نتیجه را می‌توان به حوزه سواد رسانه‌ای نیز تعمیم داد؛ زیرا معلم رسانه‌ای توانمند باید علاوه بر مهارت فنی، نگرش نقادانه و مسئولانه داشته باشد.

در سطح سیاست‌گذاری بین‌المللی نیز یونسکو در برنامه سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی برای معلمان بر توانایی ارزیابی محتوا، شناخت تولیدکنندگان پیام، درک اهداف و ارزش‌های پیام‌ها و استفاده آموزشی از سواد رسانه‌ای تأکید کرده است. (UNESCO, 2011, 2024)

۶. یافته‌ها

۶-۱. سواد رسانه‌ای فراتر از مهارت استفاده از فناوری است

یکی از مهم‌ترین یافته‌های این مطالعه آن است که نباید سواد رسانه‌ای را با سواد فناوری اشتباه گرفت. فردی ممکن است در استفاده از تلفن همراه، نرم‌افزارها و شبکه‌های اجتماعی بسیار ماهر باشد، اما از نظر سواد رسانه‌ای ضعیف باشد.

سواد رسانه‌ای در مدرسه حداقل شامل پنج توانایی اساسی است: دسترسی آگاهانه به اطلاعات، تحلیل پیام، ارزیابی اعتبار، تولید مسئولانه محتوا و استفاده اخلاقی از رسانه.

بنابراین سؤال معلم نباید فقط این باشد که «دانش آموز چگونه از اینترنت استفاده کند؟» بلکه باید پرسد: «دانش آموز چگونه تشخیص دهد چه چیزی ارزش اعتماد دارد؟»

۶-۲. معلم باید الگوی سواد رسانه‌ای باشد

دانش آموز بیش از آنکه از سخنرانی درباره سواد رسانه ای بیاموزد، از رفتار معلم یاد می گیرد. اگر معلم در کلاس از یک مطلب اینترنتی استفاده می کند، بهتر است منبع آن را معرفی کند و درباره اعتبار آن توضیح دهد.

برای مثال، هنگام مشاهده یک خبر می توان از دانش آموز پرسید:

چه کسی این خبر را منتشر کرده است؟

منبع اولیه خبر چیست؟

آیا منابع دیگری نیز همین ادعا را تأیید کرده اند؟

هدف تولیدکننده پیام چیست؟

آیا متن حاوی زبان هیجانی یا اغراق آمیز است؟

چه اطلاعاتی در خبر وجود ندارد؟

آیا تصویر یا ویدئو مربوط به همان رویداد است؟

این پرسش ها به مرور نوعی عادت ذهنی در دانش آموز ایجاد می کند.

۳-۶. مدرسه باید از «مصرف رسانه» به «تحلیل رسانه» حرکت کند

یکی از مشکلات آموزش رسانه ای، محدود شدن آن به توصیه هایی مانند «کمتر از گوشی استفاده کنید» است. چنین رویکردی کافی نیست. هدف سواد رسانه ای صرفاً کاهش مصرف رسانه نیست؛ بلکه افزایش کیفیت مصرف و تولید رسانه است.

دانش آموز باید بیاموزد چگونه یک تبلیغ را تحلیل کند، چگونه یک خبر را بررسی کند، چگونه تصویر دستکاری شده را تشخیص دهد، چگونه منبع علمی پیدا کند و چگونه محتوای دیجیتال اخلاقی تولید کند.

بنابراین مدرسه باید از «ممنوعیت» به سمت «توانمندسازی» حرکت کند.

۴-۶. مدیر مدرسه نقش رهبر فرهنگی دارد

مدیر مدرسه می تواند سواد رسانه ای را به فرهنگ سازمانی تبدیل کند. این امر از طریق برگزاری کارگاه های مستمر، تشکیل گروه یادگیری حرفه ای، ایجاد بانک منابع معتبر، تشویق معلمان به تولید محتوای آموزشی و طراحی قواعد روشن برای استفاده از فناوری امکان پذیر است.

مدیر همچنین باید از معلمان حمایت کند تا از فناوری به صورت هدفمند استفاده کنند. پژوهش های مربوط به شایستگی حرفه ای معلمان نشان می دهد که حمایت سازمانی و فرصت های توسعه حرفه ای، در کنار دانش و مهارت فردی، اهمیت دارند. (Lee et al., 2024)

۵-۶. آموزش تشخیص اخبار جعلی باید عملی باشد

یکی از مهم ترین حوزه های سواد رسانه ای در مدرسه، توانایی تشخیص اطلاعات نادرست است. آموزش این مهارت با تعریف نظری «خبر جعلی» پایان نمی یابد.

معلم می تواند چند خبر واقعی و ساختگی را در اختیار دانش آموزان قرار دهد و از آنها بخواهد منابع، تاریخ انتشار، نویسنده، شواهد و تصاویر را بررسی کنند. سپس گروه ها نتایج خود را ارائه دهند.

این فعالیت باعث می شود دانش آموز سواد رسانه ای را تجربه کند، نه اینکه صرفاً تعریف آن را حفظ کند.

۶-۶. سواد رسانه ای باید با تفکر انتقادی پیوند داشته باشد

سواد رسانه ای بدون تفکر انتقادی ناقص است. تفکر انتقادی به دانش آموز کمک می کند قبل از پذیرش یک ادعا، درباره شواهد، منبع، منطق و پیامدهای آن سؤال کند.

هدف از این رویکرد، ایجاد شک دائمی نیست؛ بلکه ایجاد «شک سازنده» است. دانش آموز نباید همه چیز را دروغ بداند و نباید همه چیز را نیز بدون بررسی بپذیرد.

۷-۶. تولید محتوا، سطح بالاتری از سواد رسانه ای است

دانش آموز زمانی به سطح بالاتری از سواد رسانه ای می رسد که بتواند خودش محتوا تولید کند. ساخت یک پادکست آموزشی، تهیه ویدئوی کوتاه، طراحی پوستر دیجیتال، نوشتن یک گزارش یا ایجاد یک ارائه چندرسانه ای می تواند فرصتی برای تمرین سواد رسانه ای باشد.

در این فرایند باید موضوعاتی مانند مالکیت فکری، ذکر منبع، حریم خصوصی، حقوق دیگران و مسئولیت اجتماعی نیز آموزش داده شود.

۸-۶. مدیر باید میان مدرسه و خانواده پل ارتباطی ایجاد کند

سواد رسانه ای دانش آموز فقط در مدرسه شکل نمی گیرد. رفتار والدین نیز تأثیر زیادی بر عادات رسانه ای کودکان دارد. بنابراین مدیر می تواند جلسات آموزشی کوتاه و کاربردی برای خانواده ها برگزار کند.

در این جلسات بهتر است به جای ترساندن والدین از فناوری، درباره مدیریت زمان رسانه‌ای، گفت‌وگوی خانوادگی، بررسی منابع، حفظ حریم خصوصی، امنیت حساب‌ها و رفتار مسئولانه در شبکه‌های اجتماعی صحبت شود.

۹-۶. آموزش سواد رسانه‌ای باید مستمر باشد

رسانه‌ها دائماً تغییر می‌کنند. بنابراین نمی‌توان با برگزاری یک کارگاه چندساعته ادعا کرد که معلم یا دانش‌آموز به سواد رسانه‌ای دست یافته است.

یافته‌های مطالعات جدید نیز بر اهمیت آموزش ساختاریافته و مستمر تأکید دارند. مرور نظام‌مند مداخلات رسانه‌ای نشان داده است که مداخلات آموزشی می‌توانند آثار مثبتی ایجاد کنند، اما کیفیت طراحی، نوع هدف و شیوه اجرا اهمیت دارد. (Cho et al., 2025)

۱۰-۶. هوش مصنوعی، مرحله جدیدی از سواد رسانه‌ای را ایجاد کرده است

ظهور ابزارهای هوش مصنوعی، مسئله سواد رسانه‌ای را پیچیده‌تر کرده است. اکنون دانش‌آموز می‌تواند در چند ثانیه متن، تصویر، صدا یا ویدئو تولید کند؛ اما تولید سریع محتوا به معنای درست بودن آن نیست.

معلمان و مدیران باید به دانش‌آموزان بیاموزند که خروجی ابزارهای هوش مصنوعی نیز باید بررسی و راستی‌آزمایی شود. همچنین موضوعاتی مانند سرقت علمی، جعل محتوا، حریم خصوصی و مسئولیت اخلاقی باید وارد آموزش رسانه‌ای شود.

از این منظر، سواد رسانه‌ای آینده را می‌توان ترکیبی از سواد رسانه‌ای، سواد اطلاعاتی، سواد دیجیتال و سواد هوش مصنوعی دانست.

۷. نتیجه‌گیری و پیشنهادها کاربردی

رسانه‌ها دیگر یک ابزار جانبی در زندگی دانش‌آموزان نیستند، بلکه بخشی از محیط رشد، یادگیری و اجتماعی شدن آنان محسوب می‌شوند. بنابراین مدرسه‌ای که می‌خواهد در تربیت نسل آینده نقش مؤثر داشته باشد، نمی‌تواند نسبت به تحولات رسانه‌ای بی‌تفاوت بماند.

یافته‌های این مطالعه نشان داد که سواد رسانه‌ای معلمان و مدیران یک مهارت فنی ساده نیست، بلکه نوعی شایستگی حرفه‌ای چندبعدی است که دانش، مهارت، نگرش، تفکر انتقادی، توانایی ارزیابی اطلاعات و رفتار اخلاقی را دربرمی‌گیرد. پژوهش‌های داخلی نیز بر نقش دانش، آگاهی، مهارت و نگرش معلمان تأکید کرده‌اند و مطالعات خارجی ضرورت ادغام سواد رسانه‌ای در آموزش معلمان و برنامه‌های رسمی مدرسه را نشان داده‌اند.

در پاسخ به پرسش اصلی مقاله، یعنی «چگونه در عصر انبوه اطلاعات جهت دهنده ذهن دانش آموزان باشیم؟»، باید تأکید کرد که جهت دهی تربیتی با کنترل ذهن متفاوت است. مدرسه نباید دانش آموز را به پذیرش بی چون و چرای یک روایت سوق دهد؛ بلکه باید توانایی او را برای بررسی روایت های مختلف، شناخت شواهد، ارزیابی منابع و تصمیم گیری مسئولانه افزایش دهد.

معلم موفق در عصر اطلاعات، معلمی نیست که همه پاسخ ها را بداند؛ بلکه معلمی است که به دانش آموز می آموزد چگونه پاسخ درست را پیدا، بررسی و ارزیابی کند.

بر اساس یافته های پژوهش، پیشنهادهای زیر ارائه می شود:

۱. گنجاندن سواد رسانه ای در برنامه توسعه حرفه ای معلمان: دوره های ضمن خدمت باید از آموزش های صرفاً نظری فاصله گرفته و موضوعاتی مانند اخبار جعلی، راستی آزمایی، جست و جوی پیشرفته، تحلیل تبلیغات، حریم خصوصی، هوش مصنوعی و تولید محتوای آموزشی را پوشش دهند.

۲. ایجاد «کارگاه رسانه ای مدرسه»: هر مدرسه می تواند یک گروه کوچک متشکل از مدیر، معاون، معلم و نماینده دانش آموزان ایجاد کند تا مسائل رسانه ای روز را بررسی و فعالیت های آموزشی مرتبط طراحی کند.

۳. آموزش سواد رسانه ای از طریق مسئله های واقعی: به جای حفظ تعاریف، از دانش آموزان خواسته شود یک خبر، تبلیغ، ویدئو یا پست واقعی را تحلیل کنند.

۴. آموزش مهارت راستی آزمایی: دانش آموز باید بداند چگونه منبع اولیه یک خبر را پیدا کند، چند منبع را مقایسه کند و به شواهد توجه کند.

۵. تبدیل معلمان به الگوهای رفتاری: معلمان هنگام استفاده از منابع دیجیتال باید منبع را معرفی کنند، درباره میزان اعتبار آن توضیح دهند و در صورت اشتباه، اصلاح اطلاعات را به عنوان یک رفتار علمی طبیعی نشان دهند.

۶. توانمندسازی مدیران: دوره های ویژه ای برای مدیران طراحی شود که در آن علاوه بر سواد رسانه ای، موضوعات مدیریت تغییر، فرهنگ دیجیتال مدرسه، امنیت اطلاعات و سیاست گذاری فناوری آموزشی نیز آموزش داده شود.



۷. **ایجاد بانک منابع معتبر در مدرسه:**
مدرسه می تواند فهرستی از پایگاه های علمی، منابع آموزشی معتبر و ابزارهای راستی آزمایی در اختیار معلمان و دانش آموزان قرار دهد.

۸. **مشارکت خانواده ها:**
جلسات کوتاه و کاربردی برای والدین برگزار شود تا خانواده نیز با اصول استفاده مسئولانه از رسانه و شیوه گفت و گو با فرزندان درباره محتوای رسانه های آشنا شود.

۹. **پیوند سواد رسانه ای با تمام دروس:**
سواد رسانه ای نباید فقط به یک درس خاص محدود شود. در علوم می توان اعتبار یک ادعای علمی را بررسی کرد؛ در فارسی می توان زبان تبلیغات را تحلیل کرد؛ در مطالعات اجتماعی می توان بازنمایی رویدادها را بررسی کرد و در ریاضی می توان نمودارهای گمراه کننده را تحلیل کرد.

۱۰. **توجه جدی به هوش مصنوعی:**
مدارس باید به تدریج آموزش استفاده مسئولانه از هوش مصنوعی را در برنامه های سواد رسانه ای خود وارد کنند و به دانش آموزان بیاموزند که خروجی هوش مصنوعی نیز نیازمند بررسی و اعتبارسنجی است.

در نهایت می توان گفت آینده آموزش نه در رقابت مدرسه با رسانه، بلکه در **توانمند کردن دانش آموز برای زندگی هوشمندانه در جهان رسانه ای** قرار دارد. مدرسه ای موفق خواهد بود که به جای بستن درهای خود به روی رسانه ها، دانش آموز را برای ورود آگاهانه، انتقادی، اخلاقی و خلاقانه به این جهان آماده کند. در این مسیر، معلم «جهت دهنده یادگیری» و مدیر «رهبر فرهنگ رسانه ای مدرسه» خواهد بود.

به بیان دیگر، در عصر انبوه اطلاعات، مهم ترین سرمایه مدرسه داشتن اطلاعات بیشتر نیست؛ بلکه داشتن **انسان هایی است که می دانند با اطلاعات چه کنند.**

منابع

منابع فارسی



سراوانی، ا.، شریعتمداری، م.، کردستانی، ف.، و حمیدی، ف. (۲۰۲۴/۱۴۰۲). شناسایی مؤلفه‌ها و پیامدهای آموزش مجازی سواد رسانه‌ای سایبری: مطالعه موردی معلمان ابتدایی شهر زاهدان. نشریه پژوهش و نوآوری در تربیت و توسعه، ۳(۴)، ۱۳۰-۱۴۵. <https://doi.org/10.61838/jsied.3.4.11>

سراوانی، ا.، شریعتمداری، م.، کردستانی، ف.، و حمیدی، ف. (۱۴۰۱). ارائه الگوی پارادایمی آموزش مجازی سواد رسانه‌ای سایبری معلمان دوره ابتدایی بر اساس رویکرد داده‌بنیاد. جامعه‌شناسی آموزش و پرورش، ۱۱(۱)، ۲۱۵-۲۲۹.

فراهانی، م.، حلاج دهقانی، ع.، و خانزادی، خ. (۱۴۰۱). ارائه مدل مطلوب آموزش سواد رسانه‌ای دیجیتالی دوره ابتدایی. جامعه‌شناسی آموزش و پرورش، ۱۰(۳)، ۲۶۱-۲۷۴.

هاشمی، م. (۱۳۹۷). سواد رسانه‌ای در مدرسه. رشد فناوری آموزشی. دفتر انتشارات و فناوری آموزشی، وزارت آموزش و پرورش.

منابع انگلیسی

Chen, S., Salleh, S. M., & Salleh, M. A. M. (2025). Media and information literacy among pre-service teachers: A systematic review of key trends and gaps (2013–2024).

International Journal of Information Management Data Insights, 5(2), 100348. <https://doi.org/10.1016/j.jjime.2025.100348>

Cho, H. Y., Carpenter, C. J., & Li, W. (2025). Media literacy interventions: Meta-analytic review of 40 years of research. *Health Communication*, 51(2), 57–79. <https://doi.org/10.1093/hcr/hqaf004>

d'Haenens, L., Vissenberg, J., Puusepp, M., Edisherashvili, N., Martinez-Castro, D., Helsper, E. J., Tomczyk, Ł., Azadi, T., Opozda-Suder, S., Maksniemi, E., Spurava, G., Salmela-Aro, K., Sormanen, N., Tiihonen, S., Wilska, T.-A., Hietajärvi, L., Martínez, G., Larrañaga, N., Garmendia, M., Oliveira-Araujo, R., Donoso, V., Pedaste, M., & Sepielak, D. (2025). Fostering media literacy: A systematic evidence review of intervention effectiveness for diverse target groups. *Media and Communication*, 13. <https://doi.org/10.17645/mac.8901>

Lee, J., Alonzo, D., Beswick, K., Oo, C. Z., Anson, D. W. J., & Abril, J. M. V. (2024). Data literacy of principals in K–12 school contexts: A systematic review. *Educational Research Review*, 45, 100649. <https://doi.org/10.1016/j.edurev.2024.100649>



Lee, J., Alonzo, D., Beswick, K., Abril, J. M. V., Chew, A. W., Oo, C. Z., et al. (2024). Dimensions of teachers' data literacy: A systematic review of literature from 1990 to 2021. *Educational Assessment, Evaluation and Accountability*, 36, 145–200. <https://doi.org/10.1007/s11092-024-09435-8>

Rojas-Estrada, E.-G., Aguaded, I., & García-Ruiz, R. (2024). Media and information literacy in the prescribed curriculum: A systematic review on its integration. *Education and Information Technologies*, 29, 9445–9472. <https://doi.org/10.1007/s10639-023-12154-0>

Suárez-Perdomo, A., Garcés-Delgado, Y., & Arvelo-Rosales, C. N. (2025). Systematic review on adolescents' construction of media literacy in educational settings. *Review of Education*, 13, e70048. <https://doi.org/10.1002/rev3.70048>

UNESCO. (2011). *Media and information literacy curriculum for teachers*. Paris: UNESCO.

UNESCO. (2024). *Media and information literacy curriculum: Introduction and teaching and lifelong learning*. UNESCO.