



2023

Wednesday,
25 Oct.

**Media and Information
Literacy Seminar:
A Collective Global Agenda**

۱۴۰۲

چهارشنبه
۳ آبان

سمینار سواد رسانه‌ای
و اطلاعاتی:
دستور کار جمعی جهانی

Proceeding

UNESCO Chair in Cyberspace and Culture:
Dual-spacization of the World

اطلاع‌نامه
کرسی یونسکو در فرهنگ و فضای
مجازی: دوفضایی شدن جهان



اطلاع‌نامه سمینار سواد رسانه‌ای
و اطلاعاتی ۱۴۰۲

© کرسی یونسکو در فرهنگ و
فضای مجازی، ۱۴۰۲

همه حقوق محفوظ است. بدون مجوز کتبی ناشر نمیتوان
هیچ بخشی از این متن را چاپ یا تولید مجدد کرد یا در هر
شکلی یا توسط هر وسیله الکترونیکی، مکانیکی یا دیگر ابزارها
که تا اکنون شناخته شده و یا در آینده اختراع خواهد شد، از
جمله فتوکپی و ضبط یا برای ذخیره در سیستم‌های اطلاعاتی
یا بازیابی مورد استفاده قرار داد.

**The Proceeding of Media and Information
Literacy (MIL) Seminar 2023**

© UNESCO Chair in Cyberspace and Culture:
Dual-spacization of the World

All rights reserved. No part of this text may be
printed or reproduced in any form or by any
electronic, mechanical or other means here-
tofore known or hereafter invented, including
photocopying and recording, or for Storage
used in information systems or retrieval.

فهرست مطالب

Table of Contents

پیام رئیس ۴	Message from the Chairman 7
برنامه سمینار ۱۱	Seminar Schedule 13
مشارکت کنندگان فارسی ۱۶	Participations in Farsi 16
مشارکت کنندگان انگلیسی ۴۵	Participations in English 45

پیام رئیس

باز تعریف دانش جدید مبتنی بر سواد محاسباتی و شناختی به عنوان دستور کار جمعی جهانی

بسم الله الرحمن الرحيم

سواد، به عنوان توانایی خواندن و نوشتن و در سطح وسیع‌تر توانایی رمزگشایی از معانی عمیق، مسیری برای شناخت و درک و انتقال به قلمروهای بزرگ دانش‌های رشته‌ای و بین‌رشته‌ای و فرارشته‌ای است. لزوماً هر سوادی منجر به دانش، خصوصاً دانش یکپارچه که دانشی چندمتغیره همراه با درک همه جانبه پدیده‌ها است، نمی‌شود.

با تبدیل شدن متن آنالوگ اعم از نوشتار، صوت و تصویر به متن رقمی (دیجیتال) اعم از نوشتار، صوت، تصویر، واقعیت مجازی و گسترده، بلاک‌چین، متاورس، بسترهای نظام‌مند هوش مصنوعی و ریزتراش‌های کوانتومی، از سواد خواندن و نوشتن به سواد چند لایه‌ای و از دانش رشته‌ای چند متغیره و در بسیاری موارد تک‌نگارانه، به دانش چند رشته‌ای محاسباتی و شناختی با تکیه بر انبارهای داده‌های بزرگ منتقل شده‌ایم. در پرتو دانش محاسباتی، علوم محاسباتی بر «بستر داده‌ای شده دانش» بوجود آمده است که امور را از فهم نسبی به فهم محاسباتی با دقت اکسپاتی تبدیل کرده است.

بر این مبنا دانش جدید در قلمروهای عمومی و تخصصی با تکیه بر دارایی‌های داده‌ای شده، قلمروهای جدیدی از دانش را خلق کرده و بستر نوآوری‌های جدید متنوع و بیش از پیش و با گستره‌ای با ظرفیت شبکه‌ای شدن و یکپارچه شدن داده‌های جهان را ایجاد کرده است. با این نگاه سواد اطلاعاتی و رسانه‌ای، دستوری برای کار جمعی به معنای فهم و درک از طریق «دانش جمعی» یا دانش برخاسته از جمع با تکیه بر منبع شدن انبوه کاربران (Crowdsourcing) و منبع شدن تمامی داده‌های پراکنده (Dispersal Data Crowdsourcing) در بستر یکپارچه، چند لایه‌ای و شبکه‌ای فضای مجازی شده است. در چنین وضعیتی، ظرفیت‌ها و آسیب‌ها بزرگ است و دانش، همزمان نیازمند توجه به کارکردها و تحریف‌ها است. اصل و جعل، حق و باطل، راستی و دروغ، صلاح و فساد در هم آمیخته می‌شود و البته زبان اعتبار و درستی و هدفمندی دانش برای سعادت و سلامت از گذشته اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. نگاه تمدنی به سواد و دانش، عاملی برای آرامش و سعادت از طریق کارجمعی و دانش جمعی خواهد شد. در اینجا است که افق‌گشایی به سمت تمدن نوین اسلامی بر محور دانش‌های جدید که از ابعاد محاسباتی و شناختی فراگیر برخوردار است، راهگشای زندگی مبتنی بر عدالت و عقلانیت و البته پیوند خوردن انسان با خدا و خالق هستی و تدابیر او برای سلامت و سعادت زندگی بشر خواهد بود.

در این پیکره‌ی پیچیده از فرصت‌ها و چالش‌ها، نقش همکاری‌ها و سمینارهایی که بر سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی تمرکز دارند بسیار بنیانی است. این گونه‌گردهمایی‌ها صرفاً سمپوزیوم‌هایی دانشگاهی نیستند، بلکه عرصه‌هایی هستند که در آنها ایده‌ها بروز می‌یابند، راهبردها تنظیم می‌شوند و جهت‌گیری‌های جهانی منسجمی تحقق می‌یابند. هر مشارکت و هر بینش به اشتراک گذاشته شده به چراغی راهنما بدل می‌شود و تصریح می‌کند که

حرکت موفق در این چشم‌انداز پیچیده اطلاعاتی مستلزم تلاشی مشترک است. به واسطه روحیه همکاری متفکران، محققان و صاحب‌نظران است که چنین پیگیری‌هایی به ثمر می‌نشیند و این سمینار نیز استحکام خود را مدیون مشارکت‌های ارزشمند اندیشمندان است.

سمینار سالانه سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی که با مدیریت کرسی یونسکو در فضای مجازی و فرهنگ: دوفضایی شدن جهان و حمایت نهادها و سازمان‌های متعدد در دانشکده مطالعات جهان در دانشگاه تهران برگزار می‌شود، به عنوان یک رویداد متمایز، پویایی در حال تحول رسانه‌ها و اطلاعات در دنیای جهانی شده ما را روشن می‌کند. سمینار ترکیبی - حضوری و برخط - امسال، که در روز چهارشنبه ۳ آبان در یکی از روزهای هفته جهانی سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی ۲ تا ۹ آبان ۱۴۰۲ برگزار می‌شود، متمرکز بر موضوع «دستور کار جمعی جهانی» است که بازتاب دهنده تعهد تزلزل‌ناپذیر سمینار به تقویت همکاری‌های جهانی، گسترش گفتگوها و تحقق راهبردهایی همگرا است.

موزاییکی متنوع از ۵۴ ارائه قدرتمند برای سمینار امسال، با ۲۷ ارائه روشنگرانه به فارسی و ۲۷ ارائه به زبان انگلیسی، پیشنهاد شده از محققان سراسر جهان، تنظیم شده است. این ارائه‌ها، اگرچه از نظر چشم‌اندازهای منطقه‌ای و تمرکز پژوهشی‌شان متفاوت هستند، اما تلاشی واحد را به اشتراک می‌گذارند: تعمقی ژرف در جنبه‌های سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی، بررسی چالش‌ها و راه‌حل‌ها در وجود دیجیتالی در هم تنیده ما.

مضامین و مقولات

در حالی که مضامین فرعی اولیه اعلام شده در سمینار امسال بسیار گسترده بودند، تلفیق و دسته‌بندی تحقیقات ارسالی دریافت شده توسط دبیرخانه سمینار با ظرافت طبع به مضامین زیر تلخیص شده است.

۱. **پویایی رسانه‌های جدید:** این مقوله که شامل تعامل فناوری‌های رسانه‌ای جدید و پیامدهای اجتماعی آنها می‌شود، تحول چشم‌اندازهای رسانه‌ها و چالش‌هایی که در بر می‌گیرند را منعکس می‌کند. ۸ مورد از ارائه‌ها در این مضمون قرار دارند.

۲. **حوزه‌های نوظهور در سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی:** همانطور که چشم‌انداز رسانه به طور مداوم در حال تحول است، زمینه‌های مطالعه در سواد رسانه و اطلاعات نیز تغییر می‌کند. این مضمون به جدیدترین حوزه‌های اکتشاف، تحقیق و گفتمان می‌پردازد و موضوعات مرزی مطالعات سواد رسانه و اطلاعات را نشان می‌دهد. ۱۰ ارائه در زیرمجموعه این مقوله قرار می‌گیرند که نمایانگر دیدگاه‌های تازه و موضوعات نوظهور در این حوزه است.

۳. **مقابله با همه‌گیری اطلاعات نادرست:** این موضوع بر راهبردهای مبارزه با سیل اطلاعات نادرست تأکید می‌کند و بر ضرورت سواد رسانه‌ای به عنوان پادزهر این عصر تأکید می‌کند. تعداد ارائه‌هایی که در مقوله قرار دارند ۶ مورد می‌باشد.

۴. **ابتکارات آموزشی در سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی:** با توجه به نقش آموزش در شکل دادن به سواد رسانه‌ای، این گروه از ارائه‌ها از رویکردهای سیاست‌محور و ادغام سواد رسانه‌ای در برنامه‌های درسی

- آموزشی در سراسر جهان حمایت می‌کند. ۷ ارائه به این مضمون تعلق دارد.
- ۵. روایت‌های فرهنگی و دیدگاه‌های منطقه‌ای سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی:** این مضمون با ارائه کاوشی غنی از دیدگاه‌های منطقه‌ای و فرهنگی در مورد سواد رسانه‌ای، پیچیدگی‌های تعامل رسانه‌ها را در مناطق مختلف جغرافیایی روشن می‌کند. ۶ ارائه را می‌توان مرتبط با این مقوله در نظر گرفت.
- ۶. سیاست، قدرت و ماتریس رسانه:** این بخش با بررسی قلمروهای درهم تنیده رسانه، سواد اطلاعاتی و سیاست، بینش‌هایی را در مورد دستکاری رسانه‌ها، روایت‌های سیاسی و پیامدهای گسترده آنها ارائه می‌دهد. ۵ مورد از ارائه‌ها در این مقوله قرار دارند.
- ۷. ناوبری دیجیتال نسل جوان:** با تمرکز بر نسل جوان، این مقوله به چالش‌ها و فرصت‌ها در حفاظت از تجربیات دیجیتالی کودکان، دنیای ورزش و تعاملات رسانه‌ای آنها می‌پردازد. ۴ ارائه متعلق به این تم فرعی هستند.
- ۸. جوامع دیجیتال و سکوها در حال تحول:** با بررسی پویایی دایاسپوراهای دیجیتال، سکوهایی مانند تلگرام و چالش‌های منحصر به فرد آنها، این مضمون بر نیاز به سواد رسانه‌ای در عصر جوامع دیجیتال تأکید می‌کند. تعداد ارائه‌هایی که در این زیرمجموعه قرار دارند ۴ مورد می‌باشند.
- ۹. حقیقت در عصر پسا حقیقت:** این تم فرعی به پیچیدگی‌های رمزگشایی واقعیت از داستان، بررسی چهره‌های تأثیرگذار، سوگیری‌های رسانه‌ای و چالش‌های ترویج حقیقت در عصری می‌پردازد که مشخصه آن شیوع اطلاعات نادرست است. ۴ ارائه در این مقوله قرار دارند.

سمینار سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی نه تنها می‌خواهد چالش‌ها و نوآوری‌های چند وجهی در حوزه سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی را مورد توجه قرار دهد، بلکه در تلاش است راه را برای راهبردهای مشترک و همکاری‌های جهانی هموار کند. ما عمیق‌ترین قدردانی خود از تمامی مشارکت‌کنندگان و شرکت‌کنندگان را ابراز می‌کنیم و امیدواریم که تلاش‌های جمعی آنها در این سمینار دانش مشترک ما را غنی‌تر کند و راه‌حل‌های مؤثری را برای چالش‌های بی‌شماری که با آن روبرو هستیم، تسریع کند. آرزوی سفری موفق، روشنگرانه و مشترک برای تمامی مشارکت‌کنندگان در پیش رو را داریم.

دکتر سعیدرضا عاملی

استاد گروه ارتباطات و مطالعات امریکای شمالی، دانشگاه تهران

رئیس ششمین سمینار بین‌المللی سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی

Message from the Chairman

Reimagining New Knowledge based on Computational and Cognitive Literacy as a Collective Global Agenda

In the name of GOD, the merciful the compassionate

Literacy, more than just the capacity to read and write, and more expansively, the aptitude to discern profound meanings, serves as a conduit to navigate and interpret the vast landscapes of disciplinary, interdisciplinary, and metadisciplinary knowledge. It's worth noting that not all forms of literacy inevitably cultivate knowledge—particularly integrated knowledge, which entails a multifaceted understanding of diverse phenomena.

As we transition from the analog realm—encompassing text, sound, and imagery—to the digital, which includes textual representations, auditory experiences, visual depictions, virtual and extended realities, blockchain technology, the expansive metaverse, sophisticated platforms powered by artificial intelligence, and the intricate workings of quantum microchips, our literacy has evolved, we've shifted from a basic reading and writing literacy to a multifaceted one, progressing from multivariable disciplinary knowledge and in many instances, singular disciplinary knowledge to a profound understanding of computational and cognitive domains, anchored in vast data reservoirs. Illuminated by the dawn of computational acumen, the field of computational sciences has taken root, founding its principles on “data-driven knowledge.” This evolution has reframed our perspective from a relative comprehension to an exacting computational understanding, honed with Exabyte precision.

Building upon this foundation, novel insights across both general and specialized fields have manifested, fostering new territories of expertise anchored in invaluable data assets. These developments have subsequently paved the way for myriad innovations, increasingly diverse and interconnected, by harnessing the integrative capabilities of data spanning the globe. From this vantage point, media and information literacy assume paramount importance, heralding collective endeavors characterized by “collective intelligence” or insights birthed from the masses, leaning heavily on “crowdsourcing” and “dispersed data crowdsourcing” methodologies, all situated within the intricate, interconnected digital realm. In such an intricate milieu, the opportunities are vast, yet the potential pitfalls are equally significant. Both genuine and counterfeit, truth and fallacy,

virtues and deceptions, benevolence and malevolence coexist. Consequently, the discourse around the authenticity, relevance, and purposefulness of knowledge—particularly in fostering well-being and happiness—assumes an even greater significance than in epochs past. A refined perspective on literacy and knowledge promises to be a harbinger of peace and affluence, championed by a shared vision and mutual enlightenment. It is within this framework that we glimpse the dawn of a renewed Islamic civilization, rooted in this avant-garde knowledge, encompassing computational and cognitive facets, promoting a life defined by justice and reason, invariably linking humanity to the Divine, ensuring the health and bliss of human existence.

Within this intricate tapestry of opportunities and challenges, the role of collaborations and seminars that focus on Media and Information Literacy (MIL) becomes paramount. Such gatherings are not merely academic symposia; they are arenas where ideas are forged, strategies sculpted, and cohesive global directions envisioned. Every contribution, every shared insight becomes a beacon, emphasizing that successful navigation through this complex informational landscape is a collective endeavor. It is through the collaborative spirit of thinkers, researchers, and experts that such pursuits bear fruit, and the foundation of this seminar owes its strength to their invaluable contributions.

Organized under the aegis of the UNESCO Chair on Cyberspace and Culture: Dual-spaciation of the World (UCCC) and supported by numerous institutions and organizations at the Faculty of World Studies in Tehran University, the annual MIL seminar stands as a luminary event, shedding light on the evolving dynamics of media and information in our globalized world. This year's hybrid - in person and online - seminar, will be held during the Global Media and Information Literacy Week 2023 (October 24-31), converges on the theme of "A Collective Global Agenda," echoing the symposium's unwavering commitment to fostering global collaborations, dialogues, and cohesive strategies.

A diverse mosaic of 54 potent presentations has been curated for this year's seminar, with 27 enlightening presentation in Farsi and 27 in English, drawn from scholars across the globe. These presentations, though varied in their regional perspectives and research focuses, share a unified endeavor: a deep dive into the facets of media and information literacy, examining both the challenges and solutions in our intertwined digital existence.

Themes and Categories

While the preliminary sub-themes heralded in this year's seminar beckoning were expansive in scope, the collation and categorization of submissions received by the seminar secretariat have elegantly distilled into the ensuing sub-themes.

- 1. The Dynamics of Modern Media:** Encompassing the interplay of new media technologies and their societal implications, this category reflects upon the evolution of media landscapes and the challenges they present. 8 presentations are located in this sub-theme.
- 2. Emerging Frontiers in MIL:** As the media landscape continually evolves, so do the areas of study within Media and Information Literacy. This category delves into the newest areas of exploration, research, and discourse, marking the cutting edge of MIL studies. 10 presentations find their place within this sub-theme, representing fresh perspectives and emerging topics in the domain.
- 3. Countering the Infodemic:** This theme underscores strategies to combat the deluge of misinformation, emphasizing the urgency of media literacy as the antidote in this information age. The number of presentations that are within the scope of this sub-theme is 6.
- 4. Educational Initiatives in MIL:** With a spotlight on the role of education in shaping media literacy, this cluster champions policy-driven approaches and the integration of media literacy into educational curricula worldwide. 7 presentations belong to this sub-theme.
- 5. Cultural Narratives and Regional MIL Perspectives:** Offering a rich exploration of regional and cultural perspectives on media literacy, this theme sheds light on the intricacies of media engagement across various geographies. 6 presentations can be considered related to this sub-theme.
- 6. Politics, Power, and the Media Matrix:** Examining the interwoven realms of media, information literacy, and politics, this segment offers insights into media manipulation, political narratives, and their far-reaching implications. 5 presentations are located in this sub-theme.
- 7. The Young Digital Navigator:** Focusing on the younger generation, this category delves into the challenges and opportunities in safeguarding children's digital experiences, the world of sports, and their media engagements. 4 presentations belong to this sub-theme.

- 8. Digital Communities and Evolving Platforms:** Delving into the dynamics of digital diasporas, platforms like Telegram, and the unique challenges they present, this theme emphasizes the need for media literacy in the age of digital communities. The number of presentations that are within the scope of this sub-theme is 4.
- 9. Truth in the Post-Truth Era:** This category delves into the complexities of deciphering fact from fiction, examining influential figures, media biases, and the challenges of promoting truth in a time characterized by rampant misinformation. 4 presentations are located in this sub-theme.

The MIL Seminar aspires to not only spotlight the multifaceted challenges and innovations in the realm of media and information literacy but to pave the way for cohesive strategies and global collaborations. We extend our deepest gratitude to all contributors and participants, hoping that their collective endeavors in this seminar enrich our shared knowledge and catalyze impactful solutions to the myriad challenges we face. Our earnest wish is for a successful, enlightening, and collaborative journey ahead for all.

Prof. Saied Reza Ameli
Professor of Communications and
North America Studies, University of Tehran

**Chairman of the International Seminar of
Media and Information Literacy (MIL)**

مراسم افتتاحیه - سالن حنانه (۸:۴۵ - ۸:۳۰)

دبیر: علیرضا صالحی نژاد

سخنرانان کلیدی - سالن حنانه (۹:۴۵ - ۸:۴۵)

دبیر: علیرضا صالحی نژاد

دکتر سعیدرضا عاملی (استاد ارتباطات دانشگاه تهران و رییس کرسی یونسکو در فضای مجازی و فرهنگ: دوفضایی شدن جهان): باز تعریف دانش جدید مبتنی بر سواد محاسباتی و شناختی به عنوان دستور کار جمعی جهانی (فارسی)

دکتر یونس شکرخواه (عضو هیأت علمی دانشکده مطالعات جهان دانشگاه تهران و پدر روزنامه‌نگاری پرخط ایران): خبر جعلی: مسئله جهانی (فارسی)

استراحت کوتاه (۱۰:۰۰ - ۹:۴۵)

پنل اول - سالن ملل (۱۲:۰۰ - ۱۰:۰۰)

دبیر: زینب قاسمی

یونس یونسیان و محمدرضا وصفی (دانشگاه تهران): سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی در نظریه شناختی و نوروساینس: مفهوم خاطره و نوستالژیا در اقتصاد توجه (فارسی)

هیمانشو شکر میثرا (تلویزیون دهلی نو، هند): تغییرات آب و هوایی، بلایا و تهدیدات توسعه پایدار: چارچوبی برای تقویت سیستم‌های اطلاعات عمومی برای توانمندسازی شهروندان (انگلیسی)

مهدیه ساده‌دشت (دانشگاه علامه طباطبائی): مهارت‌های موردنیاز شهروندان عادی برای دستیابی به سواد هوش مصنوعی (فارسی)

پراکاش کونا (پژوهشگر مستقل، هند): حقیقت عینی در ارتباطات جمعی: آموزش عموم مردم برای پردازش انتقادی اطلاعات (انگلیسی)

شاهو صبار (دانشگاه تهران): مبارزه با اطلاعات نادرست کووید: استراتژی‌هایی برای مبارزه با اخبار جعلی (انگلیسی)

سخنران کلیدی: محمد مهدی اسماعیلی (وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی): حکمروایی فرهنگی در دوره هوش مصنوعی: الزام‌ها و چشم‌اندازها (فارسی)

ابراهیم محسنی آهویی (دانشگاه وین، اتریش): ظهور هومو کانتیکتیکس: پیامدهایی برای چشم‌انداز رسانه‌های جدید (انگلیسی)

سید میلاد موسوی حق شناس (دانشگاه تهران): مطالعه‌ی فناوری‌های شاخص در حوزه‌ی گرافیک‌های سه‌بعدی مبتنی بر وب (فارسی)

احسان شاه‌قاسمی (دانشگاه تهران): پیمایش در زمین بازی: درک سواد ورزشی (انگلیسی)

کارگاه آموزشی اول و دوم - سالن ایران

برگزارکننده: همراه اول

صالح اصغری: کارگاه آموزشی سواد دیجیتال و اهمیت آن در آینده جهان شبکه‌ای (فارسی)

نواب همتیان: کارگاه آموزشی چالش‌های نظام‌سازی در مواجهه با مسئله بیوسایبورگ (زیست‌اندام‌های سایبری) در آینده تمدنی ایران (فارسی)

نماز و ناهار (۱۳:۳۰ - ۱۲:۰۰)

پنل دوم - سالن ملل (۱۵:۰۰ - ۱۳:۳۰)

دبیر: زهره خوارزمی

الف اوزراوغلو (دانشگاه اوزبگین، ترکیه): بحث در مورد راه حل‌های حقوقی برای مبارزه با سخنان نفرت‌انگیز در سکوه‌های دیجیتال (انگلیسی)

علیرضا صالحی نژاد (دانشگاه تهران): سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی و سیاست: چگونه سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی سواد سیاسی را در عصر دیجیتال تکمیل می‌کند (انگلیسی)

پائولو باروسو (دانشگاه جدید لیسبون، پرتغال): درک سواد بصری فتوژورنالیسم در عصر اطلاعات نادرست (انگلیسی)

زینب قاسمی طاری (دانشگاه تهران): رسانه‌های اجتماعی و سواد رسانه‌ای: بررسی دستکاری و اطلاعات نادرست رسانه‌های اجتماعی در چارچوب ناآرامی‌های ۱۴۰۲ ایران (انگلیسی)
اولگا ویخروا، یاروسلاوا گورلووا، کریستینا فلوریاک (دانشگاه دولتی لومونوسوف مسکو، روسیه): تلگرام به عنوان بستری برای حفظ و اشاعه ارزش‌های سنتی در دیاسپورای آسیای مرکزی فدراسیون روسیه (انگلیسی)

الهام کدخدایی (دانشگاه تهران): پاسخ به خودنمایی اسرائیل برای ایرانیان: تحلیل موضوعی پاسخ‌ها به توییت‌های اسرائیل به زبان فارسی (انگلیسی)

پنل سوم - سالن ایران (۱۵:۰۰ - ۱۳:۳۰)

دبیر: شاهو صبار

المیرا خانلرخانی (پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی)، صبا سادین خرم، ساناز هروانی (دانشگاه شیراز): بررسی سیستماتیک سیاست‌گذاری برای آموزش سواد رسانه‌ای دانش‌آموزان در فنلاند: مدل‌سازی و بومی‌سازی (انگلیسی)

الهه نوری‌غلامی‌زاده (دانشگاه تهران): برنامه آموزش رسانه ملی آرزوتین: فرصت‌ها و چالش‌ها (انگلیسی)

ملیندا تی. کوئینونس، لای چنگ ونگ و رودولف آنتونی. آ. لاسرنا (سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی برای شبکه انجمن کشورهای جنوب شرقی آسیا، فلپین و مالزی): شایستگی‌های سواد اطلاعاتی و رسانه‌ای معلمان آسه‌آن: مطالعه مقطعی در مورد دانش، نگرش‌ها و عملکردها در دسترس، ارزیابی و ایجاد محتوای رسانه‌ای (انگلیسی)

زهره معظمی (دانشگاه آزاد واحد تهران شمال): تبیین نقش کتابخانه‌های عمومی در آموزش سواد اطلاعاتی به کاربران در عصر دیجیتال (فارسی)

بنجامین دوک (دانشگاه لستر، بریتانیا): آینده مؤسسات انتشاراتی دانشگاهی: اهمیت شایستگی رسانه و سوادآموزی در صنعت ۴٫۰ (انگلیسی)

فریبا افکاری (دانشگاه تهران): از دریای سنت تا موج نو: نقش هوشمندسازی کتابخانه‌ها در سپهر جهانی (فارسی)

استراحت کوتاه (۱۵:۱۵ - ۱۵:۰۰)

کارگاه آموزشی سوم - سالن ملل (۱۶:۴۵ - ۱۵:۱۵)

برگزارکننده: همراه اول

محسن فیضی‌زاده: کارگاه آموزشی دگرگونی‌های سواد اطلاعاتی و سواد رسانه‌ای در نسبت با هوش مصنوعی (برگزارکننده: همراه اول) (فارسی)

کارگاه آموزشی چهارم - سالن ایران (۱۶:۴۵ - ۱۵:۱۵)

دبیر: محمد آقاسی؛ برگزارکننده: دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها - وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

فرشاد مهدی‌پور: آوردگاه هوش مصنوعی و انسان: ظرفیت‌هایی برای تولید محتوا (فارسی)

محمد آقاسی: هوش مصنوعی و لغزنده‌سازی افکارعمومی: چشم‌انداز جدید مفهومی (فارسی)

زهره سادات روح‌الامین: تأثیرات هوش مصنوعی بر سواد تاریخی (فارسی)

طاهره خیرخواه، محمد آقاسی: عمومی‌سازی هوش مصنوعی و آینده خبر در ایران (فارسی)

استراحت کوتاه (۱۷:۰۰ - ۱۶:۴۵)

مواسم اختتامیه - سالن حنانه (۱۷:۳۰ - ۱۷:۰۰)

دبیر: احسان شاه‌قاسمی

دبیران سمینار و پنل‌ها: دکتر سعیدرضا عاملی، دکتر زینب قاسمی طاری، دکتر زهره خوارزمی، دکتر محمد آقاسی، دکتر شاهو صبار و دکتر علیرضا صالحی نژاد (فارسی)

Seminar Schedule

Opening ceremony - Hannaneh Hall (8:30 - 8:45)
Moderator: Alireza Salehi Nejad
Keynote session - Hannaneh Hall (8:45 - 9:45)
Moderator: Alireza Salehi Nejad
<p>Professor Saeid Reza Ameli (Professor of Communication, University of Tehran and the Chairman of UNESCO Chair in Cyberspace and Culture: Dual-spacization of the World): Redefining new knowledge based on computational and cognitive literacy as a global collective agenda (In Farsi)</p> <p>Dr Younes Shokrkhah (Faculty Member of the Faculty of World Studies, University of Tehran and the Originator of Online Journalism in Iran): Fake News: A Global Challenge (In Farsi)</p>
Quick break (9:45 - 10:00)
Panel I – Melal Hall (10:00 - 12:00)
Moderator: Zeinab Ghasemi
<p>Yoones Yoonesian (University of Tehran, Iran): Media and information literacy in cognitive theory and neuroscience: the concept of memory and nostalgia in the attention economy (In Farsi)</p> <p>Himanshu Shekhar Mishra (New Delhi Television, India): Climate Change, Disasters and threats to Sustainable Development: A Framework to strengthen Public Information Systems to empower Citizens (In English)</p> <p>Mahdiye Sadedasht (Allameh Tabatabai University, Iran): Skills needed by ordinary citizens to achieve artificial intelligence literacy (In Farsi)</p> <p>Prakash Kona (Independent Scholar, India): ‘Objective Truth’ in Mass Communication: Educating Common People to Critically Process Information (In English)</p> <p>Shaho Sabbar (University of Tehran, Iran): Battling COVID-19 Misinformation: Strategies for Combating Fake News (In English)</p> <p><i>Keynote Speaker</i>; Mohammad Mehdi Esmaeili (Minister of Culture and Islamic Guidance of Iran): Cultural governance in the era of artificial intelligence: Requirements and prospects (In Farsi)</p> <p>Ebrahim Mohseni Ahoeei (University of Vienna, Austria): The Emergence of Homo Cognatexus: Implications for New Media Landscape (In English)</p> <p>Seyed Milad Mousavi Haghshenas (University of Tehran, Iran): The study of key technologies in the field of web-based 3D graphics (In Farsi)</p> <p>Ehsan Shahghasemi (University of Tehran, Iran): Navigating the Playing Field: Understanding Sports Literacy (In English)</p>
Workshops I & II - Iran Hall (10:00 - 12:00)
Moderator: Mobile Telecommunication Company of Iran
<p>Saleh Asghari: Workshop on digital literacy and its importance in the future of the networked world (In Farsi)</p> <p>Navvab Hematiyan: Workshop on systemization challenges in facing the issue of biocyborgs (cyber bioorgans) in Iran’s civilizational future (In Farsi)</p>
Lunch break and prayers (12:00 – 13:30)
Panel II – Melal Hall (13:30 - 15:00)
Moderator: Zohre Kharazmi
<p>Alev Ozeroglu (Ozyegin University, Turkey): Discussing Legal Solutions to Combat Hate Speech on Digital Platforms (In English)</p> <p>Alireza Salehi-Nejad (University of Tehran, Iran): Media and information literacy and politics: How MIL compliments political literacy in the digital age (In English)</p> <p>Paulo M. Barroso (New University of Lisbon, Portugal): Understanding photojournalism’s visual literacy in the age of (dis)misinformation (In English)</p>

Zeinab Ghasemi Tari (University of Tehran, Iran): Social Media and Media Literacy: Examining Social Media Manipulation and Disinformation in the Context of Iran 2023 Unrest (In English)

Olga Vikhrova, Iaroslava Gorlova, Kristina Floriak (Lomonosov Moscow State University, Russia): Telegram as a platform for the preservation and dissemination of traditional values in the Central Asian diasporas of the Russian Federation (In English)

Elham Kadhodaee (University of Tehran, Iran): Responses to Israel's Self-representation for Iranians: Thematic Analysis of Replies to Israeli Tweets in Farsi (In English)

Panel III – Iran Hall (13:30 - 15:00)

Moderator: Shaho Sabbar

Elmira Khanlarkhani (Institute of Humanities and Cultural Studies, Iran), Saba Sadein Khoram, Sanaz Rahrovani (Shiraz University, Iran): A systematic review of policymaking for students' Media literacy education in Finland: Modeling and Localization (In English)

Elaheh Nourigholamizadeh (University of Tehran, Iran): Argentina's National Media Education Program: Opportunities and Challenges (In English)

Melinda T. Quiñones (MIL for ASEAN Network, Philippines), Lai Cheng Wong (MIL for ASEAN Network, Malaysia), and Rudolf Anthony A. Lacerna (Polytechnic University of the Philippines, Philippines): ASEAN Teachers' Media and Information Literacy (MIL) Competencies: A Cross-Sectional Study on Knowledge, Attitudes, and Practices in Accessing, Evaluating, and Creating Media Content (In English)

Zahra Moazzami (Azad University, North Tehran Branch, Iran): Explaining the role of public libraries in teaching information literacy to users in the digital age (In Farsi)

Benjamin Duke (University of Leicester, United Kingdom): The Future of University Publishing Houses: The Importance of Media and Literacy Competence in Industry 4.0 (In English)

Fariba Afkari (University of Tehran, Iran): From the sea of tradition to the new wave: the role of smart libraries in the global sphere (In Farsi)

Quick break (15:00 – 15:15)

Workshop III – Melal Hall (15:15 – 16:45)

Organized by Mobile Telecommunication Company of Iran

Mohsen Finizadeh: Workshop on transformations of information literacy and media literacy in relation to artificial intelligence (In Farsi)

Workshop IV – Iran Hall (15:15 – 16:45)

Moderator: Mohammad Aghasi; Organized by Bureau of Media Studies and Planning - Ministry of Culture and Islamic Guidance

Farshad Mahdipoor: Introduction of artificial intelligence and humans: capacities for content production (In Farsi)

Mohammad Aghasi: Artificial intelligence and public opinion slippage: A new conceptual perspective (In Farsi)

Zahra Sadat Rooholamin: Effects of artificial intelligence on historical literacy (In Farsi)

Tahereh Khairkakh and Mohammad Aghasi: Generalization of artificial intelligence and the future of news in Iran (In Farsi)

Quick break (16:45 – 17:00)

Closing Ceremony – Hannaneh Hall (17:00 – 17:30)

Moderator: Ehsan Shahghasemi

Seminar and Panel Chairs: Prof. Saeid Reza Ameli, Dr. Zeinab Ghasemi Tari, Dr. Zohre Kharazmi, Dr. Mohammad Aghasi, Dr. Shaho Sabbar and Dr. Alireza Salehi-Nejad (In Farsi)

حضورى:

تالارهای ملل، حنانه و ایران
دانشکده مطالعات جهان، دانشگاه تهران

In Person:

The Melal, Hannaneh and Iran Halls, Faculty of
World Studies, University of Tehran

برخط:

Online:



برای تالارهای ملل و حنانه
for the Melal and Hannaneh Halls

<https://us06web.zoom.us/j/82812122958>
(Passcode: 207481)



برای تالار ایران
for the Iran Hall

<https://us06web.zoom.us/j/86085839562>
(Passcode: 641009)

شرکت در سمینار رایگان و برای عموم آزاد است.
برای دریافت گواهی بین‌المللی از پیوند زیر برای ثبت نام و پرداخت وجه
مربوطه استفاده کنید.
دریافت گواهی بین‌المللی برای دانشجویان در تمامی مقاطع از تخفیف
برخوردار است.

Participation in the seminar is free and open to the public.
To receive an international certificate, use the link below
to register and pay the relevant fee.
Receiving an international certificate is discounted for
students at all levels.



<https://iwsa.ir/mform/68/68/>

**Seminar
website:** 

<https://mil.ut.ac.ir/>

مشارکت‌کنندگان فارسی

- ۱۸ نقش سازمان‌های بین‌المللی در مقابله با اطلاعات نادرست و اخبار جعلی؛ مطالعه موردی سازمان ملل، مجمع حکمرانی اینترنت و اتحادیه بین‌المللی ارتباطات راه دور
بهزاد احمدی
- ۱۹ مطالعه سیستماتیک مقالات پژوهشی حوزه سواد مجازی در وبگاه ساینس دایرکت در قرن بیست و یکم
منیره اخوان
- ۲۰ از دریای سنت تا موج نو: نقش هوشمندسازی کتابخانه‌ها در سپهر جهانی
فربیا افکاری
- ۲۱ هوش مصنوعی و لغزنده‌سازی افکار عمومی؛ چشم‌انداز جدید مفهومی
محمد آقاسی
- ۲۲ سنجش رابطه مولفه‌های سواد اطلاعاتی و توانمندسازی معلمان با میانجی‌گری مدیریت دانش شخصی
مریم پارسائیان و فاطمه طحان
- ۲۳ مدل‌سازی اثر سواد رسانه‌ای بر یادگیری الکترونیکی دانشجویان دانشگاه پیام نور مرکز تبریز
نیر ترقی‌خواه دیلمقانی
- ۲۴ سواد ارتباطات علم و فناوری: امکان‌سنجی تعریف چارچوب خاص سواد رسانه‌ای برای ارتباط‌گران علم و فناوری
مجتبی حاجی‌جعفری
- ۲۵ عمومی‌سازی هوش مصنوعی و آینده خبر در ایران
محمد آقاسی و طاهره خیرخواه
- ۲۶ واکاوی رابطه تفکر انتقادی و تعهد مذهبی با اثربخشی سواد رسانه‌ای
محمد رضا رسولی و محمد حسین انصاری جعفری
- ۲۷ تأثیرات هوش مصنوعی بر سواد تاریخی
زهرا سادات روح‌الامین
- ۲۸ بررسی تأثیر آموزش مهارت‌های سواد رسانه‌ای بر کاهش میزان استرس و اضطراب ناشی از اخبار زرد در بحران کرونا
محمد حسین رودباری
- ۲۹ نقش راهبرد سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی در تقابل با جنگ شناختی
علیرضا مانیان
- ۳۰ مهارت‌های مورد نیاز شهروندان عادی برای دستیابی به سواد هوش مصنوعی
مهديه ساده‌دشت
- ۳۱ بررسی نقش سواد رسانه‌ای در کاهش آسیب شبکه‌های اجتماعی بر جوانان
نعیمه ظریف قاسمیان و سیما الیاسپور

مشارکت‌کنندگان فارسی

۳۲	انتقادی بر عملکرد خبرنگاران در زمان وقوع بحران‌های اجتماعی: مورد مطالعه بحران کرونا فاطمه عزیزی، عظیمه السادات عبداللهی و زهرا ذاکری نصرآبادی
۳۳	ارائه مدل معادلات ساختاری اثر سواد اطلاعاتی بر نوآوری مدیران کسب و کارهای نوپا ورزشی سیدحسین علوی و ابوالفضل آریج
۳۴	راهکارهای ارتقاء سطح سواد رسانه‌ای مخاطبان سازمان صدا و سیما در جهت مصرف هوشمندانه رسانه‌های جدید امین فرخی حقیقت، ایمان خداوندی بایگی و محمد شهبازی سلطانی
۳۵	شناسایی عوامل موثر در اعتمادسازی کتابداران کتابخانه‌های دانشگاهی آرام محمودی، نصرت ریاحی‌نیا و هیرو یا هو
۳۶	تبیین نقش کتابخانه‌های عمومی در آموزش سواد اطلاعاتی به کاربران در عصر دیجیتال زهرا معظمی
۳۷	بهره‌گیری از هوش مصنوعی برای تقویت سواد رسانه‌ای اللهه ملاحسینی پورشکری و حمیده علیزاده
۳۸	مطالعه‌ی فناوری‌های شاخص در حوزه‌ی گرافیک‌های سه‌بعدی مبتنی بر وب سید میلاد موسوی حق‌شناس
۳۹	آوردگاه هوش مصنوعی و انسان: ظرفیت‌هایی برای تولید محتوا فرشاد مهدی‌پور
۴۰	آموزش سواد رسانه‌های اجتماعی به دانش‌آموزان: چارچوب کنشگری اجتماعی فاطمه میرزاتورعلی
۴۱	آموزش سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی به دانش‌آموزان مهین‌نخشب
۴۲	سواد اطلاعاتی در حوزه هوش مصنوعی با تاکید بر تحولات اخیر جمهوری اسلامی ایران مهدی نمکین و شهاب احمدی
۴۳	سواد رسانه‌ای حقوقی، چالش‌ها و راهکارها سید حسین و کیلی
۴۴	سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی در نظریه شناختی و نوروساینس: مفهوم خاطره و نوستالژیا در اقتصاد توجه یونس یونسیان و محمدرضا وصفی

نقش سازمان‌های بین‌المللی در مقابله با اطلاعات نادرست و اخبار جعلی؛ مطالعه موردی سازمان ملل، مجمع حکمرانی اینترنت، و اتحادیه بین‌المللی ارتباطات راه دور

بهزاد احمدی

گروه مطالعات اروپا دانشکده مطالعات جهان، دانشگاه تهران

با توسعه روزافزون فناوری بخصوص در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات، تبادل اطلاعات سرعت چشمگیری یافته و کلان داده به عنصر سازنده مهمترین فناوری لبه این روزها یعنی هوش مصنوعی تبدیل شده است. این توسعه هرچند تحول چشمگیری را در زندگی روزمره انسان‌ها ایجاد کرده و شاید آن را تغییری اساسی داده با این حال پیامدهای منفی و گاه مخرب خود را نیز به همراه داشته که یکی از مهمترین آنها تولید داده مخرب در قالب اخبار جعلی و اطلاعات نادرست است؛ تا حدی که امروزه از آن به عنوان چالش مهم عصر دیجیتال یاد می‌شود با پیامدهایی از رفاه فردی و اجتماعی گرفته تا روابط و امنیت بین‌الملل.

تلاش‌ها برای مقابله با انتشار اخبار جعلی و اطلاعات نادرست از دیرباز در سطوح ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی در جریان است و راهکارهای مختلفی مشتمل بر ارتقای سواد رسانه‌ای و بویژه سواد دیجیتال، ترویج تفکر و گفتگوهای انتقادی، افزایش شفافیت، افزایش دسترسی به اطلاعات از طریق مجاری رسمی، تقویت رسانه‌های مستقل و... مورد تاکید قرار گرفته است. از جمله مجمع عمومی سازمان ملل متحد نسبت به گسترش اطلاعات نادرست ابراز نگرانی کرده و در پاسخ به آن، دبیرکل گزارشی بر اساس اطلاعات و بهترین شیوه‌های به اشتراک گذاشته شده توسط دولت‌ها، نهادهای سازمان ملل و سایرین در زمینه مقابله با اطلاعات نادرست ارائه کرده است. دبیرکل در گزارش خود، چارچوب حقوقی بین‌المللی را برای مقابله با اطلاعات نادرست پیشنهاد می‌کند و اقداماتی را که بازیگران مختلف گزارش کرده‌اند مورد بحث قرار می‌دهد.

این مقاله با هدف ایجاد فهم کاملی از اقدامات در سطح سازمان ملل در این خصوص، به بررسی نقش این سازمان و اقدامات انجام شده از سوی آن در مقابله با اطلاعات نادرست و اعتمادسازی در جامعه بین‌المللی می‌پردازد. علاوه بر این برای تبیین دقیق‌تر موضوع، تلاش شده تا اقدامات انجام شده در مجامع تخصصی ذیل سازمان ملل در این خصوص بویژه مجمع حکمرانی اینترنت (IGF) به عنوان مهمترین مجمع تبادل نظر در حوزه ارتباطات و فناوری اطلاعات و اتحادیه بین‌المللی ارتباطات راه دور (ITU) به عنوان متولی توسعه زیرساخت‌های ارتباطاتی در دنیا، نیز بحث و بررسی گردد.

کلمات کلیدی:

اطلاعات نادرست، سازمان‌های بین‌المللی، سازمان ملل متحد، مجمع حکمرانی اینترنت، اتحادیه بین‌المللی ارتباطات راه

bahmadi@ut.ac.ir

مطالعه سیستماتیک مقالات پژوهشی حوزه سواد مجازی در وبگاه ساینس دایرکت در قرن بیست و یکم

منیژه اخوان

مرکز سیاست‌های فضای مجازی
دانشگاه تهران، تهران

سواد مجازی ضرورتی الزامی برای انتقال به دوره جدیدی از زندگی است که بر اساس «پارادایم دوفضایی شدن جهان» شناخته می‌شود که به دوفضایی شدن تمام عرصه‌های حیات اجتماعی اشاره دارد. بنابراین سواد مجازی مترادف با سواد زندگی در فضای دوم یا فضای مجازی است که آثار آن به صورت گسترده بر فضای اول منعکس می‌شود. در چنین فضای جدیدی، همزمان با افزایش درک جهانی از ضرورت پرداختن به این موضوع، آثار و تألیفات متعددی در ارتباط با سواد مجازی در رشته‌های مختلف منتشر شده است. مطالعه روندی این منابع می‌تواند در شناخت وضعیت موجود از سیر مطالعات صورت گرفته در حوزه سواد مجازی سودمند باشد و به فهم روندهای آینده آن کمک کند. بر این اساس، این پژوهش در دو بخش، بر مطالعه سیستماتیک مقالات پژوهشی منتشر شده در حوزه سواد مجازی در وبگاه ساینس دایرکت از سال ۲۰۰۰ تا ۲۰۲۳ متمرکز شده است. در مرحله نخست، کلیدواژه‌های «سواد»، «سواد اطلاعاتی» و «سواد رسانه‌ای» در بخش «تیترا» ۳۰ مقاله نخست هر سال انتخاب و موضوعاتی که سواد در پیوند با آنها مطالعه شده بود، استخراج شدند تا به مجموعه‌ای از اصطلاحات و مضامین موردنیاز برای بخش دوم برسیم. در بخش دوم، صرفاً کلیدواژه‌های مربوط به سواد در ارتباط با فناوری‌های جدید (تمام کلیدواژه مستخرج بخش اول) در چکیده حداکثر ۳۰ مقاله در هر سال بررسی شدند و سال نشر، مضامین، نمونه آماری و روش تحقیق هر کدام استخراج شدند و سپس این روند در تناظر با روند فناوری‌های جدید اخیر قرار گرفت. در نهایت تلاش شد تا اقتضائات آینده‌شناسی سواد مجازی بررسی شود. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که از سال ۲۰۰۰ تا حدود ۲۰۰۶ مطالعات حوزه سواد و سواد مجازی اغلب حول حوزه‌های عمومی مانند آموزش، سلامت، سواد خانواده و... بوده است. همچنین در این دوره، اصطلاح «سواد اطلاعاتی» رواج زیادی داشت. از سال ۲۰۰۶ تا حدود ۲۰۱۵، با تنوع موضوعاتی (مانند نابرابری، شکاف نسلی و...) که سواد مجازی در پیوند با آنها بوده، مواجه هستیم و اصطلاح «سواد دیجیتال» در این دوره عمومیت زیادی داشته است. اما از سال ۲۰۱۵ این تنوع هم در سطح موضوعات مرتبط (مانند فیک نیوز، اطلاعات جعلی، سلبریتی، کرونا و...) و هم در سطح اصطلاحات هم‌خانواده سواد مجازی (مانند سواد الگوریتمی، سواد بات‌ها، سواد کد، سواد هوش مصنوعی و...) مشاهده شده است. همچنین نگاهی به روندهای فناورانه نشان می‌دهد که توسعه مفهومی سواد مجازی جریانی همسوگرایانه با پیشرفت‌های فناوری‌ها داشته و در بررسی روندهای آینده سواد مجازی، ضرورت دارد تا فناوری‌های آینده شناسایی شوند و برای آن آمادگی لازم را بدست آورد.

واژگان کلیدی:

فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی، سواد مجازی، روندشناسی، مقاله پژوهشی

m_akhavan@ut.ac.ir

از دریای سنت تا موج نو: نقش هوشمندسازی کتابخانه‌ها در سپهر جهانی

۲۰

فرآیند تغییر و تحول ارائه خدمات در کتابخانه‌ها در جهان امروز امری ضروری و گریزناپذیر است. همگام با این تغییرات رو به آینده کتابداران و کاربران با نیازهای اطلاعاتی و مهارت‌های متنوع و سوالات پژوهشی گسترده‌ای مواجه می‌باشند و در این میان کتابخانه‌ها به عنوان محور مهم توسعه دانش و ارتقای سواد اطلاعاتی عمومی و تخصصی نقش مهمی به عهده دارند. کتابخانه‌های آینده با هوشمندسازی خود و خدمات نوین فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی دسترس پذیری و سرعت استفاده از منابع را برای کاربران خود در سطح گسترده و بی‌محدودیت‌های معمول فراهم کرده و با بهره‌گیری از آخرین تکنیک‌ها و ابزارهای جستجو و طبقه‌بندی داده‌ها در پاسخگویی به مخاطبان خود راه جدیدی در پیش گرفته‌اند. آنان هدایتگران مسیر شهروندان جهانی به سوی توسعه هستند و از طریق به کارگیری مهارت‌های سواد اطلاعاتی و ارتباطی و رسانه‌ای محققان را در موضوعات مختلف و گسترده یاری می‌کنند، گرچه در این راه با چالش‌های بسیاری مواجه هستند که نیاز به شناسایی، آسیب شناسی و ارائه راهکار بهینه برای گذر از فناوری‌ها و روش‌های منسوخ دارد. دسترسی آزاد به اطلاعات بر فرآیند جامعه اطلاعاتی نوین مبتنی است و شهروندان جهانی را تعلیم می‌دهد و نیز نقش مهمی در ترویج علم در جوامع دارد. عبور از کتابخانه‌های سنتی به کتابخانه‌های الکترونیکی، دیجیتال و مجازی و تغییر نگاه به کاربران از منظر نیازهای متفاوت اطلاعاتی از جمله مهم‌ترین تحولات جامعه اطلاعاتی است. ایجاد زیرساخت‌های اساسی و عبور از چالش‌های اجرایی از سطح ملی تا جهانی با تأکید بر شناخت منابع و نیروی انسانی از جمله مباحث این حوزه است. نقش محوری و حمایت بخش کتابخانه‌ها و دستاوردهای بخش فناوری اطلاعات و چگونگی هوشمندسازی کتابخانه‌ها همپا با گستره اطلاعات در شبکه‌های اجتماعی در سطح جهانی و امکان ارائه خدمات پویا و جامع و همچنین مشکلاتی که در اجرایی شدن آن وجود دارد موضوع این مقاله خواهد بود.

فریبا افکاری

کتابخانه دانشکده مطالعات
جهان، دانشگاه تهران

واژگان کلیدی:

هوشمندسازی، کتابخانه‌های
دیجیتال، سواد اطلاعاتی، سواد
رسانه‌ای

fafkari@ut.ac.ir

هوش مصنوعی و لغزنده سازی افکار عمومی: چشم انداز جدید مفهومی

محمد آقاسی

دانشگاه علامه طباطبائی، تهران

هوش مصنوعی، پدیده بیشتر شنیده شده این روزها، اما با پیشینه‌ای سرشار از رابطه‌ها، کاربردها و شکل‌دهنده به فرایندهای اجتماعی است و امروز می‌توان گفت که با اجتماعی شدن این فناوری، به ویژه در جامعه ایرانی روبرو هستیم. اما هوش مصنوعی همچنان پدیده‌ای در آینده است که مجموعه‌ای از بیم‌ها و امیدها را در نسبت با خود همراه کرده. اگر در زمانه‌ای نگرانی این بود که تولیدات رسانه‌ای از جمله خبر، در قالب شهروند-خبرنگار درآمده و شکل‌گیری افکار عمومی را متحول کرده، با ظهور فزاینده تولید محتوای خودکار توسط هوش مصنوعی، با وضعیت جدیدی روبرو خواهیم بود. بیش‌تر توجهات در این زمینه ناظر به نحوه تولیدات رسانه و یا شکل خبر معطوف شده و کمتر به مصرف‌کنندگان یا مخاطبان توجه می‌شود. این در حالی است که به موازات تغییر در نحوه تولید، شیوه مصرف نیز متفاوت خواهد شد. تولیدات رسانه‌ای توسط هوش مصنوعی باعث برانگیخته‌سازی احساسات جمعی شده و افکار عمومی با مختصات جدیدی شکل خواهد گرفت. در این مختصات جدید، آنچه بیش‌تر برانگیخته می‌شود، احساسات است و ما شاهد کنش‌های احساسی جمعی بیش از پیش خواهیم بود. لذا ضروری است چارچوبی مفهومی برای فهم آن داشت. بدین منظور تلاش می‌شود مناسبات تغییرات هوش مصنوعی با رسانه‌ها مورد بررسی قرار گیرد. سپس آرایش میدان جدید شکل‌گیری و شکل‌دهی افکار عمومی مورد بحث قرار می‌گیرد.

واژگان کلیدی:

افکار عمومی، هوش مصنوعی، جهان لغزنده، جهان رسانه‌ای، احساسات جمعی

mohammad.aghasi61@gmail.com

سنجش رابطه مؤلفه‌های سواد اطلاعاتی و توانمندسازی معلمان با میانجی‌گری مدیریت دانش شخصی

۲۲

از میان نهادهای متنوعی که در آموزش و پرورش به طور رسمی فعال هستند، مدرسه‌ها به عنوان یک سازمان اجتماعی حساس، نقش مهمی در تحقق اهداف اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جامعه برعهده دارند. لازمه‌ی تحقق این اهداف، داشتن معلمانی کارآمد، شایسته و توانمند است. توانمندسازی معلمان در سال‌های اخیر (به خصوص در دوره‌ی پاندمی کرونا و آموزش مجازی) توجه بسیاری از پژوهشگران را به خود جلب نموده است. پژوهش حاضر با هدف بررسی رابطه مؤلفه‌های سواد اطلاعاتی (تشخیص نیازهای اطلاعاتی، مکان‌یابی اطلاعات، ارزیابی اطلاعات و استفاده‌ی مؤثر از اطلاعات) و توانمندسازی معلمان با میانجی‌گری مدیریت دانش شخصی انجام شد. به منظور دستیابی به اهداف پژوهش سه فرضیه مطرح شد: ۱- بین مؤلفه‌های سواد اطلاعاتی با توانمندسازی معلمان رابطه‌ی معنادار وجود دارد. ۲- بین مؤلفه‌های سواد اطلاعاتی با مدیریت دانش شخصی معلمان رابطه‌ی معنادار وجود دارد. ۳- بین مدیریت دانش شخصی با توانمندسازی معلمان رابطه‌ی معنادار وجود دارد. جامعه پژوهش، کلیه معلمان مقاطع ابتدایی شهرستان یزد بود که از بین آنها تعداد ۲۰۵ نفر به روش نمونه‌گیری طبقه‌ای درصدی انتخاب شدند. برای نیل به اهداف پژوهش و آزمون فرضیات، از رویکرد کمی و روش پیمایشی استفاده شد. برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه سواد اطلاعاتی (نیک‌پور و همکاران، ۱۳۹۰)، پرسشنامه توانمندسازی اسپریتزر و میسرا (۱۹۹۲) و پرسشنامه مدیریت دانش شخصی کنراد و نیومن (۱۹۹۹) استفاده شد. داده‌های پژوهش در دو سطح توصیفی و استنباطی با استفاده از نرم افزار آماری اس.پی.اس. و نرم‌افزار معادلات ساختاری پی.ال.اس تحلیل شد. یافته‌های پژوهش نشان داد که بین مؤلفه‌های سواد اطلاعاتی (تشخیص نیازهای اطلاعاتی، مکان‌یابی اطلاعات، ارزیابی اطلاعات و استفاده‌ی مؤثر از اطلاعات) و توانمندسازی معلمان با میانجی‌گری مدیریت دانش شخصی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد ($p < 0/05$)؛ همچنین بین مؤلفه‌های سواد اطلاعاتی (تشخیص نیازهای اطلاعاتی، مکان‌یابی اطلاعات، ارزیابی اطلاعات و استفاده‌ی مؤثر از اطلاعات) و توانمندسازی معلمان و نیز بین مدیریت دانش شخصی با توانمندسازی معلمان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد ($p < 0/05$)؛ بین مؤلفه‌های سواد اطلاعاتی (تشخیص نیازهای اطلاعاتی، مکان‌یابی اطلاعات، و ارزیابی اطلاعات) با مدیریت دانش شخصی معلمان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد ($p < 0/05$)؛ اما رابطه‌ی بین مؤلفه‌ی (استفاده‌ی مؤثر از اطلاعات) با مدیریت دانش شخصی معلمان تأیید نشد ($p > 0/05$). نتایج بدست آمده نشان داد مهارت‌های سواد اطلاعاتی با میانجی‌گری مدیریت دانش شخصی می‌تواند موجب افزایش توانمندسازی معلمان شود.

مریم پارسائیان

گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه پیام نور، تهران

ORCID:

0000-0002-8803-682X

فاطمه طحان

گروه روانشناسی تربیتی، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه پیام نور، تهران

واژگان کلیدی:

توانمندسازی، مؤلفه‌های سواد اطلاعاتی، مدیریت دانش شخصی، معلمان مقاطع ابتدایی

parsaeian.maryam@yahoo.com

مدل سازی اثر سواد رسانه‌ای بر یادگیری الکترونیک دانشجویان دانشگاه پیام نور مرکز تبریز

نیر ترقی خواه دیلمقانی

گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشگاه پیام‌نور، تهران
ORCID:
000-0002-4527-3913

امروزه یادگیری آنلاین جزئی جدایی‌ناپذیر در امر آموزش اکثر کشورها است و یکی از سریع‌ترین روندهای رو به رشد در استفاده از فناوری آموزشی محسوب می‌شود، علی‌رغم ادبیات اثربخشی یادگیری آنلاین، اطلاعات کمی در مورد تأثیر سواد رسانه‌ای دانشجویان بر نتایج یادگیری مؤثر در محیط یادگیری آنلاین وجود دارد، لذا پژوهش حاضر با هدف مدل‌سازی تأثیر سواد رسانه‌ای بر یادگیری الکترونیک دانشجویان دانشگاه پیام نور مرکز تبریز اجرا شده است. روش پژوهش کمی - توصیفی از نوع پیمایشی می‌باشد. برای تعیین نمونه آماری از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای تصادفی استفاده شده است، که برای تحقق این امر تعداد ۲۲۰ نفر از دانشجویان دانشگاه پیام نور مرکز تبریز به عنوان نمونه نهایی انتخاب شدند، که در نهایت بعد از توزیع پرسشنامه‌های پژوهش در میان جامعه آماری مذکور، تعداد ۲۰۸ پرسشنامه عاری از هرگونه مخدوشیت به مرحله بررسی تجزیه و تحلیل آماری رسیده‌اند، همچنین در این پژوهش از پرسشنامه استاندارد سواد رسانه‌ای (فلسفی، ۱۳۹۳) و پرسشنامه یادگیری الکترونیکی دانشجویان واتکینز و همکاران (۲۰۰۴) جهت جمع‌آوری داده‌ها استفاده شد که روایی صوری و محتوایی پرسشنامه‌ها طبق نظر متخصصان و پایایی آنها به ترتیب با ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۹ و ۰/۸۶ مورد تأیید قرار گرفت. لذا جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون ضریب همبستگی پیرسون و معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزار اس.پی.اس.اس ۲۶ و ای.ام.او.اس. ۲۴ استفاده گردید. در نهایت بر اساس یافته‌های تحقیق مشاهده شد که سواد رسانه‌ای بر یادگیری الکترونیک دانشجویان با مقدار ($\beta=0/517$) و ضریب تأثیر ($t=7/236$, $Sig=0/001$) اثر مثبت معناداری دارد، همچنین مدل ارتباطی تحقیق دارای برازش لازم می‌باشد. لذا پیشنهاد می‌شود، صرف نظر از اینکه چه نوع آموزشی ارائه می‌شود، باید طوری طراحی شود که متناسب با علایق دانشجویان باشد و آنها را در قلمرو مناسبی قرار دهد که در آن بتوانند محتوای رسانه‌ای مناسب و دقیق را انتخاب کنند.

واژگان کلیدی:

سواد رسانه‌ای، دانشجویان، دانشگاه پیام نور مرکز تبریز، نگاه انتقادی به پیام‌های رسانه‌ای، یادگیری از رسانه، یادگیری الکترونیک

TaraghikahD@pnu.ac.ir

سواد ارتباطات علم و فناوری: امکان‌سنجی تعریف چارچوب خاص سواد رسانه‌ای برای ارتباط‌گران علم و فناوری

مجتبی حاجی‌جعفری

گروه علوم ارتباطات، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران

ارتباطات علم و فناوری، یکی از حوزه‌های مهم در مطالعات ارتباطی و همچنین مطالعات علم است. هدف غایی و نهایی این حوزه مطالعاتی پیوند میان دانش و دانشمندان با آحاد جامعه است. ترویج علم و فناوری و برقراری ارتباط با زبان جامعه و انتقال علم و فناوری به درون جامعه و با زبانی همه‌فهم از جمله مأموریت‌های این حوزه مطالعاتی است. از سویی این ارتباط مبتنی بر استفاده از ظرفیت‌های رسانه‌ای - خواه رسانه‌های جریان اصلی و خواه رسانه‌های نوظهور و رسانه‌های اجتماعی - است. عمومی‌سازی علم و فناوری از طریق رسانه‌ها علاوه بر نیاز به تخصص در حوزه علم و فناوری، توانمندی ارتباط‌گیری و برقراری ارتباطات مؤثر، نیاز به آشنایی به رسانه‌ها و الزامات و اقتضائات فنی و تکنیکی آن نیز دارد. برای عموم جامعه مخاطب رسانه چه در تولید و چه در مصرف محتوای آن، نیازمند شناختی عمومی برای کاربری، دریافت، فهم و ارزیابی هستیم. در سطح تخصصی و برای جامعه متخصصان علم و فناوری نیز چنین شناختی از رسانه نیز لازم است. به‌ویژه آنکه ایشان نقش ارتباط‌گیری و ارتباط‌گیری با آحاد جامعه برای عمومی‌سازی و ترویج علم و فناوری را نیز داشته باشند. سوال اینجاست که در چنین بستری، آیا داشتن چارچوب سواد رسانه‌ای با رویکرد ویژه به مأموریت‌های ارتباطات علم و فناوری قابل تحقق است؟ ویژگی‌ها و مؤلفه‌های چنین چارچوبی چیست؟ با چه مدلی می‌توان سواد رسانه‌ای ویژه ارتباط‌گران علم و فناوری را تبیین و تشریح کرد. مطالعه حاضر مدل زیر به عنوان مدل کلان ترسیم و تبیین سواد رسانه‌ای ارتباطات علم و فناوری پیشنهاد می‌کند. این مدل در قالب سه لایه به تبیین مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای ارتباطات علم و فناوری می‌پردازد. در این مدل هسته اصلی و اولیه سواد علمی و مؤلفه‌های آن است. سواد علمی ناظر بر احاطه علمی بر موضوع بحث و شناخت زبان علم مورد نظر است. در لایه بعدی سواد ارتباطی قرار دارد. سواد ارتباطی شایستگی‌های ارتباطی فردی و توانمندی ارتباط‌گیری فردی است. لایه سوم سواد رسانه‌ای است. سواد رسانه‌ای اخص از سواد ارتباطی دیده شده است و بیشتر ناظر بر بعد فنی و تکنیکی ارتباط‌گیری از طریق رسانه‌های جریان اصلی و مجازی و اجتماعی است. مؤلفه‌های متعددی در هر یک از لایه‌ها وجود دارد که شاخص‌های سواد ارتباطات علم و فناوری را تعریف و تبیین می‌کند.

واژگان کلیدی:

سواد علمی؛ ارتباطات علم؛ ارتباط‌گران علم؛ ارتباط‌گران فناوری

rm_hajijafari@atu.ac.ir

عمومی سازی هوش مصنوعی و آینده خبر در ایران

محمد آقاسی

دانشگاه علامه طباطبائی، تهران

طاهره خیر خواه

دانشگاه تهران، تهران

عمومی سازی هوش مصنوعی یک مفهوم گسترده است که به استفاده فراگیر هوش مصنوعی در انواع صنایع و زمینه‌های کاربردی اشاره دارد. این عمومی سازی می‌تواند در صنایع مختلف از جمله بهداشت، حمل و نقل، تولید، خدمات مالی و بسیاری موارد دیگر اتفاق بیفتد. عمومی سازی هوش مصنوعی که به رشد و توسعه نوآوری‌های جدید و همچنین تغییراتی در ساختارهای سازمانی و فرهنگ کسب و کار نیاز دارد، این چالش‌ها شامل مواردی مانند اخلاقیات مصنوعی، حفظ حریم خصوصی، امنیت و تأثیرات اجتماعی و اقتصادی هستند که باید در کنار همه کاربردها، مطمح نظر قرار گیرند. هوش مصنوعی در رسانه‌ها نیز کاربردهای متنوعی دارد و فرآیندهای تولید، توزیع و مصرف محتوا را در سطوح مختلف بهبود می‌بخشد، مقاله حاضر با در نظر داشتن عمومی سازی و فراگیر شدن هوش مصنوعی، کاربردهای آن را در فرآیندهای تولید، توزیع و مصرف خبر در ایران بررسی خواهد کرد؛ مواردی چون تولید محتوا، تحلیل محتوا، ساماندهی محتوا، تشخیص خبر جعلی، پشتیبانی از مخاطبان، توصیه محتوا. برای مثال می‌توان نقش هوش مصنوعی را در تولید محتوا چنین تعریف کرد که هوش مصنوعی قادر است به صورت خودکار محتوای رسانه‌ای را تولید کند. بر اساس الگوریتم‌ها و داده‌های قبلی، قادر است به ساخت خبرها، مقالات، خلاصه‌ها و... پردازد. در تحلیل محتوا با استفاده از الگوریتم‌های یادگیری ماشین و پردازش زبان طبیعی، هوش مصنوعی قادر است به طور خودکار محتوای رسانه‌ای را تحلیل کند. فرآیندهای ساماندهی محتوا را می‌توان چنین پیش بینی کرد که با تحلیل ویدئوها، تصاویر و متون، هوش مصنوعی می‌تواند به طور خودکار تگ‌ها، برچسب‌ها و دسته‌بندی‌های مناسب را اعمال کند. هوش مصنوعی همچنین می‌تواند بر اساس تاریخچه مصرف کاربران و تحلیل رفتار آن‌ها، به طور دقیق محتواهای مرتبط و توصیه‌ای را به کاربران ارائه دهد. علاوه بر این هوش مصنوعی می‌تواند برای تشخیص خبرهای جعلی و غیرقابل اعتماد استفاده شود. با تحلیل نوع الگوهای مربوط به اخبار جعلی و دانش ماشین، می‌توان خبرهای جعلی را تشخیص و بلافاصله به خبرنگاران غیر واقعی بودن آن‌ها را اعلام نمود. همچنین، هوش مصنوعی به خبرگزاری‌ها در جلوگیری از شایعه‌پراکنی کمک می‌کند. با تکنیک‌های هوشمند، می‌توان بررسی خبرها و تحقق صحت آن‌ها را با سرعت و دقت بالا انجام داد، تا از انتشار خبرهای نادرست و غیرقابل اعتماد جلوگیری شود. از هوش مصنوعی می‌توان در فرآیند تحریریه و تولید خبر نیز استفاده نمود. برای نمونه: می‌توان از طریق تشخیص و تصحیح خطاهای املائی و گرامری هوشمند، به بهبود کیفیت نوشتاری کمک نمود. همچنین، از طریق تولید خودکار سرفصل‌ها، خلاصه‌ها و تعیین سرویس‌ها، فرآیند تولید خبر سریع‌تر شده و به کاهش خطاهای انسانی در ویرایش متن‌ها نیز کمک شود.

واژگان کلیدی:

هوش مصنوعی، خبر، خبرگزاری، خبر جعلی، تحریریه، عمومی سازی

mohammad.aghasi61@gmail.com

واکاوی رابطه تفکر انتقادی و تعهد مذهبی با اثربخشی سواد رسانه‌ای

محمدرضا رسولی

دانشیار دانشکده علوم ارتباطات و مطالعات رسانه دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی

محمدحسین انصاری جعفری

پژوهشگر مستقل

انسان‌ها امروزه در معرض پیام‌های رسانه‌ای متولد می‌شوند، با آن‌ها رشد می‌کنند، می‌اندیشند و دنیا را در این رهگذر می‌شناسند. بنابر این نابجا نیست اگر بگوییم که انسان‌های این عصر، رفتارهای خود را بر اساس الگوهای برگرفته از رسانه‌ها از جمله رادیو، تلویزیون، کتاب، مجله، فیلم، ماهواره، اینترنت، صفحات مجازی، شبکه‌های اجتماعی و سامانه‌های پیام‌رسان سامان می‌دهند. پژوهش حاضر به بررسی رابطه تفکر انتقادی و تعهد مذهبی با اثربخشی سواد رسانه‌ای پرداخته است. سواد رسانه‌ای در حال حاضر مهم‌ترین و گاهی یگانه ابزاری شمرده می‌شود که مخاطبان را قادر می‌سازد تا به کمک آن، حضوری ایمن و سازنده در فضای‌های گوناگون و متکثر رسانه‌ای داشته باشند. از این رو جامعه هدف پژوهش دانش‌آموزان سال دوازدهم دوره متوسطه آموزش و پرورش منطقه ۴ شهر تهران است. شرکت‌کنندگان در این پژوهش ۲۰۳ دانش‌آموز بودند که به روش تصادفی انتخاب شدند. داده‌های پژوهش با استفاده از پرسشنامه‌های: تعهد مذهبی، تفکر انتقادی و سواد رسانه‌ای گردآوری شد و از طریق روش همبستگی و رگرسیون چندگانه مورد تجزیه و تحلیل آماری قرار گرفته است. نتایج پژوهش نشان داد که بین تعهد مذهبی و تفکر انتقادی با سواد رسانه‌ای رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد. یافته‌ها نشان دادند که بین تفکر انتقادی با سواد رسانه‌ای رابطه‌ای نیرومندتر نسبت به رابطه تعهد مذهبی با سواد رسانه‌ای وجود دارد. یافته‌ها همچنین نشان دادند که بین کمال یا بلوغ به عنوان یکی از مؤلفه‌های تفکر انتقادی با سواد رسانه‌ای رابطه‌ای مثبت ولی بسیار ناچیز وجود دارد. همچنین رابطه مؤلفه‌های تعهد مذهبی با سواد رسانه‌ای نزدیک به هم و متوسط بوده ولی روابط هر دو مؤلفه با زیر مقیاس آگاهی از اهداف پنهان سواد رسانه‌ای بسیار ناچیز بود. بنابراین ایجاد زمینه‌های مناسب برای تقویت تعهد مذهبی و آموزش مهارت تفکر انتقادی، می‌تواند اثربخشی سواد رسانه‌ای را ارتقا بخشد.

واژگان کلیدی:

تعهد مذهبی، تفکر انتقادی، اثربخشی، سواد رسانه‌ای

moh.rasouli@yahoo.com

تأثیرات هوش مصنوعی بر سواد تاریخی

زهرا سادات روح الامین

گروه جامعه‌شناسی، دانشگاه
تهران

سواد در دنیای امروز از مفهوم اولیه خود فاصله گرفته است و امروزه شامل، سواد سیاسی، سواد مالی، سواد فنی، سواد تکنولوژی، سواد زندگی شهری و انواع دیگری است. پائولو فریره بر این باور است که سواد به معنای توانایی خواندن یک کلمه نیست بلکه به معنای توانایی درک دنیا است. یعنی این سوادها برای اینکه زندگی موفق‌تری در جوامع امروزی دنیا داشته باشیم، حائز اهمیت است. یکی از اقسام سوادی که به آن کمتر توجه شده، سواد تاریخی است. درک بهتر دنیا، بدون شناخت تاریخ میسر نیست از همین رو، یادگیری سواد تاریخی اهمیت پیدا می‌کند چرا که سواد تاریخی نه تنها یادگیری رخدادهای تاریخی را دربردارد، بلکه تقویت توانایی استدلال‌پذیری روایت‌های تفسیری تاریخی را در اولویت قرار می‌دهد تا بتواند سواد علمی افراد جامعه را پرورش دهد. تکنولوژی‌های جدید ارتباطی که در حال حاضر توسعه فزاینده‌ای یافته، هم امکان تقویت و هم تضعیف سواد تاریخی را دارد. چرا که با پرداخت‌های جدید از تاریخ و یا حتی تغییر تصورات کلیشه‌ای افراد یک جامعه، امکان‌های جدیدی در حوزه تاریخ را ایجاد می‌نماید. نکته حائز اهمیت این جاست که سواد تاریخی، به کمک بازآموزی تاریخی می‌آید و با ایجاد توازن عادلانه در روند آموزش تاریخی میان انتظارات جامعه از آموزش آن، با اطلاعات، توان و آگاهی افراد، به منزله هدف نهایی، به توسعه حافظه تاریخی یک جامعه کمک شایانی می‌نماید. در این مقاله برآنیم تأثیرات احتمالی هوش مصنوعی بر وضعیت سواد تاریخی را مورد بررسی قرار دهیم.

واژگان کلیدی:

سواد تاریخی، هوش مصنوعی،
حافظه جمعی، سواد رسانه‌ای

zahrasadat90@gmail.com

بررسی تاثیر آموزش مهارت های سواد رسانه ای بر کاهش میزان استرس و اضطراب ناشی از اخبار زرد در بحران کرونا

محمدحسین رودباری

گروه روانشناسی بالینی،

دانشکده پزشکی، دانشگاه آزاد

اسلامی، کیش

همه گیری پاندمی کرونا و سرعت بالای آن سبب تغییرات ناگهانی زیادی در جوامع انسانی شد همزمان با این مسئله شاهد افزایش اخبار زرد روز افزون توسط برخی رسانه ها در شبکه های اجتماعی برای جذب مخاطبان بودیم که این رسانه بی اعتنا از تاثیرات مخرب این اخبار بر روی سلامت اقشار مختلف جامعه به ترویج این اخبار اقدام می کردند. با توجه به اینکه در دنیای امروز رسانه ها یکی از اجزای اصلی جوامع بشری هستند، آموزش مهارت سواد رسانه ای یکی از ملزومات اساسی برای شهروندان محسوب می گردد. هدف از این پژوهش بررسی تاثیر آموزش مهارت های سواد رسانه ای بر کاهش میزان استرس و اضطراب ناشی از اخبار زرد در بحران کرونا در دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی شهر کرمان است. پژوهش حاضر به روش توصیفی و از نوع همبستگی صورت پذیرفت. جامعه آماری این پژوهش شامل تمامی دانشجویان مقطع کارشناسی دانشگاه آزاد اسلامی شهر کرمان در سال تحصیلی ۱۴۰۰-۱۴۰۱ می باشد که از میان آن ها تعداد ۶۰ نفر با روش نمونه گیری هدفمند انتخاب و به دو گروه کنترل (۳۰ نفر) و گروه گواه (۳۰ نفر) تقسیم شدند. از هر دو گروه، پیش آزمون و پس آزمون به عمل آمد اعضای گروه آزمایش تحت آموزش برنامه سواد رسانه به مدت (۱ جلسه ۰۹ دقیقه ای) قرار گرفتند؛ اما گروه کنترل هیچ گونه آموزشی دریافت نکردند. برای جمع آوری داده ها از پرسشنامه های استرس (SRSS) و پرسشنامه اضطراب (BAI) استفاده شد. داده ها با استفاده از ضریب همبستگی پیرسون و تحلیل رگرسیون با استفاده از نرم افزار اس.پی.اس.اس. ۲۴ مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. یافته های به دست آمده نشان داد که گروهی از دانشجویان که تحت آموزش مهارت های سواد رسانه ای قرار گرفته اند با توجه به توانایی در تفسیر درست اخبار و اطلاعاتی که دارا بودند از استرس و اضطراب کمتری نسبت به گروهی که تحت آموزش قرار نگرفتند برخوردار بودند. همچنین میزان بازنشر شتابزده اخبار زرد در خصوص پاندمی کرونا توسط دانشجویان آموزش دیده در زمینه سواد رسانه ای به شدت نسبت به دانشجویان آموزش ندیده کاهش چشمگیری پیدا کرد. در مجموع می توان با استفاده از آموزش مهارت های سواد رسانه ای در جهت افزایش و ارتقا سلامت روان افراد در پاندمی ها و بحران ها فراگیر اجتماعی استفاده نمود. از نتایج این پژوهش در زمینه افزایش سلامت روان در پاندمی کرونا و سایر پاندمی های فراگیر می توان استفاده نمود. همچنین نتایج دیگر پژوهش به لزوم آموزش و تقویت مهارت های سواد رسانه ای در گروه های هدف مهم و فعال جامعه در فضای مجازی به خصوص قشر محصلان اشاره دارد. دلیل این امر نقش مهم این گروه ها در بازنشر اخبار در فضای مجازی است و آموزش مهارت های سواد رسانه می تواند به حذف زنجیره بازنشر اخبار زرد در فضای مجازی و کاهش آثار مخرب آن ها بر سلامت روان مردم منجر شود.

واژگان کلیدی:

مهارت های سواد رسانه ای، کاهش میزان استرس و اضطراب، اخبار زرد، بحران کرونا

mroudbari9@gmail.com

نقش راهبرد سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی در تقابل با جنگ شناختی

علیرضا زمانیان

دانشکده مدیریت و مهندسی
صنایع، دانشگاه صنعتی مالک
اشتر، تهران

واژه جنگ شناختی در سال‌های اخیر به دایره اصطلاحات نظامی وارد شده است. در علوم شناختی «چگونگی پردازش اطلاعات در ذهن» محور اصلی تحقیقات این حوزه است؛ بنابراین اصلی‌ترین ویژگی جنگ شناختی، کنترل اطلاعات محیط به منظور اثرگذاری در باور، ادراک، احساس، تفکر و تصمیم‌گیری طرف مقابل است. این جنگ لایه‌های شناختی، عاطفی، هیجانی، اجتماعی، معنوی، روانی و حتی جسمانی مخاطبان را آماج خود قرار می‌دهد. از این رو تشخیص آن، کاری دشوار است. جنگ شناختی محصول پردازش ذهنی نخبگان بوده و اندازه‌گیری آن نیز مشکل است. در حالی که جنگ سخت عینی، واقعی و محسوس است و می‌توان آن را با ارائه برخی از معیارها اندازه‌گیری کرد. جنگ شناختی یک روند اختلال اطلاعاتی است برای از پا در آوردن روانی گیرنده‌های اطلاعات، این امر به طور استراتژیک از طریق منابع اطلاعاتی مانند پیام‌رسان‌های اجتماعی، شبکه‌سازی، منابع اینترنتی، فیلم‌ها، عکس‌های متن‌دار، منابع ساده مانند کارتون‌های سیاسی و حتی وب‌سایت‌هایی که به خوبی برنامه‌ریزی شده‌اند، گسترش می‌یابد و باعث ایجاد اطلاعات در جهت ایجاد اختلال در اطلاعات می‌شود. این نوع از جنگ دارای سه سطح راهبردی، عملیاتی و تاکتیکی است. این سه سطح نشانگر دامنه، عمق، اهمیت و تأثیرگذاری این جنگ در جامعه هدف است. شناخت این سطوح به روشن‌سازی برنامه‌ها و راهبردهای دشمن در این حوزه کمک می‌کند. از سوی دیگر سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی هوشیاری مخاطب در ارتباط با رسانه‌ها است. آگاهی از اینکه پیام با چه اهداف و موقعیت ارائه می‌شود تا بتوان تفسیر درستی از برنامه‌های مختلف رسانه ارائه کنند. افراد با سواد رسانه می‌توانند پیام‌های پیچیده موجود در محتوای تلویزیون، رادیو، روزنامه‌ها، مجلات، کتاب‌ها، بیلبوردهای تبلیغاتی، اینترنت و سایر رسانه‌های مستقل کشف کنند. بنابراین سواد خواندن و نوشتن در کنار سواد ارتباطی، سواد عاطفی، سواد رایانه‌ای، سواد مالی و البته سواد رسانه‌ای شش معیار امروزی یونسکو برای باسواد تلقی شدن در عصر حاضر به شمار می‌رود. در همین راستا پرسش اصلی که پژوهش حاضر بدان می‌پردازد این است که راهبرد سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی چه نقشی را در تقابل با جنگ شناختی حریف می‌تواند ایفا کند؟ راهبرد پژوهشی در تحقیق حاضر کیفی و روش تحلیل اطلاعات به شیوه توصیفی - تحلیلی است. نتایج تحقیق حاضر نشان می‌دهد، کاربست اصول راهبرد سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی از طریق مواردی همچون فراگیری تفکر انتقادی در تقابل با تفکر عامیانه در میان آحاد مردم یک جامعه و در تقابل با جنگ شناختی حریف می‌تواند تأثیر راهبردی داشته باشد.

واژگان کلیدی:

جنگ شناختی، عملیات روانی، قدرت نرم، سواد رسانه‌ای، فرهنگ

politics1648@gmail.com

مهارت‌های موردنیاز شهروندان عادی برای دستیابی به سواد هوش مصنوعی

مهدیه ساده‌دشت

گروه مدیریت رسانه، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران

هم‌زمان با توسعه‌ی فناوری‌های هوش مصنوعی در سراسر جهان، ادبیات این حوزه نیز در حال گسترش است و به طبع آن مفاهیم جدیدی در حال شکل‌گیری و پرورش هستند که از میان آن‌ها می‌توان به «سواد هوش مصنوعی» اشاره کرد. دستیابی به توانایی‌های لازم برای درک و شناخت هوش مصنوعی و کسب مهارت‌های لازم برای استفاده از فناوری‌ها و برنامه‌های هوش مصنوعی در قالب این مفهوم جدید مطرح می‌شود. همان‌طور که با ورود به عصر اطلاعات و گسترش رسانه‌ها، کسب مهارت «سواد رسانه‌ای» برای افراد اهمیت ویژه‌ای یافت، با توجه به گسترش هوش مصنوعی در همه‌ی ابعاد زندگی انسان‌ها و به‌ویژه در صنعت رسانه و خبر به نظر می‌رسد علاوه بر متخصصان این حوزه، شهروندان عادی نیز به یادگیری سواد هوش مصنوعی نیازمندند. کسب مهارت سواد هوش مصنوعی کمک شایانی به شهروندان در جهت شناسایی و استفاده از فرصت‌های ایجادشده از طریق هوش مصنوعی، حفاظت از خود در برابر خطرات احتمالی آن، دستیابی به نگاه انتقادی در مواجهه با محتوای تولیدشده توسط هوش مصنوعی، تطبیق شرایط زندگی خود با تغییرات ایجادشده به‌وسیله‌ی هوش مصنوعی و برنامه‌ریزی برای آینده‌ای متناسب با این تغییرات خواهد کرد. در مقایسه با تلاش‌های صورت گرفته برای گسترش فناوری‌های هوش مصنوعی در ایران به نظر می‌رسد که فعالیت‌ها در زمینه آموزش سواد هوش مصنوعی به شهروندان هنوز در مراحل اولیه خود به سر می‌برد. این مقاله با تأکید بر ضرورت آموزش سواد هوش مصنوعی به شهروندان و با اشاره به نگرانی‌های احتمالی درباره‌ی عدم آموزش آن به بررسی چندین عنوان مقاله خارجی در ارتباط با موضوع سواد هوش مصنوعی و الگوهای آموزش سواد هوش مصنوعی پرداخته است. این مقاله تلاشی است مقدماتی برای معرفی سواد هوش مصنوعی و مؤلفه‌های آن و همچنین شایستگی‌های لازم برای کسب این مهارت توسط شهروندان عادی.

واژگان کلیدی:

سواد هوش مصنوعی، هوش مصنوعی، سواد رسانه‌ای، شهروندان

s_mahdiye21@yahoo.com

بررسی نقش سواد رسانه‌ای در کاهش آسیب شبکه‌های اجتماعی بر جوانان

نعیمه ظریف قاسمیان

گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشگاه فردوسی مشهد

سیما الباسپور

گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشگاه فردوسی مشهد

واژگان کلیدی:

سواد رسانه‌ای، شبکه‌های اجتماعی، آسیب‌های فضای مجازی

na.zarif@mail.um.ac.ir

همانطور که قرن گذشته را قرن اتم نام نهادند، نماد قرن بیست و یکم اینترنت و فضای مجازی شده است. اکنون جهان با گذار از اقتصاد سخت افزاری به نرم افزاری، وارد عصر جدیدی شده است. با پیشرفت روزافزون اینترنت و به‌ویژه رسانه‌های اجتماعی و افزایش تعداد منابع قابل دسترس از طریق این رسانه، مسئله ارزیابی منابع و اطلاعات موجود در این شبکه جهان گستر به موضوعی قابل تامل و بحث‌برانگیز تبدیل شده است. امروزه شبکه‌های اجتماعی به یک نیاز ضروری تبدیل شده‌اند. فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی باعث به‌وجود آمدن دگرگونی‌های مختلفی در زندگی جوامع بشری شده است. جوانان زمان قابل توجهی را در رسانه‌های اجتماعی می‌گذرانند، که می‌تواند فرآیندهای خودانتقادی را تقویت کند. همچنین خطر نارضایتی بدن، اختلال غذا خوردن و خلق و خوی افسرده را افزایش می‌دهد. در نتیجه می‌توانیم قاطعانه بگوییم اگرچه رسانه‌های اجتماعی تأثیرات مثبتی بر عملکرد افراد دارند؛ اما آسیب‌های بسیاری را هم ایجاد کرده‌اند. ضرورت آموزش سواد رسانه‌ای توسط سازمان آموزش و پرورش و کتابخانه در عصر پرتلاطم اطلاع رسانی که اکثر مردم با انواع رسانه‌های صوتی، تصویری و متنی مواجه هستند، اهمیت سواد رسانه‌ای غیرقابل انکار است زیرا امکان انتخاب صحیح پیام‌های رسانه‌ای وجود دارد. از آنجایی که جوانان پیوسته با سیل پیام‌های رسانه‌ای مواجه هستند، نهادهای اجتماعی مانند آموزش و پرورش یعنی دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی و کتابخانه‌ها به عنوان متولی رفتار و فرهنگ انسان‌ها در این زمینه نقش اساسی دارند. اکنون سواد رسانه‌ای به‌عنوان یکی از کارآمدترین ابزارهای نظارتی مورد توجه کشورهای پیشرفته قرار گرفته است. با این اوصاف، ایران با وجود دارا بودن شرایط خاص درونی و بیرونی، همچون رشد شهرنشینی، گسترش تحصیلات عالی، افزایش جمعیت جوان تاکنون اقدام موثری در این زمینه انجام نداده است.

انتقادی بر عملکرد خبرنگاران در زمان وقوع بحران‌های اجتماعی: مورد مطالعه بحران کرونا

فاطمه عزیزی

گروه علوم اجتماعی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

عظیمه السادات عبداللهی

گروه علوم اجتماعی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

زهرا ذاکری نصرآبادی

گروه علوم اجتماعی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

واژگان کلیدی:

بحران اجتماعی، پیش‌بینی انتقادی، سواد رسانه‌ای انتقادی، عملکرد خبرنگار، مصرف رسانه‌ای انتقادی

a_abdelahi@pnu.ac.ir

یکی از مهارت‌هایی که به خبرنگاران در انجام رسالت شغلی خود در مواجهه با شرایط بحرانی در دوره وقوع بحران کمک می‌کند بهره‌گیری از مهارت سواد رسانه‌ای انتقادی در تولید محتوای مطلوب خبری است. هدف این پژوهش بررسی تأثیر سواد رسانه‌ای انتقادی بر عملکرد خبرنگاران در هنگام بروز بحران‌های اجتماعی است. این پژوهش به شیوه کمی و به روش پیمایشی و با بهره‌گیری از ابزار پرسشنامه انجام شده است. اطلاعات با استفاده از دو مقیاس سواد رسانه‌ای انتقادی و مقیاس عملکرد جمع آوری شد. سواد رسانه‌ای انتقادی با استفاده از دو شاخص مصرف انتقادی و پیش‌بینی انتقادی سنجیده شد. شاخص نخست با سه خرده مقیاس ارزیابی، سنتز و ترکیب، تحلیل و بررسی با ۱۱ گویه و شاخص پیش‌بینی انتقادی رسانه‌ای دارای دو خرده مقیاس خلاقیت و مشارکت با ۱۶ گویه بر اساس طیف لیکرت اندازه‌گیری شده است. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه خبرنگاران خبرگزاری‌ها و رسانه‌های مستقل و وابسته دولتی و غیردولتی شاغل در شهر اصفهان بود که به دلیل محدود و مشخص بودن جامعه آماری، حجم نمونه به شیوه تمام شماری ۳۱۶ نفر بود. جهت تجزیه و تحلیل از نرم افزار اس.پی.اس.اس. ۲۲ استفاده شد. یافته‌های تحقیق نشان داد بین سواد رسانه‌ای انتقادی و ابعاد آن: مصرف رسانه‌ای انتقادی (۰/۳۵۲) و پیش‌بینی انتقادی (۰/۵۷۴) با عملکرد خبرنگاران در بحران پاندمی کووید-۹۱ رابطه معناداری وجود دارد. بین ابعاد مصرف انتقادی ارزیابی (۰/۳۸۰)، سنتز و ترکیب (۰/۱۲۹)، تحلیل و بررسی (۰/۲۴۸) با عملکرد خبرنگاران در هنگام بروز بحران همه‌گیری رابطه معناداری وجود دارد. همچنین بین ابعاد دو گانه پیش‌بینی انتقادی رسانه‌ای: خلاقیت (۰/۴۰۹) و مشارکت (۰/۵۵۴) با عملکرد خبرنگاران در هنگام بروز بحران همه‌گیری رابطه معناداری وجود دارد. لذا با افزایش میزان مهارت خبرنگاران در بهره‌گیری از هر کدام از اصول «ارزیابی»، «سنتز و ترکیب»، «تحلیل و بررسی»، «خلاقیت» و «مشارکت» عملکرد آن‌ها در مواقع بروز بحران نیز بهبود پیدا می‌کند. نتایج رگرسیون خطی نیز نشان داد سواد رسانه‌ای انتقادی بر عملکرد خبرنگاران در بحران پاندمی کووید-۱۹ تأثیر گذار است.

ارائه مدل معادلات ساختاری اثر سواد اطلاعاتی بر نوآوری مدیران کسب و کارهای نوپا ورزشی

سیدحسین علوی

گروه تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه فنی و حرفه‌ای، تهران

ORCID:
0000-0002-0461-7345

ابوالفضل آریج

دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه گیلان

ORCID:
0000-0003-3099-6278

واژگان کلیدی:

سواد اطلاعاتی، کسب و کارهای نوپا، مدیران، نوآوری تولیدی، ورزش

abolfazl.arij2222@gmail.com

امروزه سازمان‌ها به کمک نوآوری، رشد پایدار و توسعه مزیت‌های رقابتی و بقای طولانی را تضمین می‌کنند. نوآوری مستمر توسط استراتژی‌های جدید و تصمیمات به موقع ناشی از پویای محیطی و تجزیه و تحلیل زیرکانه اطلاعات به پیش می‌رود، اگرچه اطلاعات انواع متعددی از منافع را برای سازمان‌ها به همراه دارد، حجم، پیچیدگی و تنوع روزافزون آن به عنوان برخی از بزرگترین چالش‌های توسعه نوآوری ظاهر شده است، در نتیجه، ظرفیت افراد، به ویژه در سطح سازمان‌های خدماتی، برای درگیر شدن با اطلاعات پیچیده و استفاده از آن برای اطلاع‌رسانی به تحلیل بازار، تصمیم‌گیری و اجرای استراتژی، برای نوآوری موفق سازمانی اهمیت فزاینده‌ای پیدا کرده است، لذا هدف از اجرای پژوهش حاضر ارائه مدل معادلات ساختاری اثر سواد اطلاعاتی بر نوآوری مدیران کسب و کارهای نوپا ورزشی می‌باشد. روش پژوهش حاضر کمی-توصیفی از نوع پیمایشی می‌باشد. با توجه به نامحدود بودن جامعه آماری، برای تعیین حجم نمونه از رهیافت‌های جدول مورگان استفاده شد، در نهایت تعداد ۳۸۴ نفر از طریق نمونه‌گیری در دسترس به پرسشنامه‌های نوآوری سازمانی که ترکیبی از پرسشنامه‌های جیمنز و همکاران (۲۰۰۸)، پنیادز (۲۰۰۶)، پراجگو و سوئل (۲۰۰۶) به نقل از چوپانی (۱۳۹۰) بوده و پرسشنامه سواد اطلاعاتی مدیران درینی (۱۳۹۴) پاسخ دادند، لازم به ذکر است که روایی صوری و محتوایی پرسشنامه‌ها طبق نظر متخصصان و پایایی آنها به ترتیب با ضریب آلفای کرونباخ ۰/۹۲ و ۰/۸۸ مورد تایید قرار گرفت. همچنین جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون ضریب همبستگی پیرسون و معادلات ساختاری با استفاده از نرم‌افزار اس.پی.اس.اس. ۲۶ و ای.ام.او. اس. ۲۴ استفاده گردید. براساس یافته‌های تحقیق مشاهده شد که اثر سواد اطلاعاتی بر نوآوری مدیران کسب و کارهای نوپا ورزشی با مقدار (Sig=۰/۰۰۰۱، t=۱۲/۵۰۴) و ضریب تأثیر (β=۰/۸۳۶) اثر مثبت معناداری دارد، همچنین مدل ارتباطی تحقیق دارای برازش لازم می‌باشد. لذا نتیجه‌گیری می‌شود با توجه به اینکه سواد اطلاعاتی به تجزیه و تحلیل اطلاعات انتقادی و تصمیم‌گیری مناسب، ایجاد دانش، یادگیری و نوآوری کمک می‌کند، مدیران کسب و کارهای نوپا به ارتقا سطح سواد اطلاعاتی در حیطه کاری خود بپردازند.

راهکارهای ارتقاء سطح سواد رسانه‌ای مخاطبان سازمان صداوسیما در جهت مصرف هوشمندانه رسانه‌های جدید

امین فرخی حقیقتی

دانشگاه صداوسیما، تهران

ایمان خدابنده بایگی

دانشگاه تهران، تهران

محمد شهبازی سلطانی

دانشگاه آزاد اسلامی، واحد

علوم تحقیقات، تهران

واژگان کلیدی:

سواد رسانه‌ای، رسانه‌های جدید، مخاطب، کاربر، صداوسیما، جمهوری اسلامی ایران

a.farokhi.h@gmail.com

گسترش کمی و کیفی رسانه‌های جدید در صورتی که با برنامه‌ریزی و مدیریت منطقی و اصولی همراه و همگام نباشد، منجر به تهدیدی جدی می‌شود. نظر به گستردگی و تنوع رسانه‌های جدید این تهدید بزرگ فرهنگ، سیاست، امنیت و اقتصاد را تحت الشعاع خود قرار می‌دهد؛ بنابراین از آنجایی که نه می‌توان این عرصه را از زندگی بشر کنار گذاشت و نه می‌بایست از آن غفلت کرد (که در این صورت از فرصت به تهدید تبدیل می‌شود)، تنها راه استفاده بهینه و سالم از این بستر و این رسانه‌های جدید است. در راه استفاده سالم و بهینه مخاطبان از رسانه‌های جدید تا به امروز در کشورهای مختلف جهان تلاش‌های گوناگونی صورت گرفته است. در صورتی که بخواهیم اقدامات صورت گرفته در این راه را یک پیوستار در نظر بگیریم؛ یک سمت این پیوستار، راه‌های کاهش و مدیریت دسترسی کاربران (و یا به تعبیری دیگر انواع مختلف فیلترینگ) و سمت دیگر این پیوستار، افزایش سواد رسانه‌ای کاربران است؛ هدف اصلی این پژوهش «شناسایی راهکارهای ارتقاء سطح سواد رسانه‌ای مخاطبان سازمان صداوسیما در جهت مصرف هوشمندانه رسانه‌های جدید» است. به‌منظور دستیابی به هدف فوق از روش تحلیل مضمون بهره گرفته شد. با انجام ۳۷ مصاحبه عمیق با نخبگان این حوزه و کدگذاری، تجزیه و تحلیل و مقوله‌بندی آن‌ها در نهایت راهکارها در قالب ۱۳ راهبرد طبقه‌بندی شدند. برخی از یافته‌های این پژوهش عبارت‌اند از: ایجاد جهان‌بینی رسانه‌ای در مخاطب، آگاه‌سازی مخاطب از فرصت‌های رسانه‌های جدید، ترویج رژیم مصرف رسانه‌ای، ترویج نگاه انتقادی به رسانه، نهضت تولید محتوای بومی، سیاست‌گذاری با رویکرد سواد رسانه‌ای در سازمان صداوسیما، فعال‌سازی نهادهای دولتی برای ترویج سواد رسانه‌ای، ترغیب و پشتیبانی از فعالان سواد رسانه‌ای، طراحی پوشش‌های مردمی با هدف ترویج سواد رسانه‌ای، تبیین، تبلیغ و ترویج اخلاق در رسانه و برنامه‌سازی با موضوع سواد رسانه‌ای.

شناسایی عوامل موثر در اعتمادسازی کتابداران کتابخانه‌های دانشگاهی

هدف از انجام این پژوهش شناسایی عوامل موثر بر اعتمادسازی در کتابداران کتابخانه‌های دانشگاهی تهران است. پژوهش بنیادی و به روش پیمایشی انجام شد. جامعه آماری تمامی کتابداران شاغل در کتابخانه‌های ۱۰ دانشگاه دولتی شهر تهران بودند که دیدگاه ۳۰۰ نفر آنها به شیوه تصادفی ساده و با استفاده از پرسشنامه‌ای محقق ساخته گردآوری و بررسی شد. براساس یافته‌های پژوهش وضعیت اعتماد در کتابخانه‌های دانشگاهی تهران، بالاتر از میانگین است و در حد مطلوب قرار دارد. از بین عوامل موثر بر اعتماد به ترتیب شایستگی و حمایت بیشترین میانگین و ارتباطات و تفویض اختیار، کمترین میانگین را به خود اختصاص داد. همچنین بین هیچکدام از متغیرهای جمعیت‌شناسی بر دیدگاه آنها نسبت به اعتماد به مدیریت، تفاوت معناداری وجود نداشت. نتایج تحقیق نشان داد که در کتابخانه‌های دانشگاهی تهران، اعتماد به مدیریت در سطح مطلوبی قرار دارد و رتبه بندی به دست آمده نشان از بالا بودن شایستگی و حمایت و ثبات بالا از جانب مدیریت و کم بها دادن به ارتباطات و تفویض اختیار از جانب مدیریت می‌باشد. در حقیقت در هر سیستم ارتباطی اثربخش باید به شبکه‌های غیررسمی اجازه داده شود که با هماهنگی با کانالهای رسمی عمل کنند تا نیل به هدفهای سازمان امکان‌پذیر شود. مدیریت سازمان باید سعی کند که گاهی جلسات غیررسمی بین کارکنان و مدیران برگزار نماید و کارکنان سازمان را در جریان اطلاعات اساسی سازمان در مورد عملکرد و اهداف قرار دهد و به پیشنهاد کارکنان در مورد بهبود روشها و وظایف اهمیت بدهد؛ همچنین برای ارتقا ارتباطات، مدیریت باید مطمئن شود هر یک از کتابداران یک کپی از طرح استراتژیک سازمان را دریافت می‌کند که شامل ماموریت‌های سازمانی، دیدها، اهداف استراتژیک و روشهای رسیدن به اهداف است.

آرام محمودی

کتابخانه‌های عمومی، ارومیه

نصرت ریاحی نیا

دانشگاه خوارزمی، تهران

هیرو یاهو

دانشگاه خوارزمی، تهران

واژگان کلیدی:

اعتماد، اعتمادسازی، کتابداران، کتابخانه‌های دانشگاهی

jafarahmadi92@yahoo.com

تبیین نقش کتابخانه‌های عمومی در آموزش سواد اطلاعاتی به کاربران در عصر دیجیتال

زهرا معظمی

گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد واحد تهران شمال

دنیای معاصر به شدت با دنیای دیجیتال، در متنوع‌ترین اشکال، زمینه‌ها و کاربردهای آن ادغام شده است. جامعه ۵,۰+ یک جامعه فوق هوشمند است که در یک رابطه سایبری-فیزیکی-اجتماعی تجسم یافته است و هدف آن بهبود کیفیت زندگی است. در این فرآیند، که توسط فیزیکی سایبری شکل گرفته است، سواد دیجیتال نقش مهمی را ایفا می‌کند. کتابخانه‌های عمومی یکی از مؤسسات اصلی ترویج سواد اطلاعاتی در میان افراد در هر سن و پیشینه‌ای هستند و نقش بسیار مهمی در آموزش سواد اطلاعاتی به کاربران در عصر دیجیتال دارند. بنابراین هدف از پژوهش حاضر تبیین نقش کتابخانه‌های عمومی در آموزش سواد اطلاعاتی به کاربران در عصر دیجیتال با استفاده از روش کتابخانه‌ای است. جامعه ۵,۰+ را می‌توان به عنوان یک جامعه فوق هوشمند به دلیل پیوندهای ناگسسته آن با فناوری اظهار نمود. علاوه بر هوش مصنوعی، فناوری‌هایی که در جامعه ۵,۰+ محور قرار خواهند گرفت، اینترنت اشیا، کلان داده، روبات‌ها و اقتصاد تسهیمی هستند. در عصر جدید فناوری جهش‌های بزرگی را ادامه خواهد داد که همچنان بر دیدگاه‌ها و شیوه‌های زندگی اکثر مردم در جنبه‌های مختلف زندگی مانند اقتصاد، آموزش، سیاست، مذهب و غیره تأثیر می‌گذارد. کتابخانه‌ها نیز در این جامعه می‌توانند با ارائه دسترسی به منابع دیجیتالی و آموزش مهارت‌های دسترسی به اطلاعات نقش قابل توجهی در افزایش سواد اطلاعاتی جامعه داشته باشند. کتابخانه عمومی دروازه محلی دانش است که شرایط اساسی را برای یادگیری مادام‌العمر، تصمیم‌گیری مستقل و توسعه فرهنگی افراد و گروه‌های اجتماعی فراهم می‌کند. در این عصر الکترونیکی برای ارتقای سواد دیجیتالی، کتابخانه‌های عمومی می‌توانند گام‌های بزرگی بردارند. با پیشروی کتابخانه‌های عمومی آنها مأموریت جدیدی دارند تا به کاربران در فضای آنلاین کمک کنند تا هم غنی از اطلاعات و هم از نظر دیجیتالی توانمند شوند. کتابداران چابک و هوشمند با استفاده از فناوری‌های نوین و ارائه خدمات دیجیتالی، می‌توانند به شکلی مؤثر در افزایش سواد اطلاعاتی کاربران کتابخانه‌ها کمک کنند. کتابداران می‌توانند با ارائه دوره‌های آموزشی آنلاین و توسعه منابع دیجیتالی، سطح دسترسی کاربران به اطلاعات را افزایش داده و آنها را در استفاده بهینه از منابع یاری نمایند.

واژگان کلیدی:

عصر دیجیتال، جامعه ۵,۰+، سواد اطلاعاتی، کتابخانه‌های عمومی، فناوری‌های نوین

moazzamizahra1@gmail.com

بهره‌گیری از هوش مصنوعی برای تقویت سواد رسانه‌ای

در حال حاضر در عصری زندگی می‌کنیم که عصر تکنولوژی و ارتباطات نام‌گذاری شده است. رسانه‌ها به عنوان بخش مهمی از ساختار جامعه در دسترس عموم مردم قرار گرفته و نقش تاثیرگذار در فرهنگ و هویت جامعه برعهده دارند. مفاهیمی همچون سواد رسانه‌ای از زمان دیجیتالی شدن اطلاعات، بخش مهم و اصلی سواد دیجیتال به شمار می‌روند. با این حال، تأثیر فزاینده هوش مصنوعی بر نحوه مکان‌یابی، ارزیابی و ایجاد محتوا توسط افراد، پیامدهای مهمی بر معنای سواد اطلاعاتی و رسانه‌ای دارد. هوش مصنوعی با ظرفیت رو به رشد خود برای تجزیه و تحلیل، تفسیر و تولید محتوا، پتانسیل بسیار زیادی برای کمک به شهروندان در ایجاد دفاعی محکم در برابر هجوم اخبار جعلی و اطلاعات نادرست دارد. در این مقاله ابتدا به مفاهیم هوش مصنوعی و سواد رسانه‌ای پرداخته و سپس اثرگذاری هوش مصنوعی در سواد رسانه بررسی شده است. برای پیشبرد تحقیق و رسیدن به هدف از روش توصیفی - تحلیلی استفاده شده است که این روش شامل مطالعات کتابخانه‌ای در جهت دستیابی به مطالعات سواد دیجیتال و هوش مصنوعی است. هوش مصنوعی مقوله‌ای نوظهور در حوزه تحقیقات بوده و این توانایی را دارد که معنای سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی را به صورت قابل توجهی تغییر دهد. چارچوب‌های سواد دیجیتال در پاسخ به پیامدهای هوش مصنوعی کند هستند و سازگاری لازم را در برابر اثر آن بر سواد اطلاعاتی و رسانه‌ای ندارند. با استفاده از هوش مصنوعی در آموزش سواد رسانه‌ای، فقط به کاربران آموزش نمی‌دهیم که اطلاعات نادرست را بشناسند، بلکه آن‌ها را راهنمایی می‌کنیم تا ریشه‌های آن را درک کنند و از مخاطب منفعل به مخاطب فعال و اثرگذار در فضای مجازی تبدیل شوند.

الهه ملاحسینی پور شکری

دانشگاه غیر انتفاعی رجاء
قزوین، ایران

حمیده علیزاده

موسسه آموزش عالی هنر رسام،
البرز، ایران

واژگان کلیدی:

هوش مصنوعی، سواد رسانه،
سواد دیجیتال، آموزش سواد
رسانه‌ای

elahe_mollahossini68@
yahoo.com
hamideh.alizadeh10@
gmail.com

مطالعه‌ی فناوری‌های شاخص در حوزه‌ی گرافیک‌های سه‌بعدی مبتنی بر وب

سید میلاد موسوی حق شناس
دانشکده‌ی علوم اجتماعی،
دانشگاه تهران

پس از پایان دوران وب استاتیک و با ظهور وب تعاملی و داینامیک، فضای مجازی تغییرات پرآمنه و گسترده‌ای را به خود دید. الگوریتم‌های جستجو و رتبه‌بندی صفحات اینترنتی، پدایش و بسط ویکی‌ها، پدید آمدن و گسترش رو به تزاید شبکه‌ها و رسانه‌های اجتماعی و به طور کلی شکل‌گیری و رشد استارت‌آپ‌ها همه در سایه‌ی وب دو امکان تحقق یافت. اکنون پس از گذر از تجربه‌ی ایستایی و توقف مدید اما توأم با توسعه در عرصه‌ی پویایی، فضا رفته رفته برای عصر معنایی مهیاتر می‌شود. اینترنت سمنتیک و وب سه که گرافیک‌های سه‌بعدی از وجوه و شاخصه‌های اصلی آن محسوب می‌شود در وضعیت در آستانگی قرار دارد و تکنولوژی‌های ملایم و فراهم‌آورنده‌ی آن به طور روزافزون در حال تدارک شدن هستند. از جمله فناوری‌های پیشرو و پرکاربرد در نسل سوم اینترنت واقعیت مجازی است که در تجربه‌ی وب سه و مصادیق نیمه تحقق‌یافته‌ی آن نظیر متاورس، نقش مهم و برجسته‌ای دارد. اما نکته‌ای که در این میان و از سوی کاربران فضای مجازی کمتر به آن توجه شده و مورد غفلت واقع می‌شود، تفاوت‌های میان این فناوری‌های نوپدید است. چنانکه واقعیت مجازی به طور معمول با واقعیت گسترده، واقعیت افزوده و واقعیت مختلط، مشابه دانسته شده و بعضاً واژگان آن‌ها نیز به جای یکدیگر به کار برده می‌شوند. این در حالی است که تکنولوژی‌های مورد اشاره، هر کدام اختصاصات، اقتضائات و کارویژه‌های خود را دارند، ابزارهای استفاده از آن‌ها متفاوت است و هر کدام سطحی از تجربه‌ی مورد انتظار را فراهم می‌آورند. هدف این مقاله مطالعه‌ی توصیفی و هست‌شناختی فناوری‌های مذکور به روش اسنادی و مشاهده‌ی مشارکتی است که از رهگذر آن، امکان درک تفاوت‌ها، شباهت‌ها، مکانیزم‌های عملکرد، کاربردهای اصلی و شاخص، اشتراکات و افتراقات، سطوح فراگیری، و الزامات لازم برای دسترسی فراهم شود. نتایج این مقاله می‌تواند یک گام کوچک به سوی هدف بزرگ توسعه‌ی سواد تکنولوژی به شمار رود که از الزامات زیست بشر در جهان دوفضایی شده است.

واژگان کلیدی:

فضای مجازی، وب سه،
گرافیک سه‌بعدی، وب معنایی،
واقعیت مجازی

milad.mousavi@ut.ac.ir

آوردگاه هوش مصنوعی و انسان: ظرفیت‌هایی برای تولید محتوا

ابهام‌ها، ترس‌ها و دشواری‌های هوش مصنوعی در حالی بیان می‌شود که در تاریخ ارتباطات انسانی، با ظهور هر فناوری نوی اطلاعاتی و ارتباطی، با چنین فضایی روبرو بوده‌ایم. یعنی با هر پدیده فناورانه، موجی از نگرانی نیز مطرح شده و این بار نیز، هرچند کوتاه‌تر از دفعات قبل، ولی با این فضای نگرانی روبرو هستیم. به ویژه در اتمسفر رسانه‌ای ایران، آنچه بیشتر از هوش مصنوعی نشر یافته، دلواپسی از تخریب‌های آن از جمله در حیطه اشتغال، تولید محتوا و حتی عرصه‌های اخلاقی بوده است. منطق هوش مصنوعی برای ارائه محصول، انتخابی دقیق، همه‌جانبه و نظام‌مند از میان مرور انتخاب‌های انسانی بوده است. هرچند تا این‌جا با نظام ارتباطی انسانی برابر می‌نماید، اما نباید فراموش کرد که انسان، نه تنها از میان گزینه‌ها انتخاب می‌کند، که خود امکان خلق گزینه جدید برای انتخاب را داراست؛ و هوش مصنوعی نیز با تمام آنچه پیرامونش گفته شده، انتخاب اکنون انسان است. از این منظر می‌توان به ظرفیت‌های جدیدی که هوش مصنوعی در برابر جامعه انسانی و نظام ارتباطی انسان قرار می‌دهد می‌توان نگاهی «ظرفیت‌محور» را برگزید و متناسب با آن در حوزه‌های مختلف از جمله فرهنگ و رسانه، سیاستگذاری نمود.

فرشاد مهدی‌پور

پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه
اسلامی، وزارت فرهنگ و
ارشاد اسلامی، تهران

واژگان کلیدی:

سیاستگذاری فرهنگی، هوش
مصنوعی، انسان، تولید محتوا،
نظام رسانه‌ای

f.mahdipour@gmail.com

آموزش سواد رسانه‌های اجتماعی به دانش‌آموزان: چارچوب کنشگری اجتماعی

۴۰

حضور دانش‌آموزان نوجوان در رسانه‌های اجتماعی فراگیر شده است. نوجوانی دورانی است که افراد سؤالات اساسی در مورد خود، زندگی، جامعه و گذشته، حال و آینده‌شان می‌پرسند. برای اکثر نوجوانان، رسانه‌های اجتماعی روش آگاهانه یا نا آگاهانه محبوبی برای یافتن پاسخ‌های معنادار برای سؤالات‌شان است. از آنجا که فضاهای چندوجهی همچون رسانه‌های اجتماعی با ماهیت فنی-اجتماعی مکانی برای ساخت شخصیت نوجوانان است، معلمان می‌توانند با مجهز کردن دانش‌آموزان به مهارت سواد رسانه‌های اجتماعی ابعاد مختلف تفکر و شخصیت آنها را پرورش دهند. هرچند سواد رسانه‌های اجتماعی می‌تواند تا حدی در حوزه غنی ادبیات سواد رسانه‌ای ای‌گنجانده شود، اما ویژگی‌های متمایزکننده رسانه‌های اجتماعی شامل محتوای کاربر ساخته و فرصت تعاملات پویا یک رویکرد منحصر به فرد جهت مطالعات اختصاصی برای آنها ساخته است. سواد رسانه‌های اجتماعی از ابعاد گوناگون قابل بررسی است، بعد مورد توجه در این مطالعه کنشگری اجتماعی است. کنشگری اجتماعی دانش‌آموزان در بستر رسانه‌های اجتماعی رفتاری است که از سطح مصرف عبور کرده و سطوح مشارکت و خلق از درگیری‌سازی را فعال می‌کند و می‌تواند عامل برانگیزاننده و تقویت‌کننده تفکر انتقادی در آنها باشد، لذا برجسته دیدن این مولفه در ارتقا سواد رسانه‌های اجتماعی دانش‌آموزان می‌تواند مورد توجه باشد. تجزیه و تحلیل مسائل اجتماعی فرصت نابی برای دانش‌آموزان فراهم می‌کند تا مهارت‌های سواد رسانه‌های اجتماعی را به کاربندند. اقداماتی نظیر رفتارهای کنشگری آگاهانه در بستر رسانه‌های اجتماعی ارزشمند است و همراهی معلمان در کمک به دانش‌آموزان جهت ارتقا توانایی‌ها برای مشارکت در فرآیندهای اجتماعی حائز اهمیت است. معلمان می‌توانند به دانش‌آموزان در ایده‌پردازی و تولید پیام‌های رسانه‌ای که دیدگاه آنها را در مورد مسائل اجتماعی به روش‌های مختلف ارائه می‌دهد، کمک کنند. فرآیند کنشگری آگاهانه نیاز به سواد رسانه‌های اجتماعی دارد که معلمان می‌توانند برای حمایت از یادگیری دانش‌آموزان متناسب با سن آنها مدل‌سازی کرده و از آن استفاده کنند. از آنجا که تا به امروز در ادبیات پیشین چارچوبی برای کنشگری اجتماعی دانش‌آموزان در رسانه‌های اجتماعی ارائه نشده است، این مطالعه به دنبال ارائه چارچوب کنشگری اجتماعی دانش‌آموزان در رسانه‌های اجتماعی جهت تسهیل در فرایند آموزشی معلمان است تا زمینه‌ای جهت مدل‌سازی و پیاده‌سازی آن در کلاس فراهم گردد. ساختار چارچوب پیشنهادی شامل چستی، چرایی و راهبردهای کنشگری اجتماعی دانش‌آموزان است و علاوه بر یافته‌های ناشی از مرور ادبیات، موارد زمینه‌ای، بومی و محیطی کشورمان ایران و ملاحظات اخلاقی نیز در این چارچوب لحاظ می‌شود.

فاطمه میرزانورعلی

دانشگاه آزاد اسلامی، ایران

واژگان کلیدی:

رسانه‌های اجتماعی؛ سواد رسانه‌های اجتماعی؛ کنشگری اجتماعی؛ دانش‌آموزان؛ نوجوان

nedafmn@gmail.com

آموزش سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی به دانش آموزان

مهین نخشب

گروه روانشناسی تربیتی،
دانشگاه تهران

سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی توانایی دسترسی، تجزیه و تحلیل، ارزیابی و ایجاد رسانه و اطلاعات به شیوه‌ای انتقادی و مسئولانه است. این یک مهارت ضروری برای همه‌ی مردم در قرن بیست و یکم است، بخصوص که وفور و اینفودمی اطلاعات درست و نادرست به معضلی جدی تبدیل شده است. آموزش سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی، به ویژه برای کودکان مدرسه‌ای که هنوز در حال توسعه‌ی مهارت‌های تفکر انتقادی خود هستند و بیشتر در معرض خطر گمراه شدن توسط اطلاعات نادرست قرار گرفته‌اند، بسیار مهم است. آموزش سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی به دانش آموزان باعث تقویت تفکر انتقادی، مهارت‌های حل مسئله، و ارزیابی انتقادی اطلاعات آن‌ها می‌شود، و کمک می‌کند تا شهروندانی آگاه‌تر و فعال‌تر شوند. همچنین، این آموزش به کودکان کمک می‌کند تا انتخاب‌های آگاهانه‌تری در مورد نحوه‌ی استفاده از رسانه و منابع اطلاعاتی داشته باشند. روش‌های مختلفی برای آموزش سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی به دانش آموزان وجود دارد؛ از جمله ادغام آموزش سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی در زمینه‌های موضوعی موجود، مانند مطالعات اجتماعی و رایانه، که می‌توان با استفاده از منابع رسانه‌ای معتبر در کلاس درس و آموزش نحوه‌ی تجزیه و تحلیل و ارزیابی این منابع به دانش آموزان انجام داد. رویکرد دیگر ارائه‌ی کلاس‌ها یا کارگاه‌های اختصاصی سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی است، که در این کلاس‌ها می‌توان به دانش آموزان در مورد انواع رسانه‌ها، نحوه‌ی ارزیابی اعتبار اطلاعات، و نحوه‌ی ایجاد محتوای رسانه‌ای آموزش داد. آموزش سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی باید با زندگی دانش آموزان مرتبط، و برای آن‌ها جذاب و تعاملی باشد. این پژوهش با بررسی سرفصل مطالب آموزشی برای دانش آموزان در کشورهای مختلف پیشنهاد آموزش ایمنی آنلاین و نحوه‌ی محافظت از خود در برابر تهدیدات سایبری، اعتبار سنجی منابع اطلاعاتی، تجزیه و تحلیل و ارزیابی پیام‌های رسانه‌ای، بررسی سوگیری رسانه، و ایجاد محتوای رسانه‌ای مانند مقالات خبری، ویدئو، و پادکست می‌نماید.

واژگان کلیدی:

سواد رسانه‌ای، سواد اطلاعاتی،
آموزش کودکان، سواد تربیتی،
اعتبار سنجی اطلاعات

nakhshab@ut.ac.ir

سواد اطلاعاتی در حوزه هوش مصنوعی با تاکید بر تحولات اخیر جمهوری اسلامی ایران

هوش مصنوعی پدیده‌ای نوظهور در عرصه فناوری است که طبق پیش‌بینی‌های دانشمندان در آینده نزدیک بسیاری از امورات را متحول خواهد کرد و تحولات مهمی را در مسیر حیات بشریت رقم خواهد زد و به عنوان پیشران قوی قدرت منطقه و فرامنطقه‌ای استفاده خواهد شد. سوال اصلی پژوهش این است که تاثیر هوش مصنوعی در نبردهای ترکیبی امروزه تا چه مقدار است؟ نویسندگان این پژوهش بر آنند که با توجه به توسعه روزافزون هوش مصنوعی و توانایی شگرف این پدیده در پیش‌بینی رفتار بشر، کشورهای در حال توسعه باید با سرمایه‌گذاری‌ها و برنامه‌ریزی‌های گسترده برای دفاع از حوزه‌های سرزمینی و گفتمانی خود تلاش کنند. این پژوهش به روش توصیفی-تحلیلی و با استفاده از پژوهش کتابخانه‌ای به بررسی میزان اثر بخشی آموزش سواد رسانه در توسعه امنیت پایدار ایران و ضرورت توسعه سواد اطلاعاتی در بین شهروندان ایران پرداخته و آموزش سواد اطلاعاتی و از بین بردن پدیده لوکوموتیوی حاکم بر شهروندان در حوزه هوش مصنوعی از مدرسه تا دانشگاه را نتایج خود می‌داند. همچنین، ما اصرار داریم که شیوه‌کنونی آموزش سواد رسانه‌ای در کشور به هیچ عنوان بسنده نیست و برای مقابله با تهدیدهای هوش مصنوعی نیاز به بازبینی و بازسازی سیاست‌های آموزش سواد رسانه‌ای در کشور وجود دارد.

مهدی نمکین

آموزش و پرورش استان
آذربایجان غربی

شهاب احمدی

مسئول سازمان بسیج فرهنگیان
ارومیه، استان آذربایجان غربی

واژگان کلیدی:

هوش مصنوعی؛ سواد رسانه‌ای؛
ایران؛ سواد اطلاعاتی؛ شهروند
آگاه

mahdinamakini@gmail.com

سواد رسانه‌ای حقوقی، چالش‌ها و راهکارها

سید حسین وکیلی
وکیل پایه یک، تهران

رسانه دیجیتال به عنوان یک محیط مجازی نوین که مورد استقبال کاربران قرار گرفته است، از نظر حقوقی دارای تشابهات زیادی با محیط طبیعی می باشد. تولید کننده پیام و دریافت کنندگان آن در فضای مجازی، دارای حقوق و تکالیف متقابلی هستند که فقدان سواد رسانه‌ای در این خصوص و عدم توجه به آنها، چه بسا مسئولیت‌های قانونی فراوانی را متوجه بهره‌برداران و فعالان فضای رسانه‌ای بنماید. زیرا برطبق قواعد حقوقی نداشتن قانون برای کسانی که در حوزه رسانه خصوصاً رسانه‌های دیجیتال فعالیت دارند، دلیل موجه تلقی نمی شود و لذا ضرورت دارد کاربران این حوزه، با ارتکاب اعمال مجازی که در قوانین جرم است و همچنین حقوقی که در صورت مواجه شدن با جرائم برای آنها وجود دارد، کاملاً آشنا و توجه باشند. اما بر اساس بررسی‌های به عمل آمده که از احکام قضائی صادره توسط دادگاههای کیفری ایران با روش کتابخانه‌ای انجام شده است، نسبت کاربرانی که در فضای مجازی و رسانه‌ای فعالیت داشته و فاقد دانش حقوقی هستند، به مراتب بیشتر از کسانی بوده است که با مسائل حقوقی در رسانه‌های دیجیتال و فضای مجازی آشنایی داشته اند. تحقیقات معموله نشان می‌دهد که نا آشنائی کاربران با مسائل حقوقی این حوزه، عمدتاً ناشی از دلایل مهمی نظیر پیچیده و تخصصی بودن متون حقوقی در حوزه رسانه و همچنین منطبق نبودن قوانین و مقررات با وضعیت و کارکردهای فضای مجازی و رسانه‌ای می‌باشد و لذا ضرورت دارد در این خصوص، نسبت به تسهیل ادبیات حقوقی و همچنین انطباق قوانین جاری با رویکرد نوین ارتباطات رسانه‌ای دیجیتال، اقدام لازم صورت پذیرد.

واژگان کلیدی:

سواد حقوقی رسانه، مسئولیت حقوقی کاربران، حقوق رسانه، تکالیف کاربران، حقوق کاربران

vakyly@yahoo.com

سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی در نظریه شناختی و نوروساینس: مفهوم خاطره و نوستالژیا در اقتصاد توجه

یونس یونسیان

گروه علم اطلاعات و دانش
شناسی دانشکده مدیریت،
دانشگاه تهران

محمد رضا وصفی

گروه علم اطلاعات و دانش
شناسی دانشکده مدیریت،
دانشگاه تهران

واژگان کلیدی:

بازاریابی عصبی، نوستالژیا
رسانه های اجتماعی، رسانه،
الکتروآنسفالوگرافی، خاطره
ضمنی رسانه های اجتماعی،
خاطره صریح رسانه های
اجتماعی

yoonesian.yoones@ut.ac.ir
mvasfi@ut.ac.ir

شناخت مکانیزم رقابتی برای جلب توجه مخاطب به یک اصل اساسی برای بقای بنگاه‌های رسانه‌ای تبدیل شده است. چالش‌های اقتصاد توجه می‌تواند به عواملی اشاره کند که در این رقابت پیش روی فعالان بازار قرار می‌گیرد. باید دقت کنیم که رقابت در بازارهای رسانه‌ای کار ساده‌ای نیست. زیرا در بخش‌های زیادی از صنعت رسانه ساختار بازار به صورت انحصاری درآمده و تازه واردها امکان بقا ندارند. این مقاله به بررسی راهبردهای بینارشته‌ای در حوزه فرهنگ و رسانه با محور مفهوم نوستالژیا در اسناد کلان و بالادستی کشور شامل سند چشم انداز، موارد ابلاغی در سیاست‌های کلی نظام، بیانیه گام دوم انقلاب و الگوی ایرانی اسلامی پیشرفت مد نظر مقام معظم رهبری می‌پردازد. رفتار اطلاعاتی مخاطب در برابر محتوای رسانه‌ای با محور نوستالژیا با استفاده از مفاهیم نظریه علوم اعصاب شناختی می‌پردازد و از آن جا که بررسی دلایل و انگیزش‌های عصبی شناختی رفتار می‌تواند به درک و کنترل رفتاری انسان منتهی شود، این پژوهش دارای سویه‌های نظریه تصمیم‌گیری و تحلیل مصرف‌کننده و معماری رسانه بر اساس تحلیل مخاطب می‌باشد. نظریه تصمیم‌گیری در وسیع‌ترین مفهوم، به معنای بررسی ترجیح رسانه‌ای رسانه‌های اجتماعی و ایجاد خاطره صریح و ضمنی از رسانه‌های اجتماعیها در بازاریابی عصبی می‌باشد. طی دو دهه گذشته، کاربرد دانش عصبی در روانشناسی رسانه، و بالاخص در رسانه‌های اجتماعی‌ینگ، در تحقیقات آکادمیک و رویه‌های تجاری رواج یافته است. در دهه گذشته، تعداد مقالات منتشر شده درباره این موضوع، در ژورنال‌های برتر بازاریابی و مراجع گوگل از رشد چشمگیری برخوردار بوده است و همین امر در خصوص شرکت‌های تاسیس شده رسانه‌ای در زمینه بازاریابی عصبی نیز صدق می‌کند. روش این مطالعه، کتابخانه‌ای و با رویکرد مرور نظام مند، تحلیلی و استنتاج منطقی است. رویکرد در این روش نظری و استدلالی است. بر این اساس، ویژگی و ماهیت آن به جستجوی مرور کامل مقوله بازاریابی عصبی و توسعه این نظریه به سمت درک بازاریابی مبتنی بر خاطره و نوستالژیا در محتوای رسانه می‌باشد.

Participations in English

- 47 | Artificial Intelligence and the Future of Niche Markets
Borhan Aeini
- 48 | Social Media Literacy for Intercultural Communication
Sharareh Aris
- 49 | Understanding photojournalism's visual literacy in the age of (dis)misinformation
Paulo M. Barroso
- 50 | Safeguarding Privacy and Data Protection in the Digital Age
Morteza Darvishi
- 51 | The Future of University Publishing Houses: The Importance of Media and Literacy Competence in Industry 4.0
Benjamin Duke
- 52 | Floating Identity in Social Media
Parisa Ehteshamnia
- 53 | Social Media and Media Literacy: Examining Social Media Manipulation and Disinformation in the Context of Iran 2023 Unrest
Zeinab Ghasemi Tari
- 54 | Responses to Israel's Self-representation for Iranians: Thematic Analysis of Replies to Israeli Tweets in Farsi
Elham Kadkhodaee
- 55 | A systematic review of policymaking for students' Media literacy education in Finland: Modeling and Localization
Elmira Khanlarkhani, Saba Sadein Khoram and Sanaz Rahrovani
- 56 | 'Objective Truth' in Mass Communication: Educating Common People to Critically Process Information
Prakash Kona
- 57 | Climate Change, Disasters and threats to Sustainable Development: A Framework to strengthen Public Information Systems to empower Citizens
Himanshu Shekhar Mishra
- 58 | A Curious Case of Sea Shanty: Confluence of Media, Culture and Communication
Kavya Mitchi D
- 59 | The Emergence of Homo Cognatexus: Implications for New Media Landscape
Ebrahim Mohseni Ahooei
- 60 | Media Literacy and Entrepreneurship: A Global Agenda to Employ Artificial Intelligence
Masoumeh Mousavand

Participations in English

- 61 | Media and Information Literacy and the Politics of Corporate Control
Subham Mukherjee and Arunima Ghosh
- 62 | Echo Chambers on Social Media: Navigating the Digital Divide
Shaghayegh Nosrati
- 63 | Argentina's National Media Education Program: Opportunities and Challenges
Elaheh Nourigholamizadeh
- 64 | Discussing Legal Solutions to Combat Hate Speech on Digital Platforms
Alev Ozeroglu
- 65 | ASEAN Teachers' Media and Information Literacy (MIL) Competencies: A Cross-Sectional Study on Knowledge, Attitudes, and Practices in Accessing, Evaluating, and Creating Media Content
Melinda T. Quiñones, Lai Cheng Wong and Rudolf Anthony A. Lacerna
- 66 | Battling COVID-19 Misinformation: Strategies for Combating Fake News
Shaho Sabbar
- 67 | Infodemics, Media Literacy, and Re-Structuring Our Understanding of the Social World
Maryam Sabzali
- 68 | Media and information literacy and politics: How MIL compliments political literacy in the digital age
Alireza Salehi-Nejad
- 69 | Nurturing Media Literacy: Safeguarding Children's Social Media Experience
Majid Sarfi
- 70 | Furthering Media Literacy in the Middle East: A Vital Imperative
Tahere Sarfi
- 71 | Semi-logical reflections and concrete devices of application in multi-modal media literacy
Elahe Seyfodin and Seyed Javad Roudhchi Tabrizi
- 72 | Navigating the Playing Field: Understanding Sports Literacy
Ehsan Shahghasemi
- 73 | Telegram as a platform for the preservation and dissemination of traditional values in the Central Asian Diasporas of the Russian Federation
Olga Vikhrova, Iaroslava Gorlova and Kristina Floriak
- 74 | Trump and Fake News: A Complex Simplicity
Mostafa Zohouri

Artificial Intelligence and the Future of Niche Markets

Borhan Aeini

Independent research,
Tehran, Iran

There is a wide consensus among the marketing researchers that the artificial intelligence is a transformative force in numerous marketing industries, reshaping the way businesses operate and engage with customers. My argument here is that artificial intelligence has had a profound impact on niche markets and it is poised to revolutionize the very landscape of specialized industries. AI-driven technologies are enabling niche market players to flourish in ways previously unimaginable. From personalized and customized product recommendations to streamlined supply chain management, artificial intelligence has been used in an enhanced customer experience and operational efficiency. Furthermore, in my presentation I will show how artificial intelligence is being leveraged to identify unprecedented opportunities within niche markets and reach audiences with precision and effectiveness. Moreover, this presentation discusses the challenges and ethical considerations associated with artificial intelligence adoption in niche markets, emphasizing the importance of responsible artificial intelligence development and how it will be developed in the niche markets. Artificial intelligence continues to thrive every day and with every bit of advancement, businesses operating in niche markets must adapt to remain competitive, making informed decisions about artificial intelligent integration a critical aspect of their long-term strategy. Finally, I will present my critical reflections on the role of artificial intelligence on the future of niche markets. Leveraging customer data is like having a treasure map for corporations in their quest to discover niche markets and this does not seem to be something that makes us worried. Through in-depth analysis of customer behaviors, preferences, and demographics, companies gain insights into hidden pockets of opportunity and armed with this knowledge, they can craft tailored products, marketing campaigns, and engagement strategies that resonate with these unique customer segments to use our data for their own benefit. They know what we want and when we want and how to reach us to sell us things we don't need and build stronger customer loyalty.

Keywords:

Artificial Intelligence;
Niche Markets; Online
Commerce; Economy
of the Internet

borhanaeini@gmail.com

Social Media Literacy for Intercultural Communication

Sharareh Aris
Soore University.
Tehran, Iran

As of the most recent data, 4.8 billion individuals globally are utilizing social media, which constitutes nearly 60% of the world's populace and over 92% of all internet consumers. In the span from April 2022 to April 2023, social media platforms saw a surge of 150 million new users, marking a 3.2% annual growth. To put these figures into perspective, roughly 410,000 new users are joining social media platforms daily, translating to around 4.7 newcomers each second. Now that social media platforms have a pervasive presence in our lives, it is necessary that all of us who spend hours on social media reevaluate our communication skills in intercultural encounters. Communication on social media provides a field for constant social exchanges but since this kind of communication lacks natural elements like face-to-face encounter, reaction reading, mutuality, etc., the likelihood of misunderstanding raises exponentially here. Worse, a simple misunderstanding or argument between two unknown users might trigger mass flaming and may even extends outside social media. Training on cultural tolerance, developing cultural competence, effective language use, active listening, mind-reading, ethical responsibility, contextual awareness, studying connotations of words, phrases, or symbols in other cultures, etc. are among the many strategies all courses on media literacy should teach their attendants in order to make the social media a place for fostering better communication across cultures.

Keywords:

Intercultural
Communication; Social
Media; Cultural
Tolerance; Cultural
Competence

aris.sharareh@gmail.com

Understanding photojournalism's visual literacy in the age of (dis)misinformation

Paulo M. Barroso

ICNOVA- Institute of
Communication of
the New University of
Lisbon, Portugal
ORCID:
0000-0001-7638-5064

Keywords:

Digital,
(dis)misinformation,
literacy, media,
photojournalism,
visual literacy

pbarroso1062@gmail.com

Visual literacy and photojournalism are closely intertwined and have significant implications for each other. Visual literacy is the ability to interpret, understand, and critically analyse visual information. Photojournalism is a form of journalism that uses photographs to tell news stories. Since photojournalism relies on visual literacy, newspaper readers must be able to understand the visual language of photographs to grasp the story conveyed. Visual literacy enhances the viewer's ability to extract meanings and contexts of the photojournalism. Photojournalists play a role in shaping public perceptions of events and issues, and visual literacy empowers audiences to critically assess the authenticity and accuracy of photographs in an era of digital manipulation and false news. A visually literate audience is more likely to question the credibility of an image and demand ethical practices from photojournalists. Developing critical thinking, people get the tools to acutely analyse the emotional exploitation and (des) misinformation of photographs and recognize potential biases. As false information is not easy to identify, critical thinking is the best response to the issues depicted in the photographs and to know the nature of the information fluxes and the media. Following a theoretical and conceptual approach, the purpose of this article is a) to argue the relevance and practical and social utility of visual literacy and its relation to press photographs, i.e. understand visual literacy applied to photographic images in journalism; and b) to understand the repercussions of this new dimension of visual communication in the digital age and recognize false information and disinformation in the digital environment as obstacles to the modern public sphere and news media social functions.

Safeguarding Privacy and Data Protection in the Digital Age

Morteza Darvishi
Tarbiat Modares
University, Tehran,
Iran

New communication technologies have provided us with many opportunities while at the same time we are confronted with unprecedented risks. Risks of users' privacy breach are possibly subject of the hottest discussions in the academia. In this paper I will provide a concise overview of the evolving field of privacy and data protection; I will specifically emphasize on their critical severity in the context of rapid technological advancement and data-devouring machine-rendering. Once privacy was considered a fundamental right associated with physical spaces, but now it has been profoundly reshaped by the digital revolution. The increasing complexity of data collection, storage, and analysis capabilities has given rise to concerns about personal information exposure and possible breach of privacy right which has paved the way for legal frameworks like the European Union's General Data Protection Regulation (GDPR) and the California Consumer Privacy Act (CCPA) to have been established; this marks a paradigm shift in how individuals' data is handled and hence, data protection, closely intertwined with privacy, centers on safeguarding data against unauthorized access, breaches, and misuse. Safeguarding sensitive information, including financial data, health records, and personal identifiers, is of paramount importance in our hyper connected world. I'll argue that stricter data protection regulations demand not only transparent data handling practices but also robust security measures to prevent data breaches. Moreover, here I will argue that the emergence of cutting-edge technologies, such as artificial intelligence and machine learning, introduces new complexities to privacy and data safeguarding. Surveillance technologies rely heavily on vast datasets, raising ethical concerns regarding consent, bias, and algorithmic transparency. Achieving and maintaining a balance between innovation and privacy necessitates developing thoughtful regulation and ethical considerations. The privacy and data protection landscape is further complicated by global data flows. Cross-border data transfer mechanisms and agreements, such as the EU-US Privacy Shield, have a critical role in global commerce but also subject to legal and political challenges. Bridging these gaps while respecting privacy rights is an ongoing global endeavor. As the custodians of vast amounts of personal data, tech giants and surveillance capitalism corporations wield tremendous influence in shaping the future of privacy and data protection. The public's growing awareness of their rights to data privacy has led to increased scrutiny and demands for transparency, forcing big-tech corporations to reassess their data collection practices and prioritize user consent. Scholars and advocacy groups should well understand that Legal frameworks, technological innovations, and ethical considerations are converging to address the evolving challenges of protecting personal information.

Keywords:

Privacy; Surveillance
Capitalism; Data
Protection; EU-US
Privacy Shield

morteza.darvishi@
guest.ut.ac.ir

The Future of University Publishing Houses: The Importance of Media and Literacy Competence in Industry 4.0

Benjamin Duke

Institute for Inclusivity
in Higher Education
(ULIHE), University
of Leicester, Leicester,
United Kingdom
ORCID:
0000-0003-2220-6889

This paper provides a conceptual theoretical review of the role of University publication presses, through the critical lens of research and publication integrity. The paper uses four subheadings from COPE (Committee on Publication Ethics, 2022) as a backdrop to present the discussion. The paper identifies the major causal factors, which will influence the development trajectory of the fidelity of University based presses in the twenty first century. Critical research and publication ethical issues questions are considered. For example: Are safeguards robust enough, to prevent postgraduates having their manuscripts peer-reviewed and published; by their PhD supervisor who is also an editor of their university press. Universities are a key part of research and new knowledge transfer internally, on an intra basis between institutions and across society as a whole. As such Universities have a research process duty of care regarding transparency, to ensure readers are informed how research was conducted and can be replicated. The twenty first century has heralded a proliferation of universities which are provincial, smaller and fitter. The internet has enabled people to study a whole degree course, without ever leaving their home or being physically present on a university campus. This has widened participation in the student learning journey and subsequently the development of early career researchers. This utility of twenty first century Universities is also a potential concern. The lack of governance and scrutiny afforded by the internet online, increases the possibility of poor research practice and publication standards. This identifies the need to establish for some form of country wide or global academia governance standards. In practice an academia guild with a university's collectively agreed remit, would ensure certain research and publication criteria and parameters are met. Threats to University research and publication integrity are manifold. There are electronic fake research papermills, which manufacture false research papers based upon fictitious data. There are predatory research journals some of which themselves are based at Universities, which have little in the way of peer-review processes. Inappropriate journals which have a small team of editors, who are often ill-equipped to peer-review various subject matters yet are able to pass papers for publication. Predatory journals who publish anything so long as their publishing fee is paid, regardless of the fidelity of the research. These are substantive threats which could act to bring University publication houses to a halt in the twenty first century.

Keywords:

Academic publishing;
Internet
transformation;
University presses

bd158@leicester.ac.uk

Floating Identity in Social Media

Parisa Ehteshamnia
 Indian Studies, Faculty
 of World Studies,
 University of Tehran
 ORCID:
 0000-0002-6958-6965

The influence and penetration of the World Wide Web into the apparent layers of people's lives in today's world has created identities that can be called fluid identities. Fluid identities during everyday communication on the Internet and social networks will lead to the creation and consolidation of new mentalities, all of which are defined based on vague and foggy cognition of culture, gender, and race. The mentality that cyberspace creates in the personality of the individual causes the person to have a single definition in social media, and this leads to the unknown and the heterogeneous identity. The creation and expansion of fluid identities in cyberspace stem from some factors, global identities have basic and general characteristics and do not allow other identities to emerge. Cultures and subcultures that give independent and separate self-cognition around the world must primarily resist the enormous waves of global identity. Cyberspace has also led to the emergence of sub-worlds that gradually drown human societies in these sub-worlds, the virtual worlds are also defined by fluid identities, people in this container have no other biological and natural differences, and men and women in these sub-worlds are considered the same. Breaking local identities in contrast to global identity is another factor in the creation of fluid identities. People in this new virtual world which is the result of globalization and a massive flood of information are confused. Now the main question is what is the way to deal with these indefinite fluid identities that the process of globalization has been facing against societies? Today, everyone knows that there is a single-voice sovereignty in the virtual space, a sovereignty that does not emerge in any culture, race, or ethnicity. Different societies and cultures should seek a way to overcome this crushing crisis of cultures, otherwise melting in this virtual monopoly sovereignty will lead to the destruction of many massive cultures.

Keywords:

Culture, Cyberspace,
 Fluid identity, Virtual

parisa.ehteshamn@
 ut.ac.ir

Social Media and Media Literacy: Examining Social Media Manipulation and Disinformation in the Context of Iran 2023 Unrest

Zeinab Ghasemi Tari
Faculty of World
Studies, University of
Tehran

Social media platforms have become primary sources of information for a significant portion of the population, making media literacy skills essential for navigating and critically analyzing the content encountered. Media literacy enables individuals to discern credible information from misinformation, propaganda, and biased narratives. This paper examines the role of misinformation in the content produced during last year's unrest in Iran on the Persian language Instagram platform. It explores how this content framed a certain narrative to influence the Iranian public and garnered support from international politicians, celebrities and the general public. To analyze the data, the paper offers a thematic analysis of the three most popular Persian Instagram pages that disseminated news about the unrests. The paper delves into the role of visual propaganda by analyzing themes, frames, and images posted on these pages. It will be argued that Instagram, by manipulating public opinion and shaping a biased narrative, utilized people's lack of knowledge to disseminate misinformation both inside Iran and outside, which ultimately created massive distrust among the Iranians and justified further sanctions and coercive measures against Iran. Furthermore, the paper will argue that promotion of media literacy will equip individuals with the ability to identify and analyze manipulative tactics used on social media platforms. This includes recognizing clickbait headlines, identifying emotional manipulation techniques, and understanding the role of algorithms in shaping content consumption. It will be discussed that media literacy is crucial in the context of social media as it empowers individuals to navigate the vast amount of information available, critically analyze content, recognize manipulative tactics, and make informed decisions. By promoting media literacy, individuals can engage with social media platforms more responsibly, mitigating the risks associated with misinformation, manipulation, and privacy concerns.

Keywords:

Media Literacy, Social
Media, Propaganda,
Instagram

ghasemitari@ut.ac.ir

Responses to Israel's Self-representation for Iranians: Thematic Analysis of Replies to Israeli Tweets in Farsi

Elham Kadkhodae
Department of West
Asia and African
Studies, Faculty of
World Studies,
University of Tehran

The literature on how governments have been embracing innovative tools and approaches to interact with and influence foreign politicians and public has been bursting with different combinations of diplomacy and other words to describe this evolving trend: track 2 diplomacy, digital diplomacy, selfie diplomacy, and grassroots diplomacy are some examples. States apply the vast and expanding potential of new information technologies to reach audiences that they would not be able to access via a traditional diplomatic outreach. This potential, gains significance in cases where states don't have formal relations and deem each other as enemies. In such cases, being able to persuade public opinion of the opposing country and convey a positive image of the self can practically be a step in defeating or damaging the enemy and projecting one's soft power. A relevant example of such an application of digital diplomacy is the Israeli social media activities targeted at a Farsi speaking audience. Through content produced in Farsi and disseminated through social networks Israel aims to change Iranian's perception of itself and of the Iranian government. Previous studies have mostly remained focused on the content produced by officials or members of the elite, and have rarely explored the public's reaction to such content. Indeed, the intended persuasion effect of politicians, and the way such messages are consumed by the targeted audience can be two very different stories. What makes this more important is the fact that digital diplomacy has made dialogue between officials and their audience possible whilst traditional diplomacy didn't provide such an opportunity. To fill this lacuna the current article will carry out a qualitative thematic analysis of the responses to Israeli governmental tweets in Farsi, using an inductive approach to determine which twitter users actually interact with such accounts and in what ways. The research identifies the four themes of informed opposition, sarcastic opposition, mere praise, and praise with commentary, in the replies to Israeli twitter accounts operating in Farsi. Through this thematic analysis the research will try to evaluate the level of resonance between the persuasive strategies of the official Israeli accounts and Farsi speaking audience.

Keywords:

Israel, Iran, soft power, digital diplomacy, twitter, thematic analysis

kadkhodae@ut.ac.ir

A systematic review of policymaking for students' Media literacy education in Finland: Modeling and Localization

Elmira Khanlarkhani

Department of Library and Documentation Center, Institute of Humanities and Cultural Studies (IHCS), Tehran, Iran

Saba Sadein Khoram

Department of Knowledge and Information Science, Shiraz University, Iran

Sanaz Rahrovani

Department of Knowledge and Information Science, Shiraz University, Iran

Keywords:

Media literacy, media education, policymaking, policy of Finland, students' media literacy, digital literacy

ekhanlarkhani@gmail.com

Living in the digital era has made media literacy educating one of the most critical concerns of developing countries for society members, especially for children and teenagers. For the past few decades, the government has also given policymaking in this field special attention. Previous studies show that Iran's educational policies in the field of Media literacy have yet not to be successful so far. Therefore, studying media literacy education policies in countries with top educational systems can be useful for modeling and localizing a compiled program. For this purpose, the current study aims to review policymaking for students' Media literacy educating in Finland, which is considered the pioneer of Media literacy educational policymaking and also, the owner of the best educational system in the world. Based on a systematic review and PRISMA framework, a complete web search was performed in English and Persian scientific databases, and 96 publications in English and Farsi were found as whole results. Finally, 41 studies were found from 2010 to 2024 based on the inclusion and exclusion criteria. The results show that "The Ministry of Education and Culture" is the main leader of policymaking in Finland. While allocating the responsibility to this ministry will lead to concentrating policymaking and prevents parallel work, it will make Media Literacy skills fundamentally in community members' mind from childhood. Therefore, it is suggested that Iran's policymaking and planning should be performed by "The Ministry of Education" in order to maintain the main focus on education. Furthermore, Media literacy education in Finland is included in the students' curriculum from preschool age as a main course, or even in the form of critical thinking skills and working with computers. While in Iran, it has been limited to only one course in upper secondary school. Therefore, it is suggested that the content of students' curriculum should be fundamentally revised and Media literacy education should be put on the agenda from a very young age. Moreover, the experts' training for K-12 Media literacy education has always been noteworthy in Finland policymaking, as far as the "Media Literacy Education" course has been established at the master's level at the University of Lapland in Finland. It is suggested that at first step, Media literacy experts' education should be taken into consideration as much as possible with necessity and urgency, and for the second step, Media literacy should be taken by students as two units of a general course in all fields of the universities. In order to inform society members in Finland, a week named "Media Literacy Education Week" has been designated; so, it is suggested to name a week with the same title in Iran and implement effective programs to attract the attention of the public. Finally, Media educational content creation in the form of games, videos, manuals, guides, and official websites accessible to all society members is another educational policy of Finland. Therefore, it is suggested that educational policymakers pay attention to website development, reference books, and media literacy education guidelines.

'Objective Truth' in Mass Communication: Educating Common People to Critically Process Information

Prakash Kona
Independent Scholar,
Hyderabad, India

Since mass media enables transfer of information on a global scale, it is imperative to observe the role of the tools employed in order to have a picture of the messages generated through them. In the same breath, it is crucial to emphasize the ethical component involved in the making and transmission of messages. In the absence of the moral aspect, a force of nature is unleashed through the technologies without the ability to control consequences, in the way messages are created and distributed. That's where the issue of 'objective truth' comes into focus. One cannot imagine media and information literacy without a notion of truth that is impartial, when making a distinction between fact and falsehood. The knowledge lost in information is often truth that is disguised, hidden or effectively marginalized in order to sensationalize events for a larger audience. The questionable assumption is that the masses wish to be entertained rather than informed, as in be educated, with respect to what is happening around them. Here, education is not about schooling or having a university degree, but rather the ability to rely on one's own experience to arrive at the optimal distance for reflection between representation and reality. A healthy skepticism towards concepts comes handy in ensuring that some measurement of where the truth lies could enhance awareness of how to critically process information. There are serious limits to the argument that all truth is constructed and relative; consequently, the difference between Hitler and Mahatma Gandhi, only a matter of perspective. The basis of media and information literacy revolves around the argument that not only is objective truth possible, but also fundamental to mass communication. Contrary to popular belief, where information is equated to power, for one to be overwhelmed by useless particulars could add to one's sense of powerlessness, when one realizes that exorcizing the devil in the detail is hardly a simple task. My paper examines how the pursuit of objective truth could tilt the balance of power in favor of victims and create platforms for dialogue between individuals and groups operating at different levels in how they relate to private and public authority. The truth component in information is indispensable because it not only empowers the weak but also legitimizes questions related to social and political justice.

Keywords:
Objectivity, Truth,
Ethical, Falsehood,
Education, Justice

prakashkona@
gmail.com

Climate Change, Disasters and threats to Sustainable Development: A Framework to strengthen Public Information Systems to empower Citizens

**Himanshu Shekhar
Mishra**

New Delhi Television
Ltd, New Delhi, India

Climate Change is gradually changing the contours of global climate, leading to an increase in the frequency, scale and intensity of extreme weather events/ disaster incidents in almost every part of the world. As the global community grapples with its increasingly debilitating impact on human life and property, it has made it imperative for disaster management agencies and media institutions worldwide to launch effective disaster mitigation and risk communication strategies in disaster-prone zones to provide critical information to vulnerable people living in disaster-sensitive zones. As primary stakeholder facing the brunt of abnormal changes in global weather, it is becoming urgent to formulate a 'people-centric' public information and communication strategies, at sub-national, national and global levels. This would help empower people at the grass-root level with requisite information, and make them become more resilient in terms of climate adaptation and respond more meaningfully to disaster mitigation and crisis communication measures. The recent climate-related disaster incidents have witnessed a relatively greater media attention with reporters being deployed in large numbers in disaster-affected zones. This has brought the complexities of gathering news in a disaster zone under greater public scrutiny too. The COVID-19 pandemic, the worst public health disaster since the Spanish Flu Pandemic of 1918-19, has further highlighted the logistical, ethical and safety-related challenges journalists have to face in gathering news during a public health disaster. This has made it imperative to strengthen the capacity building of media professionals and institutions, who can play a very significant role in strengthening information literacy policies and mechanism worldwide. Media institutions have a central role to play in facilitating the flow of critical information to common people. This paper proposes a 'people-centric' National Disaster Communication Policy designed to facilitate the flow of information to the most climate vulnerable sections of the population in a given country. Common people need to be the primary focus of any effective disaster communication and mitigation strategy, especially at the local level. The new advancements in communication technologies can be leveraged to create a National Information Pipeline to facilitate the flow of communication during a COVID-19 like pandemic in future. This would also help in attaining the United Nations' SDG number 4.7 which attempts to "ensure all learners acquire knowledge and skills needed to promote sustainable development" and the SDG number 11 which is aimed to "Make cities and human settlements inclusive, safe, resilient and sustainable". It would enhance Citizens' awareness of their right to access information and help improve their engagement with information that can make Cities more inclusive, safe, resilient, and sustainable.

Keywords:

Information Literacy,
Pandemic
Communication,
Disaster
Communication,
Sustainable
Development Goals,
Climate Change, Crisis
Communication

h_mishra@yahoo.com

A Curious Case of Sea Shanty: Confluence of Media, Culture and Communication

Kavya Mitchi D

Department of English,
PSG College of Arts
and Science,
Coimbatore, Tamil
Nadu, India

Media plays a quintessential role in facilitating self-expression and creating/re-creating identities. The power of media in contributing to an inclusive environment where there is an active consumption of cultural artefacts and a potential for intercultural communication is unparalleled. Analyzing the impact of Wellerman, a sea shanty, helps in tracing the multifarious functions of media and chart the patterns of communication beyond borders. Nathan Evans, a Scottish singer is credited with having started the ShantyTok trend on TikTok and later on YouTube. Evans sang a rendition of the sea shanty, Wellerman, a song that refers to the practice of whaling in New Zealand composed during the nineteenth century. The folk song immediately became a sensation on TikTok and YouTube. The comments section on YouTube functioned as discursive spaces aiding conversations on a host of culture-specific areas like the origin of Wellerman, the practice of whaling (which was later prohibited), the experience of sailing and personal narratives detailing one's connection with the song or sailing expeditions. Analyzing this instance of intercultural and intergenerational discussion through a critical lens, throws light on the historical, social and cultural factors that intertwine with media to promote dialogue in a multicultural interface. Moreover, the recognition that the communication process is characterized by "interactivity, connectiveness, instantaneity, mobility, recurrence, and flexibility" gives rise to an increased sense of responsibility and sensitivity with respect to dissemination of information (Bilge and Marino xviii). Through the case of Wellerman, it can be argued that media possesses the potential for fostering communications about socio-cultural events, encourage diverse perspectives and create safe spaces to enhance social inclusivity and equality. By promoting intercultural dialogue, it can effectively stop the perpetuation of stereotypes and tropes that reinforce biases.

Keywords:

Interactivity,
Cross-cultural,
inclusivity, awareness,
YouTube

kavyadinu@gmail.com

The Emergence of Homo Cognatexus: Implications for New Media Landscape

**Ebrahim Mohseni
Ahooei**

University of Vienna,
Austria

Keywords:

Homo Cognatexus,
New Media
Landscapes, Cognitive
Evolution, Digitalized
Consciousness

emohseni@ut.ac.ir

In the intricate web of societal evolution, humanity has sequentially transitioned, delineating its path from the foundational Homo Custodius (1.0) to the nuanced realms of Homo Proprietarius (2.0), Homo Conglomeratus (3.0), Homo Polymorphus (4.0), culminating in the enigmatic emergence of Homo Cognatexus (5.0). These pivotal transitions have profoundly reshaped the cognitive architecture of our species, redefining the modalities of human thought and introspection. These transformations have imprints upon our cognitive machinations, recalibrating the very sinews of human thought. Now, as we teeter on the precipice of the Cognatexus era, we discern a reality punctuated by outsourced cognition, a digitalized consciousness, a data dependency, an augmented initiative, and an existence steered by the precision of algorithms. The zenith of this evolution, the apotheosis of Homo Cognatexus, lies in the singularity; a confluence where the demarcation between human contemplation and machinated intent dissolves, subsume our quintessence into a profound digital void. Beyond the broader economic, sociopolitical, and ethical spheres, this presentation aims to explore the nuanced communicative implications of the Homo Cognatexus that offer an insightful prism into the potential future of media landscapes. By methodically juxtaposing the communicative dynamics across these epochs, this analysis aims to elucidate the unparalleled attributes of Homo Cognatexus and its symbiotic interplay with evolving media constructs.

Media Literacy and Entrepreneurship: A Global Agenda to Employ Artificial Intelligence

Masoumeh Mousavand

Department of
Technological
Entrepreneurship,
Faculty of
Entrepreneurship,
University of Tehran,
Iran

Keywords:

Entrepreneurship;
Artificial Intelligence;
Development; Media
Literacy

Masoumeh.Mousavand@
alumni.ut.ac.ir

Artificial intelligence technology is a phenomenon that has been realized by machines that are trained to perform tasks based on the input data, interpret external data, learn from that input data, and use what has been learned to perform more tasks. At the heart of AI is machine learning which mainly relies on supervised learning. AI has been recently used in many areas of personal and professional life and entrepreneurship has not been an exception, but this paper's argument is that a more active stance can perceive AI as a great and unprecedented opportunity to further entrepreneurship among people in the underdeveloped countries. Firstly, AI-driven platforms and marketplaces can connect job seekers with opportunities, transcending geographical boundaries. Secondly, AI-based vocational training and upskilling programs can empower individuals with in-demand skills, making them more competitive in the job market. Thirdly, AI-enabled entrepreneurship support can facilitate the growth of small businesses, fostering local economic ecosystems. Individuals, NGOs, government and international bodies can pursue this agenda and besides, more funds are needed. But all these are useless if people in the underdeveloped countries do not have necessary media literacy to design a plan, execute it, and lead it to a fruitful result. In this sense, I would argue, the starting point should be a global media literacy project.

Media and Information Literacy and the Politics of Corporate Control

Subham Mukherjee
Independent
researcher, Kolkata,
WB, India

Arunima Ghosh
Independent researcher,
Kolkata, WB, India

Keywords:
new media,
information, society of
control, Deleuze and
Guattari, knowledge
systems
mukherjeesubham799
@gmail.com

Media and Information Literacy has become vocationally essential. In order to participate and survive our industries, firms, and corporate houses, there is a dire need to educate ourselves and understand the new media, its technologies, and the archipelago to complex network systems. Even if we are successful in constructing knowledge systems that affirm the need to educate in regard to the diverse nationalities, cultures, and collectivities, the basic dilemma remains: With what are we educating ourselves? Are these knowledge systems integrating cultures? Is the need for adaptivity being imposed on us? Who are controlling these systems? Are these systems accumulating everything into a totalised whole? Who produces such systems and articulates their tendencies? Or, are we giving ourselves up to these systems as capital? Especially countries that are economically backward and are suffering from population explosion and employment problems, the new media has been tactfully encroaching upon their disadvantages so that it becomes easier to integrate them. Here we intend to explore how these integrations through the guise of education discreetly molds them according to the will of the powerful institutions at play, in turn creating imperceptible rifts which they are meant to bridge, and procuring intense forms of interpellated alienation. Through our discussion, we shall attempt to look at the possibility of MIL knowledge systems in third world countries, how it shepherds us into conformity, and how the smooth yet obligatory integrations into models with no exits condition a strategic impasse. This paper intends to address the manifold problems of Media and Information Literacy with relation to the politics of corporate control apparatuses and how to affirm a kind of media and information education which relies on systems that do not retain conformational obligatoriness, but rather constitute response-able models which operate without false or misleading impressions.

Echo Chambers on Social Media: Navigating the Digital Divide

Shaghayegh Nosrati
University of Tehran,
Tehran, Iran

The social media have created opportunities for the underdog to raise voice that even the most optimist commentators could hardly imagine. These platforms have the potential to connect people across the globe, but one should not forget they have also given rise to a concerning phenomenon known as “echo chambers.” In this abstract, I will explore the concept of echo chambers on social media, their impact on society, and strategies to mitigate their negative effects on individuals and society. Echo chambers refer to online spaces where citizens are exposed primarily to information and opinions that reinforce their existing beliefs and values, while rejecting or blocking voices and contradictory information. This phenomenon is driven by either human curators or algorithms that curate content based on users’ preferences, leading to a narrowing of perspectives and a reinforcement of preexisting biases. One of the most significant consequences of echo chambers is the polarization of society in which individuals increasingly isolate themselves within like-minded digital communities, they become less exposed to diverse viewpoints and less willing to engage in constructive dialogue with those who hold opposing views. This polarization can lead to societal fragmentation, hinder compromise in political discourse, and contribute to the erosion of trust in society which sooner or later will yield in more grave consequences. Given the nature of the social media, echo chambers can perpetuate misinformation and disinformation and prevalence of fake news in today’s social media platforms will exacerbate the situation. Based on my own experience both as a user and as a researcher, in these closed environments, false or misleading information can circulate unchecked, as there are often few mechanisms in place to challenge false information. Users within echo chambers are more likely to accept information at face value, as it aligns with their preconceived beliefs, and to mitigate the negative impact of echo chambers on social media, several strategies can be employed. Citizens can actively seek out diverse sources of information and engage with content that is contradictory to their preexisting beliefs. Additionally, social media platforms can take steps to address echo chambers, and design algorithms that prioritize content diversity over reinforcing existing biases. Implementing independent mechanisms for fact-checking and labeling misinformation can also help counter the spread of false information within echo chambers. Education plays a crucial role in combating echo chambers. Promoting digital literacy can help users navigate social media platforms more responsibly and effectively.

Keywords:

Echo Chambers; Fake News; Misinformation; Media Literacy

shaghayeghnosrati@
ut.ac.ir

Argentina's National Media Education Program: Opportunities and Challenges

Elaheh Nourigholamizadeh
Faculty of World
Studies, University of
Tehran

Media Literacy Program in Argentina was initiated at the schools of Buenos Aires in 1984 after the return of democratization process to the political arena of the country. The experience of Buenos Aires was extended to the national level in 2000 with the aim of promoting media literacy among all primary and secondary students in the country. Media literacy refers to the ability to access, analyze and assess how the media operate and construct meanings. This ability involves skills such as inquiry, search, critical thinking, evaluation, reflection and self-assessment that according to Share could be acquired through gradual education and training from early childhood. The documentary analysis of the initiatives taken by the Argentina's Ministry of Education demonstrates that the National Media Education Program has focused on three principles, including teacher training, special activities for students and projects for social communities, in order to reinforce national values and to bridge the cultural gaps that separate students based on their economic conditions. Projects such as the "Escuela, Cámara, Acción" festival, "Internet en la familia" handouts and "Periodistas por un día" contest, are among the initiatives that incorporate critical analysis and creative production into the classroom contents. However, cultural and social exclusion which have been reinforced by unequal access to media and technology among various classes of Argentine society are one of the main challenges that the Media Literacy Program faces in the country. Another challenge is the incorporation of students' values and beliefs into the digital universe and classroom contents. To overcome these challenges, more equitable access to media and technology among youth from the poorest families is required. Moreover, using media in a critical and creative way is a fundamental approach that could ensure the efficiency and effectiveness of the Program.

Keywords:

Media Literacy, Media Education, Argentina, National Media Education Program, Children and Adolescents

elahehnouri@ut.ac.ir

Discussing Legal Solutions to Combat Hate Speech on Digital Platforms

Alev Ozeroglu
Faculty of Law,
Ozyegin University,
Istanbul, Turkey

The spread of hate speech on digital platforms is a current problem that concerns all humanity, regardless of a particular race, religion or gender, and must be fought with all legal instruments, without tolerance. At this point, combating hate speech is an important issue not only in combating discrimination but also in building a future that respects basic human rights. At this point, it is both the responsibility and obligation of the digital media to be sensitive about this issue and to pay attention to hate speech and discrimination expressions without tolerance on digital platforms that can be accessed by everyone at the same time. One of the basic solutions to this problem is possible by applying legal regulations completely and without exception and by adapting the rules introduced by international regulations and the criteria in international court decisions to the local legal system. Another solution is to create the right language regarding media and information literacy and take international criteria into account when creating a language free of hate speech. It is not possible to combat hate speech, which is a current problem, with a single solution or a single discipline. At this point, it is important that both legal regulations and the internal order of digital media platforms progress in harmony with each other. In this presentation, the problems caused by hate speech on digital platforms and media will be discussed and how we can combat hate crimes will be discussed by discussing examples of legal measures and regulations taken regarding hate speech and the steps to be taken.

Keywords:

Hate speech, hate crimes, discrimination, law

alevozeroglu@gmail.com

ASEAN Teachers' Media and Information Literacy (MIL) Competencies: A Cross-Sectional Study on Knowledge, Attitudes, and Practices in Accessing, Evaluating, and Creating Media Content

Melinda T. Quiñonesa
MIL for ASEAN
Network, Philippines

Lai Cheng Wong
MIL for ASEAN
Network, Malaysia

**Rudolf Anthony A.
Lacerna**
Polytechnic Universi-
ty of the Philippines,
Philippines

Keywords:
ASEAN teachers,
media and information
literacy,
cross-sectional survey,
MIL competencies

melinda@aseanmil.org
(corresponding author)

This cross-sectional study explored ASEAN teachers' media and information literacy (MIL) knowledge, attitudes, and practices. It focused on accessing, evaluating, and creating media resources in Cambodia, Indonesia, Malaysia, the Philippines, and Thailand. Data was collected from 110 participants, including teachers, educators, and administrators, who joined an online training from February 8 to 10, 2023. These participants were selected from over 1,200 applicants across regional educational institutions. Findings showed varying levels of MIL practices across the ASEAN countries. Although participants from Cambodia, Indonesia, Malaysia, the Philippines, and Thailand demonstrated positive attitudes toward MIL, the study observed differences in their application of MIL competencies. Teachers from the Philippines exhibited higher MIL practices, while teachers from other countries showed mixed results. The research also highlighted the need for enhanced training programs to promote MIL competencies among ASEAN teachers and educators. In general, participants found the concepts of pre-bunking, strategic ignorance, and manipulating emotions by disinformation spreaders to make perceptions new and unfamiliar. Participants also regarded the utilization of Google's reverse image search for identifying manipulated or fake photos and the importance of social listening in fact-checking as novel and previously unexplored ideas. The study also underscores the significance of fostering media literacy in the education system to equip teachers with essential skills to critically analyze and utilize media content. These insights can guide policymakers and educational institutions in formulating targeted interventions to enhance MIL practices among ASEAN teachers, contributing to a more informed and media-literate society in the region.

Battling COVID-19 Misinformation: Strategies for Combating Fake News

Shaho Sabbar
Department of
Iranian Studies,
Faculty of World
Studies, University of
Tehran

The COVID-19 pandemic has not only jeopardized the lives of hundreds of millions of people but also triggered an infodemic of unprecedented proportions. Misinformation and fake news have spread as rapidly as the virus itself, posing a serious threat to public health and safety. I have done several studies on different aspects of this issue and I have always emphasized on the urgent need to combat fake news related to COVID-19. Here, I explore effective strategies to counter fake news about COVID-19 and its dissemination. In the digital age, information travels at lightning speed, and false claims and unverified information can gain traction swiftly. The media literacy, therefore, has a vital role in empowering individuals to critically evaluate COVID-19 information sources, discern credible information from falsehoods, and become responsible information consumers. Furthermore, here I emphasize on the importance of collaboration between tech platforms, governments, and healthcare organizations in curbing the spread of fake news. Initiatives to promote accurate information, fact-checking, and algorithmic adjustments to reduce the virality of false content have proven effective in mitigating the impact of misinformation. Lastly, I highlight the role of public health authorities and healthcare professionals in transparent communication. Clear, evidence-based messaging helps build trust and credibility, making it more challenging for fake news to take hold. As the battle against COVID-19 still continues in late 2023, addressing the infodemic is equally critical. By adopting a multi-pronged approach that combines media literacy, technological interventions, and transparent communication, society can fortify its defenses against the pernicious spread of fake news during public health crises.

Keywords:
COVID-19; Fake News;
Disinformation;
Misinformation

shaho.sabbar@ut.ac.ir

Infodemics, Media Literacy, and Re-Structuring Our Understanding of the Social World

Maryam Sabzali
Islamic Azad
University, Tehran,
Iran

In the rising tide of infodemics that threaten to inundate society with misinformation, disinformation, and fake news, the media literacy is a potent antidote. Much like a pandemic, an infodemic, spreads rapidly and widely and in the digital age, where information flows ceaselessly through various media channels, media literacy is crucial in equipping individuals to discern truth from falsehood and navigate this challenging terrain effectively. Media literacy encourages individuals to verify the credibility of sources before accepting information as fact. During infodemics, where dubious sources often masquerade as legitimate news outlets, knowing how to cross-check information and distinguish reputable sources from unreliable ones is paramount and it is the media literacy that help us to develop critical thinking skills, empowering us to question, analyze, and evaluate the information we encounter. When an infodemic breaks out, this means scrutinizing the claims, statistics, and narratives presented in news articles, social media posts, and online videos. Media literacy, when implemented correctly, encourages us to think beyond headlines and consider the broader context. Through media literacy, individuals are educated about fact-checking tools and resources that are readily available online. These means and tools enable people to verify the accuracy of information more quickly and effectively. They can help identify misleading quotes, fabricated sounds and images, or manipulated videos (deep fake), which are often means of choice in the arsenal of misinformation, disinformation and propaganda. Media literacy teaches individuals to recognize and understand bias in media reporting. Infodemics often thrive on the amplification of biased or agenda-driven narratives. Media literacy equips individuals to discern when information is being presented in a slanted or one-sided manner, helping them form a more balanced perspective. Now that the digital realm is a primary source of information, media literacy imparts digital literacy skills. This includes understanding algorithms, recognizing echo chambers, and appreciating the role of social media in disseminating information to their targeted audience. Media literacy emphasizes responsible sharing of information. In the context of an infodemic, where misinformation can spread virally, media literacy encourages individuals to verify information before sharing it with others. This simple act can help curb the rapid spread of false information. Encouraging conversations that question, challenge, and debate the information presented can help counter the influence of infodemics. Informed citizens are more likely to engage in constructive discussions rather than succumb to polarizing narratives.

Keywords:
Infodemics;
Misinformation; Social
World; Media Literacy

maryam.sabzali@
alumni.ut.ac.ir

Media and information literacy and politics: How MIL compliments political literacy in the digital age

Alireza Salehi-Nejad
Cyberspace Research
Policy Center,
University of Tehran,
Iran
ORCID:
0000-0003-2504-7588

Media and Information Literacy (MIL) is a set of competencies that encompasses the knowledge and abilities to access, assess, utilize, create, and disseminate information and media content using lawful and ethical approaches. Media convergence, the integration of different media platforms, has created a more complex and interconnected media environment. The rapid growth of social media and other online platforms has given rise to an expansive and dynamic landscape of information sources, making the task of distinguishing between fact and fiction increasingly arduous. The media plays a vital role in political communication and influencing public opinion; therefore, MIL is of paramount importance as it empowers individuals to critically assess media content and comprehend political affairs. This, in turn, allows citizens to make well-informed decisions and actively engage in democratic processes responsibly. MIL can also assist individuals to become more active and engaged citizens by equipping them to create and share their own media messages, advocate for their beliefs, and hold their elected officials accountable. In essence, MIL and political literacy are intertwined and complement each other in numerous ways. Understanding how media operates is essential for being politically literate. MIL provides individuals with the necessary tools to critically analyze and scrutinize the information presented by various media outlets, helping them identify biases, misinformation, disinformation, propaganda, or fake news. This study delves into how media content can be manipulative, and examines the synergistic relationship between media and information literacy and political literacy in the digital era.

Keywords:

Media literacy, political literacy, media agenda setting, misinformation, media manipulation

salehinejad@ut.ac.ir

Nurturing Media Literacy: Safeguarding Children's Social Media Experience

Majid Sarfi

University of Tehran,
Tehran, Iran

Counsellors, educators, researchers and even police departments continuously warn about risks of the children's' presence on the social media and yet we witnessed that kids all over the world increasingly enter social media platforms. Hence, the indispensable role of media literacy in ensuring the safety and well-being of kids while navigating the complex world of social media cannot be underestimated. There is a pressing need to equip young users with the skills necessary to critically evaluate online content, recognize potential risks and predators, and engage responsibly when navigating the social media platforms. While social media platforms offer spaces for learning, creativity, and social connection, they also expose children to a myriad of potential dangers, including cyberbullying, privacy breaches, and exposure to inappropriate content. One fundamental aspect of media literacy as related to social media is the ability to discern credible sources from misinformation and deceptive content. Children are by nature less capable to do so and hence they need to develop critical thinking skills that helps them to question the validity of information encountered online and differentiate between reliable and unreliable sources. This capacity becomes especially crucial in an era where misinformation can spread rapidly and profoundly impact individuals' beliefs and behaviors. Moreover, some scholars maintain that media literacy aids children in recognizing the manipulative tactics employed by advertisers and influencers on social media. By understanding the commercial interests behind sponsored content and the persuasive techniques used to promote products or ideas, young users can make more informed decisions about their online engagement and consumption choices. Moreover, media literacy encourages children to become responsible digital citizens by fostering empathy, respect, and ethical behavior in online encounters. A specifically tailored media literacy technique for children equips them with the skills to navigate social dynamics, identify cyberbullying, and seek support when needed. By promoting empathy and kindness, media literacy contributes to the creation of safer and more inclusive online spaces. Policymakers, educational institutions, parents, and social workers have a collective responsibility to prioritize media literacy education and enact measures to protect children on social media platforms. Implementing age-appropriate media literacy curricula in schools, establishing parental controls, and collaborating with social media companies to improve platform safety are vital steps in this endeavor. Research has well documented that integration of media literacy into children's digital upbringing is an imperative response to the challenges posed by their engagement with social media.

Keywords:

Children;
Cyberbullying; Social
Media; Misinformation

majid_sarfi@ut.ac.ir

Furthering Media Literacy in the Middle East: A Vital Imperative

Tahere Sarfi

Islamic Azad
University, Tehran,
Iran

In the age of social media, Middle East stands not only at the cross-road of culture but has become a hotbed for online contradictions. With a vibrant and diverse media landscape, the region grapples with the profound impact of information dissemination on society, politics, and culture. To make the matter even more complicated, big media corporations with their great ability in persuasion also have special attention to the Middle East. My argument in this paper is that to navigate this complex terrain effectively and at the same time ethically, there is an urgent need to prioritize media literacy education. Providing the Middle-Easterners with the means to critically evaluate, analyze, and discern information and contemplating who is behind all this is essential for fostering a more informed, tolerant, and resilient community. The Middle East has experienced significant upheavals in recent decades, and media have always played a pivotal role in shaping political discourses. The Islamic Revolution of Iran and then the so-called Arab Spring were two important examples of media power in this region. Media literacy equips citizens with the skills to distinguish between credible and unreliable sources, and fortifies the foundations of democracy and civic engagement. Some scholars believe that beside inoculating the Middle-Easterners against misinformation, fostering media literacy can also contribute to promoting intercultural understanding and tolerance in a region often characterized by cultural and religious diversity and contradiction. By encouraging individuals to explore diverse perspectives and discern biases in media narratives, the media literacy facilitates constructive dialogues and reduces the potential for polarization and conflict. The Middle East, like other regions, is not immune to the challenges posed by fake news, deep fakes, and digital manipulation. A specifically designed media literacy that is in accordance with the cultural considerations in the Middle East offers a shield against the rapid dissemination of false information, protecting societies from the detrimental consequences of disinformation. To succeed in this endeavor, Middle Eastern countries must integrate media literacy into their formal education systems. Curricula should be designed to incorporate critical thinking skills, digital literacy, and the ability to evaluate media content. Moreover, the mainly Muslim population of this region must be better aware that there are always forces in the region and in the world that see the Middle East as a region full of opportunities that should be taken not in the interests of the Middle Easterners but others.

Keywords:

Middle East; Fake News; Disinformation; Propaganda

tahere.sarfi@guest.
ut.ac.ir

Semi-logical reflections and concrete devices of application in multi-modal media literacy

Elahe Seyfodin

Department of Foreign Languages, Faculty of TEFL, Sheikh Bahaei University, Isfahan, Iran

Seyed Javad Roudelchi Tabrizi

Educational Management, Post-Graduate School of Educational Sciences, Ankara University, Ankara, Turkey

Keywords:

Multimodal media literacy, writing and speaking skills, technological skills, multimodal text, Bakeri School

elaheseifodin@gmail.com
s.javad.tabrizi@gmail.com
(corresponding author)

The term “multimodal media literacy” (MLM) describes the ability to interact with, analyze, evaluate, and produce information while operating within a variety of different contextual frameworks. The incorporation of several modes, codes, and languages (such as iconic, verbal, gestural, aural, and kinetic) into a single setting is what is meant by the term “multimodality,” which refers to the presence of such elements. The development of skills that go beyond simple reading, writing, and speaking competency is the focus of this area of study. Specifically, this area of study is concerned with the cultivation of capacities. Literacy in multimodal media successfully includes the standard English abilities together with other skills that are uniquely relevant to the qualities and channels utilized in the process. In addition to this, it is required to have a proficient level of technology as well as skill in the manipulation and development of a literacy that is immersed in digital and collaborative spaces. As a result, the multimodal text, often known as “multi text,” is produced as a result of the purposeful combination or orchestration of a great number of modes, codes, languages, and technologies. The purpose of this research is to investigate the extent to which MML is used in academic settings where English is spoken and to do so across a variety of subject areas. In addition to this, it intends to investigate the history of the MML industry, locate abilities that are transferable to other contexts, and investigate the unique talents that are linked with MML. In addition, the research will make use of two research projects that were carried out at the Bakeri school in Tabriz, both of which focused on secondary school students, in order to show the application of MML grids and evaluate the level of competency of the students who participated in the study in these abilities. The conclusions that may be drawn from these investigations will shed light on the degree to which pupils have mastered MML abilities.

Navigating the Playing Field: Understanding Sports Literacy

Ehsan Shahghasemi
 Department of
 Communication,
 Faculty of Social
 Sciences, University of
 Tehran
 ORCID:
 0000-0002-8716-5806

In September 2023, the arrival of Saudi Arabian Al-Nassr football team with Cristiano Ronaldo in Tehran, Iran brought business to a standstill and many commentators inside and even outside started to explain this issue. The omnipresence of sports in our daily lives and the convergence of media literacy and sports has gained increasing importance. Sports literacy has a critical role in understanding, consuming, and interpreting sports media content. From live broadcasts of games to social media commentary, sports have become a dominant force in the media landscape. Consequently, individuals, especially the youth, are exposed to a constant stream of sports-related content. One central aspect of media literacy in sports involves decoding the visual language of sports broadcasts. Understanding camera angles, editing techniques, and the role of commentary is essential for viewers to appreciate the narrative constructed around an event. Additionally, recognizing the influence of advertising and branding in sports media is vital to deciphering the commercial motivations behind content production. Media literacy also plays a pivotal role in addressing issues related to misinformation and fake news in sports. Nowadays that sensationalism can dominate headlines, media literacy empowers individuals to verify information, scrutinize sources, and challenge unsubstantiated claims. This skill is particularly pertinent in sports, where rumors and controversies often capture public attention. Furthermore, media literacy promotes a deeper understanding of the socio-cultural dimensions of sports. By analyzing how athletes, teams, and sports events are portrayed in the media, individuals can discern underlying biases, stereotypes, and narratives that impact society's perception of sports figures and the sports themselves. In the digital age, social media platforms are powerful tools for athletes and fans alike. Media literacy extends to social media, where individuals learn to critically engage with user-generated content, assess its credibility, and navigate the ethical dilemmas posed by online interactions. Understanding the role of algorithms in shaping the sports content users see is also a critical component of media literacy. Educational institutions and sports organizations are increasingly recognizing the importance of integrating media literacy into their curricula and programs. By teaching individuals how to consume sports media critically, institutions empower them to become discerning media consumers and active participants in the sports discourse. This, in turn, fosters a more informed and responsible sports culture.

Keywords:

Sports Literacy; Media
 Literacy; Cristiano
 Ronaldo; Sports
 Culture

shahghasemi@ut.ac.ir

Telegram as a platform for the preservation and dissemination of traditional values in the Central Asian diasporas of the Russian Federation

Olga Vikhrova

Department of Media
Theory and Economics,
Faculty of Journalism,
Lomonosov Moscow
State University, Moscow,
Russian Federation
ORCID:
0000-0002-9208-906X

Iaroslava Gorlova

Department of Media
Theory and Economics,
Faculty of Journalism,
Lomonosov Moscow
State University, Moscow,
Russian Federation

Kristina Floriak

Department of Media
Theory and Economics,
Faculty of Journalism,
Lomonosov Moscow
State University, Moscow,
Russian Federation

Keywords:

digital diasporas;
Telegram; network
communities; labor
migration; traditional
values; Russian
Federation
eurasiamsu@gmail.com

Media and information literacy promotes access to the use of media platforms in general and messengers in particular in order to establish and maintain contacts within different groups, including digital diasporas — associations of migrants on virtual platforms that allow migrants to keep in touch and support each other outside their homeland. In order to identify Telegram groups that are most popular among members of the Tajik diaspora in Russia, a survey was conducted among 50 Tajiks officially employed in the service sector in Moscow and St. Petersburg. As a result, it was possible to reveal the five most popular Telegram chats. The next stage of the study consisted of 17 semi-structured interviews in order to determine the key elements of the value set of representatives of the Tajik diaspora and their assessment of their own role in the distribution of values. According to the results obtained, representatives of the Tajik diaspora distinguish such traditional values as the preservation and distribution of religious customs and traditions, family values and national unity. In order to clarify the quantitative indicators of the evaluation of Telegram as a value transfer tool, the second stage of the study was conducted. A total of 183 respondents were interviewed. 59% of respondents believe that Telegram chats allow transmitting traditional values for the diaspora. 48% of the survey participants noted that at present values are actually transmitted on the Telegram platform in Tajik digital diasporas. The survey participants also assessed the effectiveness of various types of content. Most often, respondents noted text messages, audio messages, postcards, memes and short videos as irreplaceable or important tools for transmitting and preserving values via Telegram. Based on the results of this study, it can be assumed that traditional values of this ethnic group largely overlap with the attitudes of the Russian population. Accordingly, we can talk about a certain potential of the Telegram messenger as a tool for integrating representatives of the Tajik diaspora into the Russian society and implementing the tasks of migration policy.

Trump and Fake News: A Complex Simplicity

Mostafa Zohouri
Shiraz University, Iran

Fake news is possibly as old as the human being, but it was after the large adoption of the social media and Donald Trump's frequent reference to a vaguely described people who intentionally disseminate false information that appeared widely in the academy texts. Hence, here I want to offer a concise overview of the multifaceted relationship between the 45th President of the United States and the pervasive issue of fake news. My objective in this article is to shed light on the complexities -or simplicities? - and implications of this relationship, spanning the years of Trump's presidency from 2017 to 2021. Donald Trump's presidency was marked by his distinctive -and maybe unprecedented- approach to communication, one that blurred the lines between fact and fiction. His continuous use of Twitter allowed him to bypass traditional news channels and directly engage with the American public. This unfiltered and often impulsive communication style had a profound impact on the spread and perception of fake news and we witnessed that Trump's penchant for labeling unfavorable news coverage as fake news further muddied the waters of public discourse, creating an environment where the veracity of information became increasingly ambiguous. Fake news, characterized by the intentional spread of false or misleading information with the aim to deceive and Trump's accusations of mainstream media outlets as purveyors of fake news polarized the media landscape, fueling mistrust in established news organizations and promoting alternative, often unreliable, sources of information. In this presentation I will also explore the consequences of the relationship between Trump and the media. On one hand, Trump's dismissive attitude towards traditional journalism and his mysterious propagation of conspiracy theories fueled disinformation, potentially undermining the foundations of the US that is supposed to be on the existence of a well-informed public. On the other hand, his actions -possibly inadvertently- brought the issue of fake news to the forefront of public discourse, sparking critical conversations about media literacy, fact-checking, and the responsibilities of both consumers and producers of information. My study also contemplates about the broader implications of Trump's relationship with "fake news" for democracy and the role of truth in a post-truth era. Understanding the Trump-fake news relationship is critical for addressing the ongoing challenges posed by the spread of fake news in our today's society.

Keywords:

Donald Trump; Fake News; Disinformation; Misinformation; Traditional Media

mostafa.zohouri@
alumni.ut.ac.ir

MIL 2023

