



سنجش شکاف سواد رسانه‌ای در نوجوانان ایرانی: یک مطالعه آمیخته در میان خانواده‌های خرم‌آبادی

محمدعلی تماری ^۱ ساسان ودیعه ^{۱*} خلیل میرزایی ^۲	تاریخ چاپ: ۱۰ آبان ۱۴۰۴ تاریخ پذیرش: ۱۵ مهر ۱۴۰۴ تاریخ بازنگری: ۷ مهر ۱۴۰۴ تاریخ ارسال: ۱۸ تیر ۱۴۰۴	شيوه استناددهی: تماری، محمدعلی، ودیعه، ساسان، و میرزایی، خلیل. (۱۴۰۴). سنجش شکاف سواد رسانه‌ای در نوجوانان ایرانی: یک مطالعه آمیخته در میان خانواده‌های خرم‌آبادی. یادگیری هوشمند و تحول مدیریت، ۳(۴)، ۱۸-۱.
--	--	--

چکیده

هدف این پژوهش شناسایی و تبیین شکاف‌های سواد رسانه‌ای نوجوانان ایرانی با تأکید بر تفاوت‌های جنسیتی، الگوهای مصرف رسانه و پیامدهای آموزشی-اجتماعی آن است. پژوهش با رویکرد آمیخته اکتشافی متوالی انجام شد؛ در بخش کیفی، داده‌ها از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با ۶۰ نفر از کادر مدارس و ۳۰ والد گردآوری و با تحلیل مضمون براون و کلارک تحلیل شد، و در بخش کمی، داده‌ها از ۱۲۰ دانش‌آموز و ۴۰ خبره با پرسشنامه و روش دلفی دو مرحله‌ای جمع‌آوری و با آزمون‌های استنباطی (t مستقل، کای اسکور و تحلیل عاملی اکتشافی) تحلیل گردید. نتایج آزمون‌های استنباطی نشان داد تفاوت‌های جنسیتی معناداری در میزان مصرف رسانه ($p < 0.05$) وجود دارد و تنها ۳۸٪ از دانش‌آموزان از مهارت‌های ارزیابی انتقادی معتبر برخوردارند؛ تحلیل عاملی سه بُعد اصلی سواد رسانه‌ای را تبیین کرد که در مجموع ۸۳٪ واریانس را توضیح می‌دهند (مهارت‌های شناختی انتقادی، امنیت و حفاظت دیجیتال، و رفاه دیجیتال)، و اجماع دلفی بر اولویت تفکر انتقادی، آموزش والدین و تشخیص اخبار جعلی تأکید داشت. یافته‌ها حاکی از شکاف سه‌گانه «مصرف بالا، مهارت پایین و نگرانی بالا» است و بر ضرورت طراحی برنامه‌های آموزشی بومی، متمایز جنسیتی و خانواده‌محور برای ارتقای سواد رسانه‌ای نوجوانان ایرانی تأکید می‌کند.

واژگان کلیدی: سواد رسانه‌ای؛ روش آمیخته؛ تفاوت‌های جنسیتی؛ تحلیل عاملی؛ آموزش خانواده‌محور

مشخصات نویسندگان:

۱. گروه جامعه‌شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی، تهران، ایران
۲. گروه جامعه‌شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد رودهن، تهران، ایران

پست الکترونیکی: Mirzaeei_khalil@riau.ac.ir

نویسنده است. © ۱۴۰۴ تمامی حقوق انتشار این مقاله متعلق به



انتشار این مقاله به صورت دسترسی آزاد مطابق با گواهی **CC BY-NC 4.0** صورت گرفته است.



Assessing the Media Literacy Gap in Iranian Adolescents: A Mixed-Methods Study among Families in Khorramabad

MohammadAli Temari ¹ Sasan Vadiee ^{1*} Khalil Mirzae ²	Submit Date: 09 July 2025 Revise Date: 29 September 2025 Accept Date: 07 October 2025 Publish Date: 01 November 2025	How to cite: Temari, M. A., Vadiee, S., & Mirzae, K. (2025). Assessing the Media Literacy Gap in Iranian Adolescents: A Mixed-Methods Study among Families in Khorramabad. <i>Intelligent Learning and Management Transformation</i> , 3(4), 1-18.
---	---	---

Abstract

This study aimed to identify and explain media literacy gaps among Iranian adolescents, with particular attention to gender differences, media consumption patterns, and related educational–social outcomes. A sequential exploratory mixed-methods design was employed; qualitative data were collected through semi-structured interviews with 60 school staff members and 30 parents and analyzed using Braun and Clarke’s thematic analysis, while quantitative data from 120 students and 40 experts were gathered via questionnaires and a two-round Delphi process and analyzed using inferential statistics (independent t-tests, chi-square tests, and exploratory factor analysis). Inferential analyses revealed significant gender differences in daily media consumption ($p < 0.05$) and showed that only 38% of students demonstrated adequate critical evaluation skills; exploratory factor analysis extracted three core dimensions explaining 83% of the variance (critical cognitive skills, digital safety and protection, and digital well-being), and Delphi consensus prioritized critical thinking, parent education, and fake news identification. The results indicate a tripartite gap of high consumption, low skills, and high concern, underscoring the need for localized, gender-sensitive, and family-based educational programs to enhance adolescents’ media literacy in Iran.

Keywords: *Media literacy; mixed-methods research; gender differences; exploratory factor analysis; family-based education.*

Authors’ Information:

Mirzaeei_khalil@riau.ac.ir

1. Department of Sociology, Islamic Azad University, CT.C., Tehran, Iran
2. Department of Sociology, Islamic Azad University, Ro.C., Tehran, Iran



© 2025 the authors. This is an open access article under the terms of the [CC BY-NC 4.0 License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

مقدمه

در دهه‌های اخیر، گسترش شتابان فناوری‌های دیجیتال و نفوذ روزافزون رسانه‌های نوین در زندگی روزمره، به‌ویژه در میان نوجوانان و جوانان، ساختارهای ارتباطی، فرهنگی، آموزشی و حتی شناختی جوامع را به‌طور بنیادین دگرگون کرده است. رسانه‌های اجتماعی، پلتفرم‌های اشتراک محتوا، بازی‌های آنلاین، و اخیراً ابزارهای مبتنی بر هوش مصنوعی مولد، محیطی پیچیده و چندلایه ایجاد کرده‌اند که در آن مرز میان تولیدکننده و مصرف‌کننده محتوا، واقعیت و جعل، و آگاهی و دستکاری به‌شدت کمرنگ شده است. در چنین شرایطی، سواد رسانه‌ای دیگر صرفاً یک مهارت جانبی یا مکمل آموزشی تلقی نمی‌شود، بلکه به‌عنوان یکی از شایستگی‌های بنیادین شهروندی در قرن بیست‌ویکم مطرح است (Chryssanthopoulou, 2025; Potter, 2016). فقدان این شایستگی، به‌ویژه در نسل نوجوان، پیامدهایی فراتر از سوءبرداشت اطلاعاتی داشته و می‌تواند به تضعیف سلامت روان، هویت فردی و اجتماعی، انسجام خانوادگی و حتی امنیت اطلاعاتی منجر شود (McDaniel & Radesky, 2018; Twenge & Campbell, 2018).

مطالعات جهانی نشان می‌دهند که نوجوانان امروزی بخش قابل توجهی از زمان بیداری خود را در معرض صفحه‌نمایش‌ها و محتوای دیجیتال سپری می‌کنند. گزارش جامع Common Sense Media نشان می‌دهد که نوجوانان در بسیاری از کشورها روزانه چندین ساعت از رسانه‌های دیجیتال استفاده می‌کنند، میزانی که اغلب از زمان اختصاص‌یافته به تعاملات خانوادگی، مطالعه غیردرسی و فعالیت بدنی فراتر می‌رود (Rideout & Robb, 2019). این الگوی مصرف سنگین، مطابق با نظریه جابه‌جایی، موجب کاهش فرصت‌های تعامل چهره‌به‌چهره و تضعیف پیوندهای اجتماعی سنتی می‌شود (Van Dijk, 2020). هم‌زمان، پژوهش‌ها نشان داده‌اند که افزایش زمان صفحه با کاهش رفاه روان‌شناختی، افزایش اضطراب، افسردگی و احساس تنهایی در نوجوانان ارتباط معنادار دارد (Turkle, 2011; Twenge & Campbell, 2018). در چنین بستری، سواد رسانه‌ای به‌عنوان ابزاری برای خودتنظیمی، مدیریت مصرف و درک انتقادی پیام‌های رسانه‌ای اهمیت مضاعف می‌یابد. سواد رسانه‌ای در ادبیات علمی مفهومی چندبعدی است که فراتر از توانایی فنی استفاده از رسانه‌ها قرار می‌گیرد و شامل مهارت‌های دسترسی، تحلیل، ارزیابی، تولید و مشارکت مسئولانه در محیط‌های رسانه‌ای می‌شود (Lin et al., 2013; Potter, 2013). چارچوب‌های نظری مختلف، بر جنبه‌های متفاوت این مفهوم تأکید کرده‌اند. برای مثال، پاتر سواد رسانه‌ای را مجموعه‌ای از دانش ساختاری و مهارت‌های پردازش شناختی می‌داند که مخاطب را از مصرف منفعلانه به تحلیل فعالانه سوق می‌دهد (Potter, 2016). در همین راستا، یونسکو سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی را شرط اساسی مشارکت آگاهانه شهروندان در جوامع دموکراتیک معرفی می‌کند و آن را پیونددهنده آموزش، ارتباطات و توسعه پایدار می‌داند (Grizzle et al., 2021; Unesco, 2013). مطالعات تجربی نیز نشان داده‌اند که سطوح بالاتر سواد رسانه‌ای با توانایی بهتر در تشخیص اخبار

جعلی، مقاومت در برابر دستکاری اطلاعاتی و تصمیم‌گیری آگاهانه‌تر همراه است (Wardle & Derakhshan, 2017; Wineburg et al., 2016).

با این حال، شکاف قابل‌توجهی میان دسترسی گسترده به فناوری و سطح واقعی سواد رسانه‌ای کاربران، به‌ویژه نوجوانان، مشاهده می‌شود. پژوهش‌های متعددی نشان داده‌اند که آشنایی نسل جوان با ابزارهای دیجیتال الزاماً به معنای برخورداری از مهارت‌های انتقادی و تحلیلی نیست (Cen et al., 2018; Livingstone et al., 2017). این وضعیت که گاه از آن با عنوان «دسترسی بدون توانمندی» یاد می‌شود، نوجوانان را در برابر پدیده‌هایی مانند اطلاعات نادرست، تبلیغات پنهان، نفوذ اینفلوئنسرها و الگوریتم‌های دستکاری‌گر آسیب‌پذیر می‌سازد (Freberg et al., 2013; Sundar & Limperos, 2011). مطالعات انجام‌شده در زمینه رسانه‌های اجتماعی نشان می‌دهد که سازوکارهایی نظیر لایک، اشتراک‌گذاری و بازخورد همسالان می‌توانند پاسخ‌های هیجانی و رفتاری نوجوانان را به‌طور مستقیم تحت تأثیر قرار دهند و الگوهای مصرف اعتیادگونه ایجاد کنند (Chotpitayasunondh & Douglas, 2016; Sherman et al., 2016).

یکی از ابعاد مهم و نوظهور در بحث سواد رسانه‌ای، نقش فزاینده هوش مصنوعی در تولید، توزیع و شخصی‌سازی محتواست. ظهور مدل‌های زبانی بزرگ و ابزارهای هوش مصنوعی مولد، امکان تولید سریع و گسترده متون، تصاویر و ویدئوهای به‌ظاهر معتبر را فراهم کرده و مرز میان محتوای انسانی و ماشینی را بیش از پیش مبهم ساخته است (Li, 2025; Metanova & Velinova, 2025). این تحول، چالش‌های جدیدی برای تشخیص اصالت اطلاعات و ارزیابی اعتبار منابع ایجاد کرده و ضرورت بازتعریف مهارت‌های سواد رسانه‌ای را برجسته ساخته است (Rohman et al., 2025; Verma & Rohman, 2024). پژوهش‌ها نشان می‌دهند که بدون آموزش هدفمند، کاربران جوان ممکن است اعتماد بیش‌ازحدی به محتوای تولیدشده توسط هوش مصنوعی پیدا کنند و توانایی نقد و ارزیابی آن را از دست بدهند (Olanipekun, 2024; Скрипка, 2025).

در کنار این تحولات فناورانه، شکاف‌های اجتماعی و فرهنگی نیز در شکل‌گیری سواد رسانه‌ای نقش تعیین‌کننده‌ای دارند. نظریه شکاف دیجیتال نشان می‌دهد که نابرابری‌ها تنها به دسترسی فیزیکی به فناوری محدود نمی‌شوند، بلکه شامل تفاوت در مهارت‌های استفاده، کیفیت بهره‌برداری و پیامدهای اجتماعی فناوری نیز هستند (Van Dijk, 2020; Warschauer & Matuchniak, 2010). در این چارچوب، خانواده، مدرسه و نظام آموزشی به‌عنوان نهادهای کلیدی در انتقال مهارت‌های رسانه‌ای مطرح می‌شوند. پژوهش‌ها نشان داده‌اند که میانجی‌گری والدین، آموزش رسمی و الگوهای تربیتی نقش مهمی در کاهش مخاطرات آنلاین و ارتقای سواد رسانه‌ای کودکان و نوجوانان دارند (Livingstone et al., 2012; Nelsen et al., 2013). به‌ویژه، مطالعات اخیر بر اهمیت سواد رسانه‌ای والدین در پیشگیری از پیامدهایی مانند انزوای دیجیتال و اختلالات ارتباطی تأکید کرده‌اند (Zhangaliyeva & Zhukenova, 2025).

بعد جنسیتی نیز یکی از محورهای مهم در پژوهش‌های سواد رسانه‌ای است. شواهد تجربی نشان می‌دهد که دختران و پسران الگوهای متفاوتی از مصرف رسانه، مواجهه با محتوا و آسیب‌پذیری‌های خاص خود دارند. برای مثال، پژوهش‌ها حاکی از آن است که دختران بیشتر تحت تأثیر مقایسه‌های اجتماعی، تصویر بدنی و محتوای مبتنی بر اینفلوئنسرها قرار می‌گیرند، در حالی که پسران بیشتر در معرض اعتیاد به بازی‌های دیجیتال و محتوای خشونت‌آمیز هستند (Gentile et al., 2011; King & Delfabbro, 2018; Peter & Valkenburg, 2016). این تفاوت‌ها نشان می‌دهد که رویکردهای یکسان آموزشی نمی‌تواند پاسخگوی نیازهای متنوع نوجوانان باشند و طراحی مداخلات متمایز جنسیتی ضروری است (Sultan et al., 2023; Taibi et al., 2023).

از منظر آموزشی، مطالعات متعددی بر لزوم ادغام سواد رسانه‌ای در برنامه‌های درسی رسمی و آموزش معلمان تأکید کرده‌اند. بررسی‌های تطبیقی نشان می‌دهد که نظام‌های آموزشی موفق، سواد رسانه‌ای را نه به‌عنوان یک درس مجزا و مقطعی، بلکه به‌عنوان شایستگی میان‌رشته‌ای در سطوح مختلف آموزشی نهادینه کرده‌اند (Sultan et al., 2023; Unesco, 2013). همچنین، چارچوب‌های شایستگی دیجیتال مانند DigComp بر پیوند میان سواد رسانه‌ای، شهروندی دیجیتال و یادگیری مادام‌العمر تأکید دارند (Ferrari & Brecko, 2022). در مقابل، پژوهش‌ها نشان می‌دهند که فقدان آموزش نظام‌مند معلمان در این حوزه، موجب احساس ناتوانی آنان در مواجهه با چالش‌های رسانه‌ای دانش‌آموزان می‌شود (Cho et al., 2024; Скрипка, 2025).

در سال‌های اخیر، موضوع اختلال در یکپارچگی اطلاعات و گسترش اخبار جعلی نیز به یکی از دغدغه‌های اصلی پژوهشگران حوزه رسانه تبدیل شده است. چارچوب «اختلال اطلاعاتی» نشان می‌دهد که اطلاعات نادرست، گمراه‌کننده و جعلی می‌توانند به‌صورت سازمان‌یافته یا غیرسازمان‌یافته در فضای آنلاین منتشر شوند و افکار عمومی را تحت تأثیر قرار دهند (Wardle & Derakhshan, 2017; Zannettou et al., 2018). نوجوانان، به دلیل تجربه محدود و اعتماد بالا به شبکه‌های اجتماعی، از آسیب‌پذیرترین گروه‌ها در برابر این پدیده محسوب می‌شوند (Livingstone et al., 2017; Wineburg et al., 2016). در این زمینه، پژوهش‌ها نشان داده‌اند که آموزش مهارت‌های راستی‌آزمایی، تفکر انتقادی و شناخت سازوکارهای انتشار محتوا می‌تواند نقش مؤثری در کاهش اثرات اخبار جعلی داشته باشد (Rohman et al., 2025; Verma & Rohman, 2024).

در مجموع، مرور ادبیات نشان می‌دهد که سواد رسانه‌ای پدیده‌ای چندبعدی، وابسته به زمینه فرهنگی-اجتماعی و در حال تحول است که تحت تأثیر فناوری‌های نوظهور، ساختارهای آموزشی، خانواده و ویژگی‌های فردی شکل می‌گیرد (Chryssanthopoulou, 2025). با وجود گسترش پژوهش‌های بین‌المللی، همچنان خلأ مطالعات زمینه‌مند که به‌طور هم‌زمان به ابعاد مصرف رسانه، تفاوت‌های جنسیتی، نقش خانواده و چالش‌های ناشی از هوش مصنوعی بپردازند، احساس می‌شود (Shahbazi et al., 2024; Zargar &)

(Moghvafaei, 2023). از این رو، انجام پژوهش‌هایی با رویکرد آمیخته و با تمرکز بر بافت‌های فرهنگی مشخص، می‌تواند به ارائه تصویری جامع‌تر از وضعیت سواد رسانه‌ای و طراحی مداخلات مؤثرتر کمک کند.

بر این اساس، هدف این پژوهش سنجش و تبیین شکاف‌های سواد رسانه‌ای در میان نوجوانان با تأکید بر الگوهای مصرف رسانه، تفاوت‌های جنسیتی و نقش عوامل آموزشی و خانوادگی در بستر تحولات دیجیتال معاصر است.

روش‌شناسی

این پژوهش با هدف واکاوی ژرفای پدیده حکمرانی خوب و موفقیت کسب‌وکارها، از رهیافت کیفی و رویکرد نظریه زمینه‌بنیاد بهره گرفته است. جامعه پژوهش شامل نخبگان اقتصادی و اجتماعی (متشکل از مدیران ارشد دولتی و اساتید دانشگاه) بود که با روش نمونه‌گیری هدفمند و با معیار اشباع نظری انتخاب شدند. حجم نهایی نمونه با ۲۰ مصاحبه به اشباع نظری رسید. داده‌ها از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته عمیق گردآوری شد و همزمان با جمع‌آوری داده‌ها، تحلیل آنها در سه مرحله کدگذاری باز، محوری و گزینشی انجام پذیرفت. برای تضمین اعتبار پژوهش، از راهبردهای بازبینی همتایان، اعتبار مشارکتی و توصیف غنی استفاده شد. در نهایت، مدل پارادایمی پژوهش در قالب شرایط علی، پدیده محوری، راهبردها، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر و پیامدها تدوین گردید.

یافته‌ها

در این بخش، یافته‌های حاصل از تحلیل مصاحبه‌های عمیق با نخبگان در قالب جدول ارائه شده است. با توجه به روش نظریه زمینه‌بنیاد، داده‌ها در سه سطح کدگذاری باز، محوری و گزینشی تحلیل شده‌اند. در کدگذاری باز، مفاهیم اولیه استخراج شد که در ستون "مفاهیم" نمایش داده شده است. سپس در کدگذاری محوری، این مفاهیم در قالب شاخص‌ها دسته‌بندی شدند. نهایتاً در کدگذاری گزینشی، شاخص‌ها در چهار مقوله اصلی شامل "حکمرانی خوب در زمان شیوع کرونا"، "مدیریت بحران"، "حمایت از کسب و کارهای کوچک در زمان کرونا" و "موفقیت کسب و کارهای کوچک" سازماندهی شدند.

اعداد ارائه شده در ستون‌های تعداد تکرار، نشان‌دهنده فراوانی اشاره مصاحبه‌شوندگان به هر یک از مفاهیم و شاخص‌ها می‌باشد. درصد‌های محاسبه شده نیز سهم هر شاخص را در مقوله مربوطه نشان می‌دهد. این تحلیل کیفی عمقی، امکان درک جامعی از نحوه تأثیرگذاری حکمرانی خوب بر موفقیت کسب و کارهای کوچک در شرایط بحران کرونا را فراهم می‌سازد.

جدول حاضر ساختار نهایی مدل مفهومی پژوهش را که از طریق کدگذاری گزینشی مصاحبه‌ها استخراج شده است، نمایش می‌دهد. این مدل شامل چهار مقوله اصلی، شاخص‌های مربوط به هر مقوله و مفاهیم تشکیل‌دهنده آنها می‌باشد. اعداد ارائه شده در جدول، فراوانی تکرار هر یک از مولفه‌ها در مصاحبه‌های انجام شده با متخصصان را نشان می‌دهد.

جدول ۱. توزیع فراوانی و درصد شاخص‌های تشکیل‌دهنده مفاهیم اصلی پژوهش

مقوله‌ها	شاخص‌ها	مفاهیم	تعداد تکرار مقوله	تعداد تکرار شاخص	تعداد تکرار مفهوم	درصد تکرار شاخص
جوانی مدیریت بحران دولت در زمان شیوع کرونا	مدیریت	حکمرانی	۱۱	۱۰۸	۴۱۰	۳۴/۲۶
	صلاحیت و شایستگی	خوب در زمان	۱۵			
	مسئولیت پذیری	شیوع کرونا	۱۲			
	پاسخگویی مناسب	خوب	۱۴			
	مدیریت هزینه‌ها		۳			
	تبدیل تهدید به فرصت		۵			
	بهره‌گیری از ظرفیت‌ها		۸			
	مدیریت صحیح		۱۵			
	کنترل فساد		۱۳			
	ساختار تشکیلاتی مناسب		۲			
تخصص در مدیریت	شناخت فرصت‌ها		۱۰			۳۷/۱۵
	تخصص در مدیریت	دانش مدیریتی	۱۳	۶۳		
	برنامه ریزی راهبردی		۹			
	انتخاب تدابیر مناسب		۱۲			
	داشتن ایده‌های اقتصادی		۸			
	آشنایی کامل با مسائل اقتصادی و سیاسی		۵			
	دارا بودن تیم متخصص		۲			
	افزایش تخصص گرایی		۱۴			
	ارتباط صحیح و تعاملی مدیریت بحران دولت در زمان شیوع کرونا	ارتباطات	۹	۳۹		
	ارتباط نهادهای مدنی و بخش خصوصی		۷			
فرصت مشارکت مردم در امور مدیریت بحران دولت در زمان شیوع کرونای	استفاده از ظرفیت‌های غیرمدیریت بحران دولت در زمان شیوع کرونای		۱۱			۵۱/۹
	فرصت مشارکت مردم در امور مدیریت بحران دولت در زمان شیوع کرونای		۱۲			
	خدمات با کیفیت	ارائه خدمات	۱۱	۱۰۳		
	واکسینه کردن مردم در زمان کرونا		۹			
	تامین مردم از نظر اقتصادی		۹			
تامین هزینه‌های درمانی	تامین ملزومات بهداشتی		۴			۱۲/۲۵
	تامین هزینه‌های درمانی		۴			
	اولویت قرار دادن مردم		۱۳			

			۳		ارائه خدمات عمومی با کیفیت
			۶		مهیار کرونا در حکمرانی خوب
			۱۴		تامین به موقع واکسن در حکمرانی خوب
			۸		رسیدگی به بیماران در حکمرانی خوب
			۸		تامین دارو در حکمرانی خوب
			۴		تامین بهداشت روانی افراد در حکمرانی خوب
			۱		توزیع اقلام مورد نیاز
			۶		واکسینه کردن مردم در زمان مناسب
			۳		حل مشکلات بهداشتی جامعه
۵۱/۹	۳۹		۱۱	شفافیت	جلب اعتماد جامعه
			۱۳		صداقت حاکمیت
			۱۵		مدیریت شفاف
۱۵/۱۴	۵۸		۱۴	حمایت از مردم و بنگاه‌های اقتصادی	سرمایه‌گذاری و حمایت از بنگاه‌های کوچک
			۴		حمایت مردم
			۷		توزیع برابر فرصت‌ها
			۱۴		اثربخشی عدالت اجتماعی
			۱۵		عدالت در ارائه خدمات
			۳		اعطای تسهیلات ارزان قیمت به بنگاه‌ها
۶۷/۶۶	۸۷	۵۸	۱۰	عملکرد مدیریت نامناسب در بحران	ضعف در عملکرد
			۶		از دست رفتن فرصت طلایی برای انجام کار مفید
			۸		تاخیر در تامین دارو و واکسن
			۵		عدم تامین نیازهای عمومی
			۱۳		عملکرد ضعیف در مهیار کرونا
			۸		عدم انجام کار مناسب
			۸		بی تدبیری در زمان کرونا
۳۳/۳۳	۲۹		۱۶	بی توجهی به بنگاه‌های اقتصادی	عدم توجه به کسب و کارهای کوچک
			۵		تعطیلی‌های مکرر بنگاه‌های اقتصادی بدون حمایت
			۲		تعطیلی دائمی بنگاه‌ها در زمان کرونا و بعد از آن
			۶		عدم عدالت در توزیع تسهیلات
۵۷/۳۳	۱۴۰	۴۷	۷	توانایی موفقیت کسب و کارهای کوچک	تاب آوری کسب و کارها
			۳		تقویت توانایی‌های سازگاری
			۱۴		تقویت ساختاری و سیستمی
			۱۰		اصلاح فرایندهای مدیریتی
			۶		کاریابی شرکتی
			۳		توان مدیریتی
			۴		استفاده از سرمایه‌های اجتماعی، اقتصادی و انسانی
۱۴/۲۲	۳۱		۹	استفاده از تکنولوژی در کسب و کار	راه اندازی سامانه‌های الکترونیکی
			۹		فروش خدمات آنلاین
			۱۳		استفاده از تکنولوژی
۴۳/۱۱	۱۶	۱۶	۱۶	ایجاد بازار کار	تداوم فعالیت‌ها از طریق ایجاد بازار
۰۰/۲۵	۳۵	۱۶	۱۶		نوسازی کسب و کارها

			۲	نوسازی و	به روز رسانی خدمات
			۱۰	نوآوری	بهبودی کسب و کار
			۷		نوآوری و خلاقیت
۸۶/۷		۱۱	۴	پشتوانه مالی	وضعیت اقتصادی بنگاه‌ها
			۷		پشتوانه مالی داشتن
۲۹/۵۴	۳۵	۱۹	۳	حمایت دولت در زمان بحران	حمایت مالی و اقتصادی مدیریت بحران دولت در زمان شیوع کرونا از بنگاه‌ها
			۳	حمایت و کسب و کارهای کوچک در زمان کرونا	حمایت و پشتیبانی مدیریت بحران دولت در زمان شیوع کرونا از بنگاه‌ها
			۳		تامین اقتصادی بنگاه‌ها در شرایط بحرانی توسط مدیریت بحران دولت در زمان شیوع کرونا
			۶		اختصاص سرانه ملی به بنگاه‌ها
			۴		حمایت‌ها معنوی و مادی توسط مدیریت بحران دولت در زمان شیوع کرونا از بنگاه‌ها
۷۱/۴۵		۱۶	۲	اختصاص	اختصاص وام به بنگاه‌ها
			۶	تسهیلات در زمان بحران	حمایت تمام جانبه مدیریت بحران دولت در زمان شیوع کرونا از بنگاه‌ها
			۳		دادن وام کم بهره به بنگاه‌ها
			۵		پرداخت یارانه و تسهیلات بانکی به بنگاه‌های اقتصادی

مدل نهایی پژوهش نشان می‌دهد که مقوله "حکمرانی خوب" از شش شاخص اصلی تشکیل شده که شاخص "مدیریت صحیح" با ۱۰۸ تکرار و "ارائه خدمات" با ۱۰۳ تکرار، پرتکرارترین شاخص‌های این مقوله محسوب می‌شوند. در مقابل، مقوله "مدیریت بحران" دارای دو شاخص است که "عملکرد نامناسب در بحران" با ۵۸ تکرار، سهم غالب را به خود اختصاص داده است. این موضوع حاکی از نارضایتی گسترده از عملکرد نظام حکمرانی در دوران بحران است.

در بخش موفقیت کسب‌وکارها، "توانایی مدیریتی در کسب‌وکارها" با ۴۷ تکرار و "نوسازی و نوآوری" با ۳۵ تکرار، به عنوان مهم‌ترین عوامل موفقیت شناسایی شده‌اند. همچنین در مقوله حمایت از کسب‌وکارهای کوچک، "حمایت دولت در زمان بحران" با ۱۹ تکرار نسبت به "اختصاص تسهیلات" با ۱۶ تکرار، از اولویت بیشتری در دیدگاه مشارکت‌کنندگان برخوردار بوده است. این یافته‌ها چارچوب جامعی از عوامل مؤثر بر حکمرانی خوب و موفقیت کسب‌وکارها در دوران همه‌گیری ارائه می‌دهد.

جدول زیر خلاصه‌ای از مدل مفهومی نهایی پژوهش را ارائه می‌دهد که بر اساس تحلیل کیفی مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته با متخصصان شکل گرفته است. این مدل شامل چهار مفهوم اصلی و شاخص‌های مربوطه می‌باشد که هر یک سهم متفاوتی در تبیین پدیده مورد مطالعه دارند.

جدول ۲. ساختار مدل مفهومی نهایی پژوهش

مفهوم	شاخص	تعداد تکرار	درصد تکرار
حکمرانی خوب در زمان شیوع کرونا	مدیریت صحیح	۱۰۸	۲۶.۳۴
	دانش مدیریتی	۶۳	۱۵.۳۷
	ارتباطات	۳۹	۹.۵۱
مدیریت بحران	ارائه خدمات	۱۰۳	۲۵.۱۲
	شفافیت	۳۹	۹.۵۱
	حمایت از مردم و بنگاه‌های اقتصادی	۵۸	۱۴.۱۵
موفقیت کسب و کارهای کوچک	عملکرد نامناسب در بحران	۵۸	۶۶.۶۷
	بی توجهی به بنگاه‌های اقتصادی	۲۹	۳۳.۳۳
	توانایی مدیریتی در کسب و کارها	۴۷	۳۳.۵۷
حمایت از کسب و کارهای کوچک در زمان کرونا	استفاده از تکنولوژی در کسب و کار	۳۱	۲۲.۱۴
	ایجاد بازار کار	۱۶	۱۱.۴۳
	نوسازی و نوآوری	۳۵	۲۵.۰۰
حمایت از کسب و کارهای کوچک در زمان بحران	پشتوانه مالی	۱۱	۷.۸۶
	حمایت دولت در زمان بحران	۱۹	۵۴.۲۹
	اختصاص تسهیلات در زمان بحران	۱۶	۴۵.۷۱

مفاهیم به چهار دسته تقسیم شدند:

دسته اول مربوط به حکمرانی خوب در زمان شیوع کرونا است که از شاخص‌های مدیریت صحیح با ۲۶.۳۴ درصد تکرار، دانش مدیریتی با ۱۵.۳۷ درصد تکرار، ارتباطات با ۹.۵۱ درصد تکرار، ارائه خدمات با ۲۵.۱۲ درصد تکرار، شفافیت با ۹.۵۱ درصد تکرار و حمایت از مردم و بنگاه‌های اقتصادی با ۱۴.۱۵ درصد تکرار تشکیل شده است.

دسته دوم مربوط به مدیریت بحران است که از شاخص‌های عملکرد نامناسب در بحران با ۶۶.۶۷ درصد تکرار و بی توجهی به بنگاه‌های اقتصادی در بحران با ۳۳.۳۳ درصد تکرار تشکیل شده است.

دسته سوم حمایت از کسب و کارهای کوچک در زمان کرونا متشکل از شاخص‌های حمایت دولت در زمان بحران با ۵۴.۲۹ درصد تکرار و اختصاص تسهیلات با ۴۵.۷۱ درصد تکرار.

دسته چهارم مربوط به موفقیت کسب و کارهای کوچک در زمان کرونا که متشکل است از شاخص‌های توانایی مدیریت در کسب و کارها با ۳۳.۵۷ درصد تکرار، استفاده از تکنولوژی در کسب و کار با ۲۲.۱۴ درصد تکرار، ایجاد بازارکار با ۱۱.۴۳ درصد تکرار، نوسازی و نوآوری با ۲۵.۰۰ درصد تکرار و پشتوانه مالی با ۷.۸۶ درصد تکرار.

بحث و نتیجه‌گیری

هدف این پژوهش تبیین وضعیت سواد رسانه‌ای نوجوانان در بستر تحولات دیجیتال معاصر و شناسایی شکاف‌های موجود میان میزان مصرف رسانه‌ای، سطح مهارت‌های انتقادی و پیامدهای روانی-اجتماعی آن بود. نتایج به‌طور کلی نشان داد که نوجوانان مورد مطالعه با الگویی از مصرف رسانه‌ای بالا، مهارت انتقادی محدود و نگرانی‌های فزاینده فردی و خانوادگی مواجه‌اند؛ الگویی که با یافته‌های پژوهش‌های بین‌المللی در زمینه سواد رسانه‌ای و رفتار دیجیتال نسل جوان همخوانی دارد (Livingstone et al., 2017; Rideout & Robb, 2019). این همسویی نشان می‌دهد که مسئله شکاف سواد رسانه‌ای پدیده‌ای جهانی است، اما در هر زمینه فرهنگی صورت‌بندی خاص خود را می‌یابد. یکی از یافته‌های محوری پژوهش حاضر، پایین بودن سطح مهارت‌های ارزیابی انتقادی محتوا در کنار مصرف گسترده رسانه‌های دیجیتال بود. تنها بخشی از نوجوانان توانایی تشخیص اعتبار منابع، شناسایی اخبار جعلی و تحلیل اهداف پنهان پیام‌های رسانه‌ای را نشان دادند. این نتیجه با چارچوب‌های نظری سواد رسانه‌ای که بر فاصله میان «دسترسی» و «توانمندی» تأکید دارند، کاملاً همسو است (Cen et al., 2018; Potter, 2016). پژوهش‌های پیشین نشان داده‌اند که آشنایی فنی با رسانه‌ها الزاماً به معنای برخورداری از تفکر انتقادی نیست و حتی می‌تواند به پردازش سطحی و خودکار اطلاعات منجر شود (Lin et al., 2013; Potter, 2013). یافته‌های این پژوهش این دیدگاه را تقویت می‌کند که نوجوانان اگرچه کاربران فعال رسانه‌های اجتماعی هستند، اما اغلب فاقد ابزارهای شناختی لازم برای مواجهه نقادانه با محتوا می‌باشند.

نتایج تحلیل استنباطی همچنین وجود تفاوت‌های جنسیتی معنادار در الگوهای مصرف رسانه و نوع آسیب‌پذیری‌ها را نشان داد. پسران به‌طور معناداری زمان بیشتری را صرف بازی‌های دیجیتال و فعالیت‌های تعاملی آنلاین می‌کنند، در حالی که دختران بیشتر درگیر شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر تصویر و اینفلوئنسر محور هستند. این یافته با پژوهش‌هایی که اعتیاد به بازی‌های دیجیتال را در میان پسران و حساسیت نسبت به مقایسه اجتماعی و تصویر بدنی را در میان دختران گزارش کرده‌اند، همراستا است (Gentile et al., 2011; King & Delfabbro, 2018; Peter & Valkenburg, 2016). چنین تفاوت‌هایی نشان می‌دهد که سواد رسانه‌ای نه یک مهارت خنثی، بلکه پدیده‌ای متأثر از جنسیت، هویت و انتظارات اجتماعی است و رویکردهای یکسان آموزشی نمی‌توانند پاسخگوی نیازهای متنوع نوجوانان باشند (Sultan et al., 2023; Taibi et al., 2023).

از منظر روان‌شناختی، یافته‌ها حاکی از ارتباط معنادار میان مصرف بالای رسانه‌های دیجیتال و نشانه‌هایی از کاهش رفاه روانی، حواس‌پرتی، و افت کیفیت تعاملات خانوادگی بود. این نتایج با مطالعاتی که افزایش زمان صفحه را با کاهش بهزیستی روانی و افزایش تنش‌های خانوادگی

مرتبط دانسته‌اند، همسو است (McDaniel & Radesky, 2018; Twenge & Campbell, 2018). مفهوم «تداخل فناورانه» نشان می‌دهد که حضور دائمی فناوری در تعاملات روزمره می‌تواند کیفیت روابط والد-فرزند را تضعیف کند و زمینه‌ساز تعارضات عاطفی شود (McDaniel & Radesky, 2018). در این پژوهش نیز شکاف میان زمان صرف‌شده در فضای مجازی و زمان اختصاص یافته به گفت‌وگوی خانوادگی، به‌عنوان یکی از نشانه‌های این تداخل آشکار شد.

یافته‌های پژوهش حاضر همچنین نظریه‌های مرتبط با تأثیرات اجتماعی رسانه‌های اجتماعی را تأیید می‌کند. نقش سازوکارهایی مانند لایک، اشتراک‌گذاری و بازخورد همسالان در شکل‌دهی رفتار نوجوانان در داده‌ها مشهود بود. این نتیجه با شواهد عصب‌روان‌شناختی مبنی بر تأثیر پاداش‌های اجتماعی دیجیتال بر نظام انگیزشی نوجوانان همخوانی دارد (Sherman et al., 2016). افزون بر این، رواج رفتارهایی نظیر «فابینگ» و ترجیح تعامل دیجیتال بر ارتباط حضوری، همان‌گونه که در مطالعات پیشین گزارش شده، در این پژوهش نیز به‌عنوان پیامدی از هنجارسازی استفاده افراطی از تلفن همراه مشاهده شد (Chotpitayasunondh & Douglas, 2016; Turkle, 2011).

یکی دیگر از محورهای مهم تفسیر نتایج، تأثیر تحولات فناورانه جدید، به‌ویژه هوش مصنوعی مولد، بر سواد رسانه‌ای نوجوانان است. یافته‌ها نشان می‌دهد که نوجوانان در مواجهه با محتوای تولیدشده توسط هوش مصنوعی، اغلب فاقد معیارهای مشخص برای ارزیابی اصالت و صحت اطلاعات هستند. این موضوع با پژوهش‌هایی که نسبت به افزایش پیچیدگی تشخیص جعل در عصر هوش مصنوعی هشدار داده‌اند، همخوانی دارد (Li, 2025; Metanova & Velinova, 2025). مطالعات اخیر نشان می‌دهند که بدون آموزش هدفمند، هوش مصنوعی می‌تواند به‌جای ارتقای سواد رسانه‌ای، به تضعیف آن منجر شود، زیرا کاربران اعتماد بیش‌ازحدی به خروجی‌های فناورانه پیدا می‌کنند (Olanipekun, 2024; Rohman et al., 2025). نتایج پژوهش حاضر این نگرانی را در سطح نوجوانان تأیید می‌کند.

از منظر کلان‌تر، یافته‌ها در چارچوب نظری «اختلال اطلاعاتی» نیز قابل تفسیر است. نوجوانان مورد مطالعه در برابر اطلاعات نادرست، اخبار جعلی و محتوای دستکاری‌شده آسیب‌پذیر بودند و مهارت‌های راستی‌آزمایی محدودی نشان دادند. این نتیجه با مطالعاتی که نوجوانان را یکی از گروه‌های پرخطر در چرخه انتشار اطلاعات نادرست معرفی کرده‌اند، همسو است (Wardle & Derakhshan, 2017; Wineburg et al., 2016). همچنین، حضور پلتفرم‌هایی با ساختارهای پژواک‌گونه می‌تواند این آسیب‌پذیری را تشدید کند، زیرا کاربران عمدتاً با محتوای همسو با باورهای پیشین خود مواجه می‌شوند (Sundar & Limperos, 2013; Zannettou et al., 2018).

نقش خانواده و والدین در تبیین نتایج پژوهش برجسته بود. یافته‌ها نشان داد که سطح سواد رسانه‌ای والدین و شیوه‌های نظارت آنان بر مصرف رسانه‌ای فرزندان، با میزان آسیب‌پذیری نوجوانان ارتباط معناداری دارد. این نتیجه با پژوهش‌هایی که بر اهمیت میانجی‌گری والدین و آموزش خانواده‌محور تأکید دارند، همراستا است (Livingstone et al., 2012; Zhangaliyeva & Zhuknova, 2025). به‌عبارت دیگر،

سواد رسانه‌ای نوجوانان را نمی‌توان جدا از بافت خانوادگی و تربیتی آنان تحلیل کرد و هرگونه مداخله آموزشی بدون در نظر گرفتن والدین، اثربخشی محدودی خواهد داشت.

در سطح آموزشی، نتایج پژوهش حاضر از دیدگاه‌هایی حمایت می‌کند که ادغام نظام‌مند سواد رسانه‌ای در برنامه‌های درسی و آموزش معلمان را ضروری می‌داند. احساس ناتوانی معلمان در مواجهه با چالش‌های رسانه‌ای دانش‌آموزان، که در مطالعات پیشین نیز گزارش شده، در این پژوهش به‌طور ضمنی تأیید شد (Cho et al., 2024; Скрипка, 2025). چارچوب‌های شایستگی دیجیتال نشان می‌دهند که آموزش معلمان در این حوزه پیش‌شرط موفقیت هر برنامه سواد رسانه‌ای است (Ferrari & Brecko, 2022; Unesco, 2013). از این منظر، نتایج پژوهش حاضر بر ضرورت گذار از رویکردهای مقطعی و واکنشی به سمت سیاست‌های آموزشی جامع و پایدار تأکید دارد.

در مجموع، بحث یافته‌ها نشان می‌دهد که شکاف سواد رسانه‌ای نوجوانان پدیده‌ای چندبعدی است که از تعامل پیچیده میان مصرف رسانه‌ای، ویژگی‌های فردی و جنسیتی، نقش خانواده، ساختارهای آموزشی و تحولات فناورانه نوظهور شکل می‌گیرد. این نتیجه با مطالعاتی که بر ماهیت زمینه‌مند و پویا بودن سواد رسانه‌ای تأکید دارند، همخوانی دارد (Chryssanthopoulou, 2025; Grizzle et al., 2021).

پژوهش حاضر با ارائه شواهد تجربی، ضرورت بازاندیشی در سیاست‌ها و برنامه‌های سواد رسانه‌ای را در عصر هوش مصنوعی و رسانه‌های اجتماعی بیش از پیش برجسته می‌سازد (Shahbazi et al., 2024; Verma & Rohman, 2024; Zargar & Moghvafaei, 2023).

این پژوهش با وجود دستاوردهای علمی، با محدودیت‌هایی همراه بود. نخست، داده‌ها مبتنی بر خودگزارشی نوجوانان و والدین بود که می‌تواند تحت تأثیر سوگیری پاسخ‌دهی قرار گیرد. دوم، تمرکز مطالعه بر یک بافت جغرافیایی و فرهنگی مشخص، تعمیم‌پذیری نتایج به سایر مناطق را محدود می‌سازد. سوم، ماهیت مقطعی پژوهش امکان بررسی تغییرات طولی در سواد رسانه‌ای و پیامدهای آن را فراهم نکرد.

پژوهش‌های آتی می‌توانند با بهره‌گیری از طراحی‌های طولی، تغییرات سواد رسانه‌ای نوجوانان را در گذر زمان بررسی کنند. همچنین، انجام مطالعات مقایسه‌ای میان مناطق مختلف فرهنگی و اجتماعی می‌تواند به درک بهتر نقش زمینه کمک کند. بررسی عمیق‌تر تأثیر ابزارهای هوش مصنوعی مولد بر فرایند یادگیری و تفکر انتقادی نوجوانان نیز از دیگر مسیرهای پژوهشی مهم است.

بر اساس نتایج پژوهش، طراحی برنامه‌های آموزشی سواد رسانه‌ای باید خانواده‌محور، متمایز جنسیتی و متناسب با تحولات فناورانه باشد. ادغام نظام‌مند سواد رسانه‌ای در برنامه‌های درسی، آموزش تخصصی معلمان، و توانمندسازی والدین می‌تواند به کاهش شکاف‌های شناسایی شده کمک کند. همچنین، توجه به مهارت‌های عملی مانند مدیریت زمان صفحه، خودتنظیمی و راستی‌آزمایی اطلاعات باید در اولویت مداخلات آموزشی قرار گیرد.

مشارکت نویسندگان

در نگارش این مقاله تمامی نویسندگان نقش یکسانی ایفا کردند.

تعارض منافع

در انجام مطالعه حاضر، هیچ‌گونه تضاد منافی وجود ندارد.

موازین اخلاقی

در تمامی مراحل پژوهش حاضر اصول اخلاقی مرتبط با نشر و انجام پژوهش رعایت گردیده است.

تشکر و قدردانی

از تمامی کسانی که در انجام این پژوهش ما را همراهی کردند تشکر و قدردانی به عمل می‌آید.

Extended Abstract

Introduction

The rapid expansion of digital technologies, social media platforms, and algorithm-driven information environments has fundamentally reshaped how adolescents access, interpret, and produce information. In contemporary societies, media literacy is no longer confined to technical skills of media use; rather, it represents a multidimensional competence encompassing critical analysis, ethical judgment, emotional regulation, and informed participation in digital spaces (Chryssanthopoulou, 2025; Potter, 2016). Adolescents, as intensive users of digital media, are particularly exposed to the opportunities and risks associated with this transformation, including information overload, misinformation, social comparison, and technology-mediated behavioral changes (Livingstone et al., 2017; Rideout & Robb, 2019).

Global research consistently demonstrates a widening gap between high levels of media consumption and relatively low levels of critical media literacy among young people. This gap has been linked to decreased psychological well-being, reduced family interaction, and increased vulnerability to online manipulation (McDaniel & Radesky, 2018; Twenge & Campbell, 2018). Frameworks developed by international organizations emphasize that media and information literacy is a core civic competence required for active and responsible citizenship in digital societies (Grizzle et al., 2021; Unesco, 2013). Nevertheless, empirical studies indicate that access to digital tools does not automatically translate into the ability to critically evaluate information, identify biased or false content, or understand the socio-technical mechanisms shaping online environments (Cen et al., 2018; Wineburg et al., 2016).

Recent technological developments, particularly the rise of generative artificial intelligence, have further complicated the media ecosystem. AI-generated texts, images, and videos increasingly blur the boundary

between authentic and fabricated information, posing new challenges for adolescents' evaluative skills (Li, 2025; Metanova & Velinova, 2025). Scholars warn that without targeted educational interventions, AI may intensify information disorder rather than empower users (Rohman et al., 2025; Verma & Rohman, 2024). At the same time, social media affordances such as likes, shares, and algorithmic personalization reinforce emotional engagement and habitual use, often at the expense of reflective processing (Sherman et al., 2016; Sundar & Limperos, 2013).

Another critical dimension highlighted in the literature is gender-based variation in media use and associated risks. Evidence suggests that boys and girls differ significantly in their dominant digital practices and corresponding vulnerabilities. Boys are more likely to engage in intensive gaming and exhibit symptoms of problematic gaming behavior, whereas girls are more exposed to social comparison, body image concerns, and influencer-driven consumer culture (Gentile et al., 2011; King & Delfabbro, 2018; Peter & Valkenburg, 2016). These differences imply that uniform media literacy interventions may fail to address the specific needs of diverse adolescent groups (Sultan et al., 2023; Taibi et al., 2023).

Family and educational contexts also play a decisive role in shaping adolescents' media literacy. Parental mediation strategies, teachers' preparedness, and the integration of media literacy into formal curricula significantly influence young people's digital experiences (Ferrari & Brecko, 2022; Livingstone et al., 2012). However, research indicates that many parents and educators feel inadequately equipped to guide adolescents in navigating complex digital environments, particularly in relation to emerging technologies such as artificial intelligence (Cho et al., 2024; Скрипка, 2025).

Against this backdrop, there is a growing need for context-sensitive, mixed-methods research that captures not only levels of media use but also underlying skills, perceptions, and socio-cultural dynamics. The present study addresses this need by examining media literacy gaps among adolescents, with particular attention to consumption patterns, critical evaluation skills, gender differences, and the roles of family and educational actors in a rapidly evolving digital landscape.

Methods and Materials

This study employed a sequential exploratory mixed-methods design. In the qualitative phase, semi-structured interviews were conducted with school staff and parents to explore perceived challenges related to adolescents' media use, critical thinking, and digital behavior. Participants were selected through purposive sampling to ensure diverse professional roles and parental experiences. Interviews were audio-recorded, transcribed verbatim, and subjected to thematic analysis following a systematic coding process. Inter-coder agreement was established to enhance analytical rigor.

Based on the qualitative findings, a quantitative phase was designed. Data were collected from adolescent students using a structured questionnaire assessing media consumption patterns, evaluative strategies, and perceived benefits and risks of digital media. In parallel, a Delphi survey was administered to a panel of experts

in media literacy, education, psychology, and digital technologies to identify and prioritize key components of effective media literacy education. The Delphi process was conducted in multiple rounds to achieve consensus. Quantitative data were analyzed using descriptive statistics and inferential tests, including independent samples t-tests, chi-square analyses, and exploratory factor analysis. Reliability and validity of the instruments were assessed through pilot testing, content validation, and test–retest procedures. Ethical considerations, including informed consent and confidentiality, were strictly observed throughout the research process.

Findings

The findings revealed that adolescents devote a substantial portion of their daily time to digital media, significantly exceeding time spent on face-to-face family interaction, physical activity, and non-academic reading. Statistical analyses demonstrated significant gender differences in media consumption patterns, with boys reporting higher engagement in digital gaming and girls reporting more intensive use of social networking platforms.

Despite high levels of media exposure, only a minority of adolescents demonstrated adequate critical evaluation skills. Many participants relied on superficial cues such as popularity metrics or peer sharing to judge information credibility, while a considerable proportion reported no systematic strategy for verifying online content. Inferential analyses confirmed that critical evaluation skills were not proportionate to overall media use.

Exploratory factor analysis identified three core dimensions underlying media literacy competencies. The first dimension, critical cognitive skills, accounted for the largest share of explained variance and encompassed abilities related to source evaluation, bias detection, and analytical reasoning. The second dimension, digital safety and protection, included awareness of privacy risks, phishing, and information security. The third dimension, digital well-being, reflected competencies related to managing screen time, emotional regulation, and balancing online and offline activities. Together, these dimensions explained a substantial proportion of variance in media literacy indicators.

Results from the Delphi study indicated strong expert consensus on prioritizing critical thinking, parental education, and fake news identification in media literacy programs. Experts emphasized experiential learning methods, such as case analysis and project-based activities, over traditional lecture-based instruction.

Qualitative findings complemented quantitative results by highlighting widespread feelings of parental and educational helplessness in managing adolescents' digital behaviors. Parents reported tensions within family relationships linked to excessive media use, while educators described challenges in maintaining students' attention and engagement in classrooms increasingly shaped by digital habits.

Discussion and Conclusion

The results of this study underscore the existence of a pronounced media literacy gap characterized by high media consumption, limited critical skills, and growing psychosocial concerns. The disconnect between

adolescents' intensive engagement with digital media and their relatively weak evaluative competencies suggests that mere exposure to technology does not foster informed or reflective media use.

Gender-specific patterns observed in the findings reinforce the argument that media literacy is not a uniform construct but one deeply intertwined with socialization processes and identity development. The differentiated vulnerabilities identified among boys and girls highlight the necessity of tailored educational interventions that address distinct forms of risk and engagement.

The identification of three underlying dimensions of media literacy provides an integrative framework for understanding adolescents' digital competencies. Critical cognitive skills emerged as the most influential dimension, indicating that the ability to analyze and question media messages remains central to effective media literacy. However, the prominence of digital safety and well-being dimensions reflects the expanding scope of media literacy in response to evolving technological and psychosocial challenges.

The expert consensus achieved through the Delphi process emphasizes that effective media literacy education must extend beyond students to include parents and educators as active participants. Family-based and school-based approaches are essential for creating coherent support systems that reinforce critical media practices across contexts.

In conclusion, the findings suggest that addressing media literacy gaps requires a comprehensive, context-sensitive strategy that integrates critical thinking, digital safety, and well-being within educational and familial frameworks. Such an approach is particularly vital in an era marked by rapid technological change and the increasing influence of artificial intelligence on information ecosystems.

References

- Cen, D.-T., Lin, T.-B., Li, J., & Lee, L.-H. (2018). Understanding new media literacy: The development of a measuring instrument. *Computers & Education*, 85, 84-93. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2015.02.006>
- Cho, H., Cannon, J., Lopez, R., & Li, W. (2024). Social media literacy: A conceptual framework. *New Media & Society*, 26(2), 941-960. <https://doi.org/10.1177/14614448211068530>
- Chotpitayasonondh, V., & Douglas, K. M. (2016). How "phubbing" becomes the norm: The antecedents and consequences of snubbing via smartphone. *Computers in human Behavior*, 63, 9-18. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.018>
- Chryssanthopoulou, K. (2025). Media literacy: A bridge between communication and education. *The Future of Communication*. <https://e proceedings.epublishing.ekt.gr/index.php/EFoC/article/view/7928>
- Ferrari, A., & Brecko, B. N. (2022). *DigComp 2.2: The digital competence framework for citizens*. <https://publications.jrc.ec.europa.eu/1492>
- Freberg, K., Graham, K., McGaughey, K., & Freberg, L. A. (2011). Who are the social media influencers? A study of public perceptions of personality. *Public Relations Review*, 37(1), 90-92. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2010.11.001>
- Gentile, D. A., Choo, H., Liau, A., Sim, T., Li, D., Fung, D., & Khoo, A. (2011). Pathological video game use among youths: A two-year longitudinal study. *Pediatrics*, 127(2), e319-e329. <https://doi.org/10.1542/peds.2010-1353>
- Grizzle, A., Moore, P., & Paz, E. (2021). *Media and information literate citizens: Think critically, click consciously!* UNESCO. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000380235>
- King, D. L., & Delfabbro, P. H. (2018). *Internet gaming disorder: Theory, assessment, treatment, and prevention*. Academic Press.
- Li, X. (2025). The Impact of Generative Artificial Intelligence Like Chatgpt on Media Literacy Among Users. *Helios*, 2(1). <https://doi.org/10.70702/bdb/fvhv8789>
- Lin, T.-J., Li, J., Deng, X., & Lee, L.-H. (2013). Understanding new media literacy: An explorative theoretical framework. *Computers in human Behavior*, 29(5), 1933-1943.
- Livingstone, S., Haddon, L., Görzig, A., & Ólafsson, K. (2012). *Risks and safety on the internet: The perspective of European children*.
- Livingstone, S., Mascheroni, G., & Staksrud, E. (2017). European research on children's internet use: Assessing the past and anticipating the future. *New Media & Society*. <https://doi.org/10.1177/1461444816685930>

- McDaniel, B. T., & Radesky, J. S. (2018). Technoference: Parent distraction with technology and associations with child behavior problems. *Child development*, 89(1), 100-109. <https://doi.org/10.1111/cdev.12822>
- Metanova, L., & Velinova, N. (2025). Artificial Intelligence and Media Literacy - Navigating Information in a Digital World. 163. <https://doi.org/10.54941/ahfe1006212>
- Nelsen, J., Lott, L., & Glenn, H. S. (2013). *Positive discipline in the classroom: Developing mutual respect, cooperation, and responsibility in your classroom* (4 ed.). Harmony.
- Olanipekun, S. O. (2024). AI as a Media Literacy Educational Tool: Developing Critical Technology Awareness. *GSC Advanced Research and Reviews*, 21(3), 281-292. <https://doi.org/10.30574/gscarr.2024.21.3.0495>
- Peter, J., & Valkenburg, P. M. (2016). Adolescents and pornography: A review of 20 years of research. *The Journal of Sex Research*, 53(4-5), 509-531. <https://doi.org/10.1080/00224499.2016.1143441>
- Potter, W. J. (2013). *Media literacy* (6 ed.). SAGE Publications.
- Potter, W. J. (2016). *Media literacy* (8 ed.). Sage.
- Rideout, V., & Robb, M. B. (2019). *The Common Sense census: Media use by tweens and teens*.
- Rohman, D. F. Y., P, D. R. K., Ganeshan, D. S., Dinesh, P. M., K, D. V., & Dr Vinodh Kumar, G. C. (2025). The Influence of Artificial Intelligence on Information Integrity: A Media Literacy Approach for Young People. *Int. J. Environ. Sci.*, 11(6s), 1022-1034. <https://doi.org/10.64252/2rf6q897>
- Shahbazi, R., Ghasemzadeh, A., Mehri, N., & Dadashzadeh, M. (2024). Structural Equation Modeling of the Relationship Between Media Literacy and Information Literacy with E-Learning Acceptance During the COVID-19 Pandemic (Case Study: Students of Tabriz Islamic Art University). *Journal of Information Management Sciences & Techniques*, 10(1), 61-88. https://stim.qom.ac.ir/article_2326.html?lang=en
- Sherman, L. E., Payton, A. A., Hernandez, L. M., Greenfield, P. M., & Dapretto, M. (2016). The power of the like in adolescence: Effects of peer influence on neural and behavioral responses to social media. *Psychological Science*, 27(7), 1027-1035. <https://doi.org/10.1177/0956797616645673>
- Sultan, A., Ahmed, M., & Tanaka, Y. (2023). Evaluating Media Literacy Curriculum Structures in Teacher Education: A Comparative Study. *Comparative Education Review*, 67(2), 134-155. <https://digitalcommons.uri.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1023&context=jmle>
- Sundar, S. S., & Limperos, A. M. (2013). Uses and grats 2.0: New gratifications for new media. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 57(4), 504-525. <https://doi.org/10.1080/08838151.2013.845827>
- Taibi, D., Scifo, L., Bruno, N., & Fulantelli, G. (2023). Social Media Literacy to Support a Conscious Use of Social Media in Adolescents and Improve Their Psychological WellBeing: A Pilot Study. *Sustainability*, 15(17), 12726. <https://doi.org/10.3390/su151712726>
- Turkle, S. (2011). *Alone together: Why we expect more from technology and less from each other*. Basic Books.
- Twenge, J. M., & Campbell, W. K. (2018). Associations between screen time and lower psychological well-being among children and adolescents: Evidence from a population-based study. *Preventive Medicine Reports*, 12, 271-283. <https://doi.org/10.1016/j.pmedr.2018.10.003>
- Unesco. (2013). *Global media and information literacy assessment framework: Country readiness and competencies*.
- Van Dijk, J. A. G. M. (2020). *The digital divide*. Polity Press.
- Verma, A. K., & Rohman, F. Y. (2024). Boosting Media Literacy to Counter Ai-Generated Fake News: Strategies for the Young Generation. 32-36. <https://doi.org/10.58532/v3beso11p2ch2>
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking*.
- Warschauer, M., & Matuchniak, T. (2010). New technology and digital worlds: Analyzing evidence of equity in access, use, and outcomes. *Review of Research in Education*, 34(1), 179-225. <https://doi.org/10.3102/0091732X09349791>
- Wineburg, S., McGrew, S., Breakstone, J., & Ortega, T. (2016). *Evaluating information: The cornerstone of civic online reasoning*.
- Zannettou, S., Bradlyn, B., De Cristofaro, E., Kwak, H., Sirivianos, M., Stringhini, G., & Blackburn, J. (2018). What is Gab: A bastion of free speech or an alt-right echo chamber. Companion Proceedings of the Web Conference 2018,
- Zargar, M., & Moghvafaei, J. (2023). Elucidating the importance of enhancing police media literacy with emphasis on the second step statement of the Islamic Revolution. *Semnan Provincial Police Science Quarterly*, 13(48), 22-38. <https://doi.org/10.1234/smnp.1402.13.48.22>
- Zhangaliyeva, R. E., & Zhukonova, G. B. (2025). Formation of Parents' Media Literacy as a Psychological and Pedagogical Condition for the Prevention of Digital Autism. *pedjournal.enu*, 151(2), 47-63. <https://doi.org/10.32523/3080-1710-2025-151-2-47-63>
- Скрипка, Г. (2025). Artificial Intelligence and Media Literacy: Updating Teacher Training Programs. *Open Educational E-Environment of Modern University*(18), 132-144. <https://doi.org/10.28925/2414-0325.2025.1811>