

Media Literacy in Light of Islamic Teachings: A Model for Enhancing Islamic Insight among Young People

Behrouz Zeynali 

Assistant Professor, Department of Social Sciences, Farhangian University, Tehran, Iran
zeynali@cfu.ac.ir

Abstract

Objective: This study aims to explain the relationship between media literacy and Islamic insight among young people. Given the impact of the expansion of digital media on the younger generation, it examines how Islamic insight can be strengthened through the three dimensions of media literacy—cognitive, analytical-critical, and ethical-value-oriented—in light of Islamic teachings.

Method: The study employed a descriptive-analytical design and a qualitative approach based on documentary and library research. In addition to reviewing the relevant scholarly literature, conceptual content analysis was used to identify key themes.

Findings: The findings indicate that the cognitive dimension of media literacy provides the foundation for epistemic insight, facilitating an understanding of truth and the ability to distinguish right from wrong. The analytical-critical dimension corresponds to sociocultural insight and enables individuals to resist media distortions and cultural sedition. The ethical-value-

Cite this article: zeinali, Behrooz (2026). Media Literacy in Light of Islamic Teachings: A Model for Enhancing Islamic Insight among Young People. *Media and Religious Studies*, 7(28): 72-100. <https://doi.org/10.22034/jmrs.2025.550133.1234>

Received: 2025/09/29 **Revised:** 2025/11/12 **Accepted:** 2025/11/23 **Published online:** 2026/03/19

© The Author(s).

Article type: Research Article

Published by: IRIB University



oriented dimension, in conjunction with practical insight, helps individuals make responsible decisions and avoid deviance.

Conclusion: The results suggest that media literacy remains incomplete without grounding in Islamic teachings. Only when informed by religious insight can it become an instrument for individual guidance and social empowerment.

Keywords: media; religion; media literacy; Islamic insight; youth; media ethics; critical awareness

سواد رسانه‌ای در پرتو آموزه‌های اسلامی: مدلی برای ارتقای بصیرت جوانان

بهروز زینلی^{۱۵}

استادیار گروه آموزشی علوم اجتماعی، دانشگاه فرهنگیان، تهران، ایران؛

zeynali@cfu.ac.ir

چکیده

هدف: هدف این پژوهش تبیین پیوند میان سواد رسانه‌ای و بصیرت اسلامی در جوانان است. با توجه به تأثیر گسترش رسانه‌های دیجیتال بر نسل جدید، این مطالعه به بررسی چگونگی تقویت بصیرت اسلامی از طریق ابعاد سه‌گانه سواد رسانه‌ای (شناختی، تحلیلی - انتقادی، اخلاقی - ارزشی) در پرتو آموزه‌های اسلامی می‌پردازد.

روش: پژوهش به صورت توصیفی - تحلیلی با رویکرد کیفی و بر پایه منابع اسنادی و کتابخانه‌ای انجام شده و علاوه بر مرور متون تخصصی، از تحلیل محتوای مفهومی برای استخراج مضامین کلیدی نیز بهره گرفته شده است.

استناد به این مقاله: زینلی، بهروز (۱۴۰۴). سواد رسانه‌ای در پرتو آموزه‌های اسلامی: مدلی برای ارتقای بصیرت جوانان. مطالعات دینی رسانه، ۷(۲۸): ۷۲-۱۰۰.

<https://doi.org/10.22034/jmrs.2025.550133.1234>

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۷/۰۷ تاریخ اصلاح: ۱۴۰۴/۰۸/۱۹ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۹/۰۲ تاریخ انتشار آنلاین: ۱۴۰۴/۱۲/۲۸

ناشر: دانشگاه صدا و سیما

نوع مقاله: پژوهشی

© نویسندگان.



یافته‌ها: یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد بعد شناختی سواد رسانه‌ای زمینه‌ساز بصیرت معرفتی است و به درک حقیقت و تشخیص صحیح از ناصحیح می‌انجامد؛ بعد تحلیلی - انتقادی با بصیرت اجتماعی - فرهنگی متناظر است و توانایی مقاومت در برابر تحریف‌های رسانه‌ای و فتنه‌های فرهنگی را فراهم می‌سازد؛ و بعد اخلاقی - ارزشی در پیوند با بصیرت عملی، افراد را در تصمیم‌گیری مسئولانه و پرهیز از انحراف یاری می‌دهد.

نتیجه‌گیری: بر اساس این نتایج می‌توان گفت سواد رسانه‌ای بدون پشتوانه آموزه‌های اسلامی ناقص خواهد بود و تنها در پرتو بصیرت دینی است که به ابزاری برای هدایت فردی و توانمندسازی اجتماعی تبدیل می‌شود.

کلیدواژه‌ها: رسانه، دین، سواد رسانه‌ای، بصیرت اسلامی، جوانان، اخلاق رسانه‌ای، آگاهی انتقادی.

مقدمه

رسانه‌های نوین و به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی در دهه‌های اخیر به یکی از مؤثرترین بسترهای شکل‌دهی به هویت فردی و اجتماعی جوانان تبدیل شده‌اند. گسترش فضای مجازی اگرچه فرصت‌های گسترده‌ای در زمینه آموزش، اطلاع‌رسانی و تعامل فرهنگی فراهم آورده، اما در کنار آن با تهدیدهایی همچون گسترش شبهات دینی، رواج سطحی‌نگری، تغییر الگوهای هویتی و تضعیف سرمایه اجتماعی نیز همراه بوده است (آذریون، ۱۳۹۷: ۸۷؛ شعاعی، ۱۴۰۰: ۷۸). در چنین بستری، «سواد رسانه‌ای» به‌عنوان مجموعه‌ای از توانایی‌های شناختی، تحلیلی و اخلاقی برای فهم و نقد پیام‌های رسانه‌ای، بیش از پیش اهمیت یافته است (پاتر، ۲۰۲۲^۱: ۳۴؛ سیلوربلات، ۲۰۱۴^۲: ۲۳؛ اسمعیلی طبّا، سلطانی‌فر و فرهنگی، ۱۳۹۹: ۲۹). این مفهوم در ادبیات ارتباطات نه تنها به مهارت‌های فنی محدود نمی‌شود، بلکه به توانایی تشخیص اهداف پنهان رسانه‌ها، بازشناسی ایدئولوژی‌های نهفته در پیام‌ها و در نهایت قدرت انتخاب آگاهانه کاربران نیز گسترش یافته است (لیوینگستون، ۲۰۰۴^۳: ۳؛ هابز، ۲۰۱۱).

از منظر اسلامی، نیاز به «بصیرت» به‌عنوان نیرویی برای تشخیص حق از باطل و پرهیز از غفلت همواره مورد تأکید بوده است. قرآن کریم در آیه ۸ سوره مبارکه ق بصیرت را مایه بینایی و یادآوری برای بندگان معرفی می‌کند و در آیه ۱۷۹ سوره اعراف کسانی را که با وجود چشم و گوش و قلب، توان ادراک حقیقت ندارند، «غافلان» می‌نامد. همچنین در آیه ۱۳ سوره آل عمران، ماجرای تقابل دو گروه مؤمن و کافر را عبرتی برای صاحبان بصیرت خوانده و در آیه ۱۹۰ همین سوره، آیات آفرینش آسمان‌ها و زمین نشانه‌ای برای خردمندان معرفی می‌شود. این دسته از آیات نشان می‌دهد که بصیرت در نگاه وحیانی، فقط آگاهی سطحی نیست، بلکه یک بینش عمیق وجودی است که انسان را به انتخاب درست در عرصه‌های اجتماعی و فردی

1. Potter
2. Silverblatt
3. Livingstone
4. Hobbs

هدایت می‌کند. حضرت علی علیه السلام نیز در خطبه ۱۲۵ نهج البلاغه یادآور می‌شوند که قرآن به مفسر و ترجمان نیاز دارد و جامعه بی‌بصیرت در برابر جریان‌های فریب‌کار آسیب‌پذیر خواهد بود.

پژوهش‌های داخلی نشان می‌دهد که میان دینداری و سواد رسانه‌ای رابطه‌ای مثبت وجود دارد و هرچه نگرش دینی قوی‌تر باشد، افراد در مواجهه با پیام‌های رسانه‌ای توانمندتر عمل می‌کنند (آذریون، ۱۳۹۷: ۸۷؛ اسمعیلی طبّا، سلطانی فر و فرهنگی، ۱۳۹۹: ۲۹). همچنین مطالعاتی مانند پژوهش جعفرزاده‌پور، چیت‌ساز و اسکندریان (۱۴۰۳) به پیوند سبک زندگی اسلامی با انتخاب‌های رسانه‌ای اشاره کرده‌اند. در سطح خارجی، تحقیقات لیوینگستون (۲۰۰۴) و هابز (۲۰۱۱) نشان می‌دهد که ارتقای سواد رسانه‌ای در جوانان، قدرت تفکر انتقادی آنان را تقویت کرده و آن‌ها را در برابر نفوذ ایدئولوژیک رسانه‌ها مقاوم‌تر می‌سازد. پژوهش‌های جدید در حوزه «رسانه و دین» نیز به این واقعیت اشاره دارند که رسانه‌های دیجیتال می‌توانند هم بستری برای تعمیق ایمان و معنویت باشند و هم عاملی برای افراطی‌گری یا سکولاریزه کردن تجربه دینی (مoberg و سیو،^۱ ۲۰۲۰: ۱۲؛ تسوریا و یادلین سیگال،^۲ ۲۰۲۱: ۱۵۷). این یافته‌ها اهمیت پرداختن به موضوع حاضر را دوچندان می‌کند.

با وجود غنای نسبی ادبیات پژوهشی، همچنان یک خلأ مهم به چشم می‌خورد: مطالعات موجود اغلب یا به تحلیل مفهوم سواد رسانه‌ای پرداخته‌اند یا بصیرت اسلامی در منابع دینی بررسی شده است، اما کمتر پژوهشی به پیوند مستقیم این دو حوزه در نسل جوان و در بستر شبکه‌های اجتماعی پرداخته است. این در حالی است که چالش‌های فرهنگی و معرفتی امروز، بیش از هر زمان دیگری نیازمند تلفیق «توانش انتقادی رسانه‌ای» با «بینش دینی و بصیرت اسلامی» است. بر این اساس، پرسش اصلی پژوهش حاضر این است که: سواد رسانه‌ای چگونه می‌تواند به تقویت بصیرت اسلامی جوانان در عصر شبکه‌های اجتماعی کمک کند؟

برای پاسخ به این پرسش، اهداف پژوهش به شرح زیر تعریف می‌شوند:

هدف اصلی: بررسی و تبیین نقش سواد رسانه‌ای در تقویت بصیرت اسلامی جوانان بر اساس آموزه‌های دینی و چارچوب‌های نظری معاصر.

اهداف فرعی:

۱. شناسایی ابعاد اصلی سواد رسانه‌ای در منابع علمی و کاربرد آن‌ها در فضای مجازی؛

۲. تبیین مفهوم بصیرت اسلامی در منابع قرآنی و روایی؛

۳. تحلیل ارتباط میان سواد رسانه‌ای و بصیرت اسلامی در هویت جوانان. پرسش‌های پژوهش نیز عبارتند از:

۱. سواد رسانه‌ای چه ابعادی دارد و چگونه می‌توان آن را در چارچوب آموزه‌های اسلامی تحلیل کرد؟

۲. بصیرت اسلامی در منابع دینی با چه مؤلفه‌هایی معرفی شده است؟

۳. چه ارتباطی میان ارتقای سواد رسانه‌ای و تقویت بصیرت اسلامی در میان جوانان وجود دارد؟

برای تحقق این اهداف و پاسخگویی به پرسش‌ها، در ادامه مبانی نظری و پیشینه پژوهش مرور می‌شود، سپس با رویکرد کیفی و تحلیل اسنادی، الگوی پیوند میان این دو مفهوم تبیین خواهد شد.

پیشینه پژوهش

ادبیات علمی مرتبط با «رابطه دین و رسانه» و به‌ویژه «دین‌داری جوانان در بستر رسانه‌های دیجیتال» طی دو دهه اخیر به‌شدت گسترش یافته است. در حوزه هویت، پژوهش‌های روان‌شناختی-فرهنگی نشان داده‌اند که فرایند شکل‌گیری هویت دینی جوانان در پیوندی تنگاتنگ با زمینه‌های اجتماعی-نمادین و تجربه‌های رسانه‌ای قرار دارد؛ از یک سو

نقش بافت‌های ایدئولوژیک و معنوی در ساخت هویت برجسته می‌شود (کینگ،^۱ ۲۰۱۹: ۱۹۷؛ دولا‌هیت و مارکس،^۲ ۲۰۱۹: ۵۴۸) و از سوی دیگر، حساسیت فرهنگی در تبیین نسبت میان باورهای دینی و فرایند هویت‌یابی مورد تأکید است (سوگی‌مورا و همکاران،^۳ ۲۰۱۹: ۶۶۸).

مرورهای تازه درباره «جوانان دیجیتال و دین» نیز نشان می‌دهد که نسل جوان، دین‌داری خود را به‌طور فزاینده‌ای از خلال پلتفرم‌ها روایت می‌کند. این موضوع فرصت‌های شکل‌گیری اجتماع‌های دینی نوین و در عین حال مخاطرات رادیکالیزاسیون و دگرگونی مرجعیت را به همراه دارد (گولان،^۴ ۲۰۲۳: ۷۰۴؛ مورپرگ و سیو،^۵ ۲۰۲۰: ۱۲؛ تسوریا و یادلین سیگال،^۶ ۲۰۲۱: ۱۵۷). از منظر تاریخ و انسان‌شناسی رسانه نیز دگرگونی نسبت دین و تصویر/رسانه در سنت‌های مختلف مستند شده است (مرگان،^۷ ۲۰۲۰: ۷۸).

در ادبیات «اسلام و رسانه‌های اجتماعی»، مطالعات نظام‌مند حاکی از آن است که بازنمایی اسلام در شبکه‌های اجتماعی دو وجه متعارض دارد: هم ظرفیت صورت‌بندی‌های نو از دینداری، هویت و کنشگری را فراهم می‌کند و هم بستر سوءبازنمایی و قطبی‌سازی می‌شود (هاشمی،^۸ رشید و احمد،^۹ ۲۰۲۱: ۱۹۶۲). در کنار این، پژوهش‌های تحلیلی از چشم‌انداز اسلامی کوشیده‌اند آثار اجتماعی رسانه را بر زیست مسلمانان، از اخلاق تا مناسک، رصد کنند (اسلام،^{۱۰} ۲۰۱۹: ۹۵). آثار جدیدی که به «اسلام دیجیتال» و مرجعیت دینی میان نسل‌های جدید مسلمان پرداخته‌اند، جابه‌جایی‌های مرجعیت، ظهور

1. King

2. Dollahite & Marks

3. Sugimura, Matsushima, Hihara, Takahashi, & Crocetti

4. Golan

5. Morgan

6. Hashmi

7. Rashid, & Ahmad

8. Islam

اینفلوئنسرهای مذهبی و بازتعریف اقتدار دینی را در پلتفرم‌ها نشان می‌دهند (زاید و همکاران،^۱ ۲۰۲۲: ۳۳۵؛ سولاهودین و فخرروژی،^۲ ۲۰۱۹: ۱۹). این بدنه پژوهشی در کل، زمینه نظری لازم برای پیوند زدن «سواد رسانه‌ای» با «بصیرت دینی» در نسل جوان را فراهم می‌کند.

در سطح آموزش و تربیت ارتباطی، مطالعات بومی نشان داده‌اند که گفتمان‌های حاکم بر آموزش سواد رسانه‌ای در ایران، میان رویکردهای سیاست‌گذارانه، مهارت‌محور و ارزش‌مدار در نوسان‌اند و برای اثربخشی، نیازمند چارچوب‌های هنجاری روشن و همسو با فرهنگ دینی هستند (میربخش، سلطانی‌فر و نصیری، ۱۴۰۱: ۲۲۳). از سوی دیگر، پژوهش‌های راهبردی ارتباطات دینی تلاش کرده‌اند الگوهای تربیتی مبتنی بر اندیشه اسلامی را برای مواجهه فعالانه با رسانه صورت‌بندی کنند (فروزان و نقیب‌سادات، ۱۳۹۵: ۱۳۷). در ادبیات بین‌المللی آموزش، تأکید روزافزونی بر «سواد رسانه‌ای انتقادی» به‌مثابه مؤلفه‌ای کلیدی برای توانمندسازی یادگیرندگان دیده می‌شود (پدرسون، ۲۰۲۳: ۱۶۹)؛ تأکیدی که در ترکیب با منظومه ارزشی اسلامی می‌تواند به «سواد رسانه‌ای بصیرت‌گرا» بینجامد.

مطالعات تجربی داخلی نیز تصویر به‌نسبت همگرایی ارائه داده‌اند. پژوهش‌های پیمایشی نشان می‌دهند میان سواد رسانه‌ای و نگرش/کنشگری دینی، رابطه مثبت و معناداری وجود دارد؛ به‌گونه‌ای که افزایش ابعاد شناختی، عاطفی و عملی نگرش دینی با ارتقای توان تحلیل پیام‌ها و رفتار مسئولانه در فضای مجازی همراه است (آذریون، ۱۳۹۷: ۸۷؛ شعاعی، ۱۴۰۰: ۷۸). همچنین، کارهای نظری-کاربردی در حوزه «سواد رسانه‌ای دینی» بر استخراج چارچوب‌های هنجاری از آیات و روایات برای سه نقش «تولید/مصرف/بازنشر» محتوا تأکید کرده‌اند و نشان داده‌اند که مفاهیمی مانند «اشاعه فحشاء»، «افک»، «ظن» و «صیانت از آبرو» ظرفیت عملیاتی‌شدن در آموزش سواد رسانه‌ای را دارند (اسمعیلی طبّا، سلطانی‌فر و فرهنگی، ۱۳۹۹: ۲۹). در کنار این‌ها، ادبیات «سبک زندگی اسلامی» (به‌مثابه پیامد رفتاری

1. Zaid, Fedtke, Shin, El Kadoussi, & Ibahrine

2. Solahudin & Fakhruroji

3. Pederson

آگاهی و بصیرت) پیوند ایمان و عمل صالح را هسته کنش صالح دانسته و همبستگی آن با شاخص‌هایی مانند رضایت از زندگی و تاب‌آوری خانوادگی را گزارش کرده است. این یافته‌ها برای مدل‌سازی پیامدهای سواد رسانه‌ای بصیرت‌گرا اهمیت دارند (رجب‌نژاد و دیگران، ۱۳۹۱: ۹؛ فرهوش و دیگران، ۱۳۹۶: ۷۹؛ جعفرزاده‌پور، چیت‌ساز و اسکندریان، ۱۴۰۳: ۵۷).

در سطح نظریه‌پردازی دینی، مباحث «بصیرت» در آثار اسلامی بر مؤلفه‌هایی همچون «شناخت یقینی»، «تمیز حق از باطل» و «مهار گرایش‌های منفی» انگشت می‌گذارند. این چارچوب‌ها به مثابه بنیان معرفتی می‌توانند به طراحی شاخص‌های «بینش دینی در مواجهه رسانه‌ای» مدد رسانند و به صورت عملیاتی در الگوهای آموزش سواد رسانه‌ای به کار روند. همزمان، بدنه‌ای از مطالعات معاصر «دین و رسانه» نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی نه تنها ابزار ارتباط، بلکه میدان بازتوزیع اقتدار، سرمایه نمادین و هویت دینی هستند. بنابراین، هر مدل اثربخش سواد رسانه‌ای اسلامی باید نسبت خود را با مسئله «مرجعیت دینی در پلتفرم‌ها» و «اقتصاد توجه» روشن کند (موبرگ و سیو، ۲۰۲۰: ۱۲؛ زاید و همکاران، ۲۰۲۲: 335؛ هاشمی، رشید و احمد، ۲۰۲۱: ۱۹۶۲).

با این همه، شکاف‌های قابل توجهی باقی است: نخست، ادبیات داخلی گرچه بر رابطه مثبت سواد رسانه‌ای و دین‌داری دلالت دارد، اما اغلب به سنجش‌های عمومی بسنده کرده و شاخص‌های «بصیرت اسلامی» به صورت مفهومی-عملیاتی کمتر وارد مدل‌ها شده است (آذریون، ۱۳۹۷: ۸۷؛ شعاعی، ۱۴۰۰: ۷۸). دوم، آثار بین‌المللی «دین دیجیتال» به طور عمده صورت‌بندی‌های عام از مرجعیت و جماعت آنلاین ارائه می‌دهند و به ظرافت‌های منظومه ارزشی اسلامی در تربیت رسانه‌ای کمتر پرداخته می‌شود (موبرگ و سیو، ۲۰۲۰: ۱۲؛ تسوریا و یادلین‌سیگال، ۲۰۲۱: ۱۵۷). سوم، در حوزه آموزش، گرچه گفتمان‌های سیاست‌گذارانه و مهارت‌محور در ایران شناسایی شده‌اند، اما طراحی برنامه‌های آموزشی منسجم که همزمان «توانش انتقادی رسانه‌ای» و «بصیرت دینی» را تقویت کنند، هنوز نیازمند پژوهش و الگوپردازی است (میربخش، سلطانی‌فر و نصیری، ۱۴۰۱: ۲۲۳؛ پدرسون،

۲۰۲۳: ۱۶۹؛ فروزان و نقیب سادات، ۱۳۹۵: ۱۳۷). بر این مبنا، پژوهش حاضر می‌کوشد با اتکا به ادبیات موجود و تحلیل منابع دینی، چارچوبی مفهومی-کاربردی برای تبیین و تقویت «سواد رسانه‌ای بصیرت‌گرا» در میان جوانان عصر شبکه‌های اجتماعی پیشنهاد کند.

چارچوب نظری و مفهومی پژوهش

۱. مفهوم و ابعاد سواد رسانه‌ای

«سواد رسانه‌ای» در ادبیات علوم ارتباطات به مجموعه‌ای از دانش، نگرش و مهارت‌هایی اطلاق می‌شود که فرد را قادر می‌سازد تا پیام‌های رسانه‌ای را به صورت انتقادی تحلیل کند، مقاصد پنهان آن‌ها را شناسایی نماید و در نهایت، در برابر جریان‌های رسانه‌ای انتخاب‌های آگاهانه‌تری داشته باشد (پاتر، ۲۰۲۲: ۳۴؛ سیلوربلت، ۲۰۱۴: ۵۶). این مفهوم در دهه‌های اخیر توسعه چشمگیری یافته و از مهارت‌های فقط فنی به حوزه‌های شناختی، تحلیلی و ارزشی گسترش پیدا کرده است (لیوینگستون، ۲۰۰۴: ۳؛ هابز، ۲۰۱۱). پژوهشگران معاصر نیز بر نقش سواد انتقادی رسانه تأکید دارند و آن را ابزاری برای توانمندسازی اجتماعی و مقابله با سلطه ایدئولوژیک رسانه‌ها می‌دانند (کلتر و شر، ۲۰۱۹: ۴۶؛ یاندریچ، ۲۰۱۹: ۲۶). از این منظر، ابعاد اصلی سواد رسانه‌ای را می‌توان در سه محور دسته‌بندی کرد:

- بعد شناختی: توانایی فهم پیام‌ها، نمادها و رمزگان رسانه‌ای؛
- بعد تحلیلی-انتقادی: مهارت در پرسشگری، کشف سوگیری‌ها و نقد ساختارهای قدرت؛
- بعد اخلاقی-ارزشی: تعهد به مسئولیت اجتماعی، رعایت اصول اخلاقی و مشارکت آگاهانه در فضای رسانه‌ای.

۲. مفهوم بصیرت در منابع اسلامی

«بصیرت» در آموزه‌های اسلامی جایگاهی بنیادی دارد و به معنای روشن بینی، درک عمیق حقایق و توانایی تشخیص راه درست از باطل به کار رفته است. قرآن کریم در موارد متعددی به بصیرت اشاره کرده و آن را مایه هدایت، بینایی و عبرت دانسته است. به عنوان نمونه، در آیه ۱۳ سوره آل عمران، مواجهه دو گروه مؤمن و کافر به عنوان نشانه‌ای برای صاحبان بصیرت معرفی می‌شود. همچنین در آیه ۱۷۹ سوره اعراف، کسانی که دل دارند اما درک نمی‌کنند و چشمی دارند اما نمی‌بینند، به عنوان افراد فاقد بصیرت و در زمره غافلان معرفی شده‌اند. این آیات نشان می‌دهد که بصیرت تنها یک توانایی حسی نیست، بلکه ظرفیتی معرفتی و اخلاقی برای شناخت حقیقت و پرهیز از غفلت است.

از منظر تفسیری، بصیرت ناظر به حالتی است که به انسان امکان می‌دهد حقایق را درست تحلیل کند و واقعیت‌ها را ورای ظواهر دریابد. ستوده نیا (۱۳۸۷) در پژوهش خود در مورد آیه ۱۰۸ سوره یوسف نشان داده است که بصیرت در فرهنگ قرآنی، نیرویی برای درک پیام الهی و هدایت انسان به مسیر درست زندگی است. در همین راستا، حسومی (۱۴۰۱) نیز با بررسی آیات مرتبط با زنان و خانواده، بصیرت دینی را عاملی برای استحکام نهاد خانواده و مقابله با آسیب‌های اجتماعی دانسته است.

در نهج البلاغه نیز بصیرت به عنوان شاخصی برای انتخاب درست و پرهیز از فریب مطرح شده است. امام علی (ع) در خطبه ۱۲۵ فرمودند قرآن نیاز به ترجمان دارد و تنها اهل بیت (ع) می‌توانند آن را تبیین کنند؛ سخنی که نقش بصیرت دینی را در تشخیص حق از باطل برجسته می‌سازد. از منظر اندیشمندان معاصر نیز، بصیرت نیرویی است که مسلمانان را قادر می‌سازد در برابر جریان‌های انحرافی و فریب‌کارانه، موضعی آگاهانه و استوار اتخاذ کنند (حسومی، ۱۴۰۱: ۴؛ ستوده نیا، ۱۳۸۷: ۱۴۱).

در یک جمع‌بندی، بصیرت در منابع اسلامی سه بُعد اصلی دارد:

۱. بُعد معرفتی: درک حقایق هستی و تشخیص راه صحیح (آل عمران: ۱۹۰)؛

۲. بُعد اخلاقی: پرهیز از غفلت و انحراف (اعراف: ۱۷۹)؛

۳. بعد اجتماعی و سیاسی: توانایی اتخاذ مواضع صحیح در برابر دشمنان و فتنه‌ها (نهج البلاغه، خطبه ۱۲۵).

بنابراین بصیرت در قرآن و سنت، مفهومی فراگیر است که فرد و جامعه را به سوی هدایت الهی، استحکام اخلاقی و پایداری اجتماعی سوق می‌دهد.

هرچند سواد رسانه‌ای و بصیرت اسلامی از دو سنت نظری متفاوت برمی‌آیند، اما نقاط اشتراک فراوانی دارند. سواد رسانه‌ای و بصیرت اسلامی هر دو بر ضرورت تشخیص درست در برابر انبوه پیام‌ها تأکید می‌کنند و هر دو بر پرهیز از غفلت و فریب محتوای ظاهر فریب هشدار می‌دهند. در مقابل، سواد رسانه‌ای بیشتر بر ابزارهای شناختی و مهارت‌های تحلیلی تمرکز دارد، در حالی که بصیرت اسلامی چارچوب معنوی و اخلاقی برای این شناخت فراهم می‌آورد.

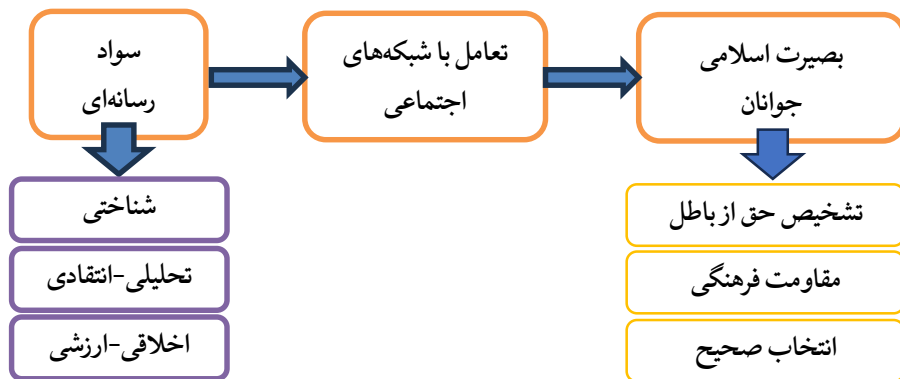
پژوهش‌های داخلی نشان داده‌اند میان سواد رسانه‌ای و نگرش دینی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد و افزایش هر یک به تقویت دیگری می‌انجامد (آذریون، ۱۳۹۷: ۸۷؛ اسمعیلی طبّا، سلطانی فر و فرهنگی، ۱۳۹۹: ۲۹). بنابراین می‌توان گفت ترکیب این دو رویکرد، زمینه‌ای برای تربیت جوانانی فراهم می‌کند که هم توانایی نقد پیام‌های رسانه‌ای را دارند و هم در چارچوب ارزشی-دینی می‌توانند انتخاب‌های آگاهانه داشته باشند.

چارچوب مفهومی پیشنهادی پژوهش

بر اساس مبانی نظری یادشده، چارچوب مفهومی این پژوهش بر تعامل سه‌سطحی استوار است:

- در سطح نخست، ابعاد سواد رسانه‌ای (شناختی، تحلیلی-انتقادی، اخلاقی-ارزشی) به عنوان مهارت‌های پایه معرفی می‌شوند؛
- در سطح میانی، این مهارت‌ها در بستر تعامل جوانان با شبکه‌های اجتماعی به کار گرفته می‌شوند؛
- در سطح نهایی، پیامد این فرایند به شکل بصیرت اسلامی جوانان بروز می‌یابد که

شامل تمییز حق از باطل، مقاومت فرهنگی و توانایی انتخاب صحیح است. این چارچوب به صورت تصویری در شکل ۱ نشان داده شده و به روشنی بیان می کند که ارتقای سواد رسانه ای، اگر در پیوند با آموزه های اسلامی قرار گیرد، می تواند به تقویت بصیرت دینی و توانمندسازی فرهنگی نسل جوان بینجامد.



شکل ۱. چارچوب نظری و مفهومی پژوهش

همان طور که در شکل ۱ مشاهده می شود، ابعاد سواد رسانه ای (شناختی، تحلیلی-انتقادی و اخلاقی-ارزشی) از طریق تعامل با شبکه های اجتماعی، به شکل گیری بصیرت اسلامی جوانان منجر می شود که در سه مؤلفه اصلی یعنی تشخیص حق از باطل، مقاومت فرهنگی و انتخاب صحیح تجلی پیدا می کند.

روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نوع توصیفی-تحلیلی و با رویکرد کیفی انجام شده است. هدف تحقیق، بررسی و تبیین نسبت میان سواد رسانه ای و بصیرت اسلامی در میان جوانان بر اساس منابع دینی و مطالعات نظری معاصر است. برای گردآوری داده ها نیز از شیوه کتابخانه ای و اسنادی استفاده شده است. منابع مورد بررسی شامل:

- آیات قرآن کریم و روایات معصومان علیهم السلام،

- نهج البلاغه و دیگر منابع اصیل اسلامی،
- پژوهش‌های علمی منتشرشده در مجلات معتبر داخلی و خارجی در حوزه سواد رسانه‌ای و بصیرت اسلامی (ستوده‌نیا، ۱۳۸۷؛ حسومی، ۱۴۰۱؛ کلنر و شر، ۲۰۱۹).

از آنجا که پژوهش حاضر رویکردی نظری دارد، جامعه آماری به معنای متعارف آن وجود ندارد. «نمونه پژوهش» شامل مجموعه‌ای از متون دینی و مطالعات علمی مرتبط است که بر اساس معیارهای موضوعی (ارتباط مستقیم با بصیرت اسلامی و سواد رسانه‌ای) انتخاب و مورد تحلیل قرار گرفته‌اند.

ابزار اصلی پژوهش، فیش‌برداری نظام‌مند و تحلیل محتوای کیفی بوده است. روند تحلیل داده‌ها بر اساس روش تحلیل مضمون (Thematic Analysis) در چند مرحله انجام گرفته است:

۱. کدگذاری باز: مفاهیم کلیدی از متون دینی و مقالات استخراج شد؛
 ۲. ایجاد مضامین محوری: مفاهیم مشابه در قالب مقوله‌های کلی‌تر دسته‌بندی شدند (مانند ابعاد شناختی، تحلیلی-انتقادی و اخلاقی-ارزشی در سواد رسانه‌ای؛ یا تشخیص حق از باطل و مقاومت فرهنگی در بصیرت اسلامی؛
 ۳. تلفیق و تدوین چارچوب: مقوله‌های اصلی در چارچوب نظری تحقیق (شکل ۱) سازمان‌دهی و روابط میان آن‌ها ترسیم شدند.
- برای شفافیت بیشتر، فرآیند کامل تحلیل مضمون در جدول ۱ ارائه شده است. این جدول به روشنی نشان می‌دهد که چگونه از متون خام (آیات و منابع علمی) تا مضامین نهایی (ابعاد بصیرت اسلامی) رسیدیم.

جدول ۱. فرآیند تحلیل مضمون و استخراج الگوی نهایی

نقش MAXQDA	کد / مضمون استخراج شده	مثال عینی (متن خام)	تعریف فرآیند	سطح تحلیل
سازماندهی اولیه: تمامی متون (آیات، روایات، مقالات) در محیط نرم افزار بارگذاری و کدهای اولیه به صورت سیستمی برچسب گذاری شدند.	ناتوانی در درک حقایق با وجود داشتن چشم	«لهم أعین لا یبصرون بها» (اعراف: ۱۷۹)	مطالعه خط به خط متون و استخراج مفاهیم اولیه	کدگذاری باز (سطح اول)
	تعقل و تدبر در نشانه های الهی	«إِنَّ فِي خَلْقِ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ... لَآيَاتٍ لِّأُولِي الْأَبْصَارِ» (آل عمران: ۱۹۰)		
	عبرت گیری برای صاحبان بصیرت	«إِنَّ فِي ذَلِكَ لَعِبْرَةً لِّأُولِي الْأَبْصَارِ» (آل عمران: ۱۳)		
	قرآن به عنوان شفا و موعظه	«قَدْ جَاءَكُمْ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّكُمْ وَشِفَاءٌ لِّمَا فِي الصُّدُورِ»		

نقش MAXQDA	کد / مضمون استخراج شده	مثال عینی (متن خام)	تعریف فرآیند	سطح تحلیل
		(یونس: ۵۷)		
کشف ارتباطات: نرم افزار برای شناسایی کدهای پرتکرار و ایجاد خوشه های اولیه از مضامین به کار رفت.	مضمون پایه: ضرورت پرهیز از غفلت	کدهای: «ناتوانی در درک»، «غفلت»، «ندیدن حقیقت»	دسته بندی و ادغام کدهای مشابه در مضامین پایه	کدگذاری محوری (سطح دوم)
	مضمون پایه: نقش خردورزی در کسب بصیرت	کدهای: «تعقل در آیات»، «عبرت گیری»، «تدبر»		
	مضمون پایه: قرآن به عنوان منبع بصیرت	کدهای: «شفا و موعظه»، «هدایت به مسیر درست»		
	مضمون پایه: ضرورت رهبری دینی	کدهای: «نیاز به مفسر»، «آسیب پذیری بی بصیرتی»		
تأیید و بازبینی: خروجی نرم افزار تنها به عنوان نقشه	مضمون فراگیر: بصیرت معرفتی (درک حقایق	مضامین پایه: «تعقل در آیات»، «تدبر»، «نقش خردورزی»	سازماندهی نهایی مضامین	کدگذاری انتخابی (سطح)

نقش MAXQDA	کد / مضمون استخراج شده	مثال عینی (متن خام)	تعریف فرآیند	سطح تحلیل
راه اولیه مورد استفاده قرار گرفت و فرآیند نهایی تفسیر و یکپارچه‌سازی مضامین، مبتنی بر تأمل عمیق نویسنده و با هدف انطباق با مبانی اسلامی و تمرکز بر مسئله جوانان، به صورت دستی انجام شد.	هستی و تشخیص راه صحیح توسط جوان)		حول محورهای اصلی و استخراج مضامین فراگیر	سوم)
	مضمون فراگیر: بصیرت اخلاقی (پرهیز جوان از غفلت و انحراف در فضای مجازی)	مضامین پایه: «ضرورت پرهیز از غفلت»، «ندیدن حقیقت»		
	مضمون فراگیر: بصیرت اجتماعی-سیاسی	مضامین پایه: «ضرورت رهبری دینی»،		

نقش MAXQDA	کد / مضمون استخراج شده	مثال عینی (متن خام)	تعریف فرآیند	سطح تحلیل
	(توانایی جوان در اتخاذ مواضع صحیح در برابر فتنه‌های رسانه‌ای)	«آسیب‌پذیری بی‌بصیرتی»		

برای مدیریت و سازماندهی داده‌های متنی، از نرم‌افزار MAXQDA استفاده شد. با این حال، فرآیند نهایی کدگذاری، ایجاد مضامین و تفسیر نتایج، مبتنی بر مرور مکرر، تأمل عمیق پژوهشگر و با هدف انطباق هرچه بیشتر با مبانی اسلامی صورت پذیرفت. برای تضمین کیفیت علمی، از معیارهای چهارگانه Lincoln & Guba استفاده شده است:

- اعتبار: با تنوع منابع (قرآنی، روایی، فلسفی و پژوهش‌های علمی) و مقایسه یافته‌ها با مطالعات پیشین تقویت شد.
 - انتقال‌پذیری: نتایج به‌گونه‌ای تبیین شدند که قابلیت استفاده در حوزه‌های مرتبط مانند آموزش رسانه‌ای جوانان مسلمان را داشته باشند.
 - پایایی: مراحل گردآوری و تحلیل داده‌ها به‌صورت شفاف گزارش شد تا امکان بازتولید پژوهش توسط دیگر محققان فراهم شود.
 - تأییدپذیری: تمامی نتایج مستند به منابع معتبر و نقل‌قول‌های مستقیم از آیات و روایات یا پژوهش‌های علمی بوده و از تفسیر شخصی پرهیز شده است.
- در فرایند پژوهش، اصول اخلاق علمی رعایت شده است. تمامی منابع با ذکر دقیق ارجاع آورده شده‌اند و تلاش شده تحلیل‌ها به‌دور از سوگیری شخصی، بر پایه داده‌های معتبر و مستند انجام گیرد.

یافته‌های پژوهش

یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که میان سواد رسانه‌ای و بصیرت اسلامی رابطه‌ای چندلایه وجود دارد. بررسی منابع اسلامی و مطالعات علمی معاصر نشان داد که این رابطه در سه سطح اصلی بروز می‌کند: معرفتی، تحلیلی-انتقادی و اخلاقی-ارزشی. این سطوح در تعامل با رسانه‌های نوین به تقویت مؤلفه‌های بصیرت اسلامی در جوانان می‌انجامد.

۱. بعد شناختی و بصیرت معرفتی: از دریافت پیام تا درک حقیقت

کارکرد اصلی بعد شناختی سواد رسانه‌ای که مبتنی بر دریافت، فهم و تشخیص منابع معتبر پیام است، در اندیشه اسلامی فقط یک مهارت ارتباطی نیست، بلکه سنگ بنای یک بینش عمیق (بصیرت) محسوب می‌شود. قرآن کریم در آیات متعددی مانند آیات ۱۳ و ۱۹۰ سوره آل عمران، «اولوالالباب» (خردمندان) را کسانی می‌داند که با تدبیر در نشانه‌های الهی در آفاق و انفس، به حقیقت هستی راه می‌یابند. این فرآیند شناختی توأم با تعقل، در فضای رسانه‌ای امروز به این معناست که جوان مسلمان، مهارت پایه «ارزیابی منبع و محتوای پیام» را نه یک تکنیک صرف، بلکه به‌منزله اولین گام برای کشف حقیقت و تمیز حق از باطل می‌آموزد. به بیان دیگر، همان «نیروی برای درک پیام الهی» که ستوده‌نیا (۱۳۸۷) از آن به‌عنوان بصیرت یاد می‌کند، در بستر دیجیتال، در قالب همین مهارت شناختی سواد رسانه‌ای متبلور می‌شود. این پیوند نظری، از پشتوانه تجربی نیز برخوردار است؛ چنانکه یافته‌های پژوهشی داخلی (شعاعی، ۱۴۰۰؛ قریشی، ناظم و ایمانی، ۱۳۹۸) و بین‌المللی (پاتر، ۲۰۲۲) به‌طور همگرا نشان می‌دهند که تلفیق آگاهی رسانه‌ای با پشتوانه دینی، به شکل‌گیری یک هویت رسانه‌اندیش و بصیر در جوانان منجر می‌شود که توانایی تحلیل و انتخابگری آنان را در برابر انبوه پیام‌ها به‌شدت ارتقا می‌بخشد.

۲. بعد تحلیلی-انتقادی و بصیرت اجتماعی-فرهنگی: از نقد پیام تا مقاومت در برابر

انحراف

این بُعد از سواد رسانه‌ای که بر نقد گفتمان حاکم بر پیام، شناسایی تحریف‌ها و تحلیل ساختارهای قدرت در رسانه‌ها متمرکز است، در منظومه فکری اسلام، تجلی‌بخش همان بصیرت اجتماعی-فرهنگی است که جامعه را در برابر فتنه‌ها بیمه می‌کند. قرآن کریم در آیه ۱۷۹ سوره اعراف، به شدیدترین وجه، کسانی را مذمت می‌کند که با وجود داشتن چشم و گوش و دل، از ادراک حقیقت عاجزند. این توصیف، دقیقاً بیانگر وضعیت مصرف‌کننده منفعل رسانه‌ای است که در معرض تحریف‌های پیام قرار دارد.

در ادامه این مسیر، امام علی علیه السلام در خطبه ۱۲۵ نهج‌البلاغه هشدار می‌دهند که حتی قرآن نیز بدون مفسر راستین می‌تواند به ابزار گمراهی تبدیل شود. این کلام ژرف، به جوان مسلمان می‌آموزد که چگونه در فضای مجازی، هر پیام به ظاهر مقبولی را تنها به دلیل جذابیت یا انتشار گسترده نپذیرد و همواره در جست‌وجوی «مفسر حقیقی» یا همان چارچوب تحلیلی اصیل اسلامی برای رمزگشایی از پیام‌ها باشد. این فرآیند، او را از یک مصرف‌کننده منفعل به یک کنشگر منتقد تبدیل می‌کند که توانایی «مقاومت فرهنگی» در برابر جنگ نرم رسانه‌ای را -چنانکه سلطانی فر (۱۴۰۰) و سبحانی‌نژاد (۱۳۹۱) بر آن تأکید دارند- در خود پرورش داده است.

این رویکرد، با دیدگاه صاحب‌نظران جهانی مانند کلنر و شر (۲۰۱۹) و باکینگهام^۱ (۲۰۱۹) که سواد رسانه‌ای را ابزار توانمندسازی انتقادی و تربیت شهروندی می‌دانند، همسو است؛ با این تفاوت که در الگوی اسلامی، این توانمندسازی، پشتوانه خود را از بصیرت دینی می‌گیرد و غایت آن، حفظ هویت اسلامی-ایرانی جوان در مواجهه با یورش فرهنگی است.

۳. بعد اخلاقی-ارزشی و بصیرت عملی: از دانش اخلاقی تا کنش مسئولانه

اگر دو بعد پیشین، به «دانش» و «بینش» جوان در مواجهه با رسانه می‌پردازند، بعد

اخلاقی-ارزشی، محک «عمل» و «تجلی عینی بصیرت» اوست. این بعد سواد رسانه‌ای که بر مسئولیت‌پذیری، صداقت و رعایت حریم‌ها در تولید و مصرف محتوا تأکید دارد، بدون پشتوانه‌ای استوار از ارزش‌های مطلق، به‌آسانی به نسبی‌گرایی می‌گراید. اینجاست که بصیرت عملی مبتنی بر آموزه‌های اسلامی، به‌عنوان یک راهنمای عمل، نقش خود را ایفا می‌کند. برای نمونه، هنگامی که یک جوان در معرض انتشار محتوایی قرار می‌گیرد که آبروی فردی را نشانه رفته، «بصیرت دینی» -که همانند پژوهشی حسومی (۱۴۰۱) نشان داده، استحکام‌بخش نهادهای اجتماعی مانند خانواده است- به او فرمان می‌دهد که نه تنها از انتشار آن خودداری کند، بلکه با عمل خود مانع «اشاعه فحشا» (نور: ۱۹) شود. این همان پایداری اخلاقی است که پژوهشگرانی مانند برهان (۱۳۹۰) و اسمعیلی طبا (۱۳۹۹) آن را از ثمرات بصیرت می‌دانند.

در این الگو، جوان از حالت یک ناظر منفعل اخلاقی خارج شده و به یک کنشگر فعال و تأثیرگذار در فضای مجازی تبدیل می‌شود که «انتخاب‌های صحیح» او -چنانکه سیلوربلت (۲۰۱۸) نیز بر آن تأکید دارد- ریشه در یک چارچوب ارزشی ثابت و الهی دارد. بنابراین این بعد از سواد رسانه‌ای، بصیرت اسلامی را از قلمرو نظر به عرصه عمل و تصمیم‌گیری مسئولانه‌ای می‌آورد که هویت دینی جوان را در دنیای واقعی و مجازی به نمایش می‌گذارد.

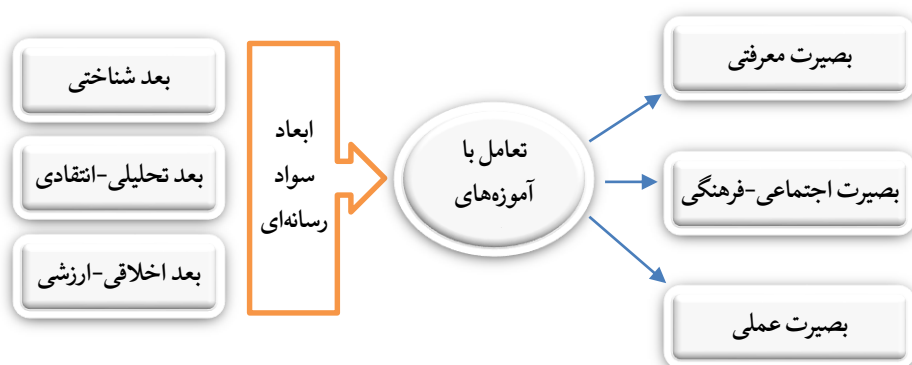
برای تبیین بهتر ارتباط میان سواد رسانه‌ای و بصیرت اسلامی، یافته‌های پژوهش در قالب یک جدول ارائه شده است. این جدول نشان می‌دهد که هر یک از ابعاد سه‌گانه سواد رسانه‌ای (شناختی، تحلیلی-انتقادی و اخلاقی-ارزشی) با یکی از مؤلفه‌های بصیرت اسلامی متناظر است و این همپوشانی به درک عمیق‌تری از نقش رسانه‌ها در تقویت بصیرت دینی منجر می‌شود. جدول شماره ۲ این ارتباط را به‌صورت خلاصه و نظام‌مند نشان می‌دهد.

جدول ۲. پیوند ابعاد سواد رسانه‌ای و مؤلفه‌های بصیرت اسلامی

ابعاد سواد رسانه‌ای	توضیح مختصر	مؤلفه متناظر بصیرت اسلامی	شواهد دینی / پژوهشی
شناختی	درک پیام‌ها، تشخیص منابع معتبر، فهم زمینه‌های ارتباطی	بصیرت معرفتی: درک حقیقت و تمیز درست از نادرست	آل عمران: ۱۳؛ آل عمران: ۱۹۰؛ ستوده‌نیا، ۱۳۸۷؛ پاتر، ۲۰۲۲؛ شعاعی، ۱۴۰۰
تحلیلی- انتقادی	نقد گفتمان رسانه‌ای، تحلیل مقاصد پنهان، بازشناسی تحریف	بصیرت اجتماعی- فرهنگی: مقاومت در برابر فتنه‌ها و گفتمان‌های انحرافی	اعراف، ۱۷۹؛ نهج البلاغه، خطبه ۱۲۵؛ کلنر و شر، ۲۰۱۹؛ باکینگهام، ۲۰۱۹؛ سلطانی‌فر، ۱۴۰۰
اخلاقی- ارزشی	تصمیم‌گیری مسئولانه، پرهیز از نسبی‌گرایی، رعایت عدالت خبری	بصیرت عملی: توانایی انتخاب صحیح و پرهیز از انحراف	حسومی، ۱۴۰۱؛ برهان، ۱۳۹۰؛ اسمعیلی طبّا، ۱۳۹۹؛ سیلوربِلِت، ۲۰۱۸

همان‌طور که در جدول شماره ۲ مشاهده می‌شود، ابعاد سه‌گانه سواد رسانه‌ای (شناختی، تحلیلی-انتقادی و اخلاقی-ارزشی) هر کدام با یک بُعد از بصیرت اسلامی متناظر هستند. بعد شناختی با بصیرت معرفتی مرتبط است و فرد را به درک حقیقت و تمیز درست از نادرست هدایت می‌کند؛ بعد تحلیلی-انتقادی با بصیرت اجتماعی-فرهنگی پیوند می‌خورد و توانایی مقاومت در برابر جریان‌های انحرافی را فراهم می‌سازد؛ و بعد اخلاقی-ارزشی با بصیرت عملی متناظر است و به انتخاب صحیح و مسئولانه در فضای رسانه‌ای منجر می‌شود. این نتایج همسو با پژوهش‌های داخلی و خارجی (ستوده‌نیا، ۱۳۸۷؛ کلنر و شر، ۲۰۱۹؛ حسومی، ۱۴۰۱) تأکید می‌کنند که سواد رسانه‌ای در پرتو آموزه‌های دینی

می‌تواند به ابزاری برای تقویت بصیرت در جوانان تبدیل شود. برای روشن‌تر شدن نتایج پژوهش و نشان‌دادن پیوند نظام‌مند میان ابعاد سواد رسانه‌ای و مؤلفه‌های بصیرت اسلامی، مدل مفهومی یافته‌ها در شکل شماره ۲ ارائه شده است. این مدل بیان می‌کند که ارتقای سواد رسانه‌ای در ابعاد سه‌گانه خود، اگر با آموزه‌های اسلامی پیوند بخورد، به شکل‌گیری سطوح مختلف بصیرت اسلامی در جوانان منجر خواهد شد.



شکل ۲. مدل ارتباط سواد رسانه‌ای و بصیرت اسلامی در جوانان

همان‌طور که در شکل ۲ مشاهده می‌شود، ابعاد سه‌گانه سواد رسانه‌ای (شناختی، تحلیلی-انتقادی و اخلاقی-ارزشی) تنها در صورتی می‌توانند به بصیرت اسلامی منجر شوند که از مسیر «تعامل با آموزه‌های اسلامی» عبور کنند. این لایه میانی نشان می‌دهد که رسانه و ابزارهای آن به‌خودی‌خود توان ایجاد بصیرت را ندارند، بلکه این چارچوب ارزشی-دینی است که به فرایند سواد رسانه‌ای معنا می‌بخشد و آن را در قالب بصیرت معرفتی، اجتماعی-فرهنگی و عملی سامان می‌دهد. بنابراین هرگونه برنامه‌ریزی آموزشی در حوزه سواد رسانه‌ای، بدون توجه به مبانی اسلامی، ناقص خواهد بود و نمی‌تواند به هدف غایی، یعنی ارتقای بصیرت دینی و فرهنگی جوانان دست یابد.

نتیجه‌گیری

این پژوهش با هدف تبیین پیوند میان سواد رسانه‌ای و بصیرت اسلامی و با تمرکز بر هویت‌یابی جوانان در عصر شبکه‌های اجتماعی انجام شده است. بر اساس تحلیل مضمون متون دینی و منابع علمی، یافته‌ها به وضوح نشان داد که سواد رسانه‌ای، زمانی که در چارچوب ارزشی اسلام بازتعریف شود، می‌تواند به عاملی کلیدی در تقویت بصیرت دینی و شکل‌دهی به هویت اسلامی آگاهانه و مقاوم در نسل جوان تبدیل گردد.

در پاسخ به پرسش اصلی پژوهش، این فرآیند در سه سطح به وقوع می‌پیوندد: بعد شناختی سواد رسانه‌ای، با تکیه بر آیاتی مانند آیه ۱۹۰ آل عمران که بر تعقل تأکید دارد، بصیرت معرفتی جوان را تقویت کرده و توانایی تشخیص حق از باطل را در او نهادینه می‌کند. بعد تحلیلی-انتقادی، با استناد به مفاهیمی همچون «تبیین» (حجرات: ۶) و هشدارهای نهج‌البلاغه درباره فریبکاری، بصیرت اجتماعی-فرهنگی را در جوان پرورش داده و او را در برابر شبهات و تحریف‌های رسانه‌ای مقاوم می‌سازد. در نهایت، بعد اخلاقی-ارزشی، با الهام از مسئولیت‌پذیری در روایات، بصیرت عملی را تجسم بخشیده و جوان را به سمت انتخاب‌ها و کنش‌های مسئولانه در فضای مجازی رهنمون می‌سازد.

بنابراین دستاورد نهایی این پژوهش، ارائه الگویی ترکیبی است که نشان می‌دهد چگونه مهارت‌های نوین رسانه‌ای می‌توانند در مسیر ارزش‌های اصیل اسلامی قرار گیرند تا جوان امروز، نه یک مصرف‌کننده منفعل، که یک سازنده فعال هویت دینی در محیط پیچیده دیجیتال باشد. این الگو پاسخی عینی به شکاف موجود در ادبیات پژوهشی است و ظرفیت بالایی برای کاربرست در نظام‌های آموزشی (از طریق طراحی دوره‌های تلفیقی)، عرصه فرهنگی (با تولید محتوای بومی-اسلامی) و حوزه خانواده (با تقویت مصونیت فرهنگی) دارد.

از نظر پژوهشی، این تحقیق نشان داد که مطالعات اسنادی و کتابخانه‌ای ظرفیت بالایی برای تحلیل مفاهیم بنیادین دینی در پیوند با نظریه‌های ارتباطات دارد. با این حال، برای غنای بیشتر پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های آینده از روش‌های میدانی و داده‌محور مانند مصاحبه‌های

عمیق، تحلیل محتوای رسانه‌ها و پیمایش‌های میدانی بهره‌مند شوند تا الگوی پیشنهادی این پژوهش اعتبار تجربی بیشتری یابد. همچنین انجام پژوهش‌های تطبیقی میان کشورهای اسلامی می‌تواند به شناخت بهتر ظرفیت‌های سواد رسانه‌ای اسلامی در عرصه بین‌المللی کمک کند.

بر اساس یافته‌های این پژوهش، پیشنهادهای زیر قابل طرح است:

۱. طراحی دوره‌های آموزشی تلفیقی: ادغام آموزش سواد رسانه‌ای با مبانی اسلامی در مدارس و دانشگاه‌ها؛
 ۲. تربیت مربیان متخصص: آموزش نیروهایی که هم در علوم ارتباطات و هم در معارف اسلامی تسلط داشته باشند؛
 ۳. تولید محتوای بومی-اسلامی: حمایت از آثار رسانه‌ای متناسب با فرهنگ و ارزش‌های دینی برای الگوسازی اجتماعی؛
 ۴. تقویت پژوهش‌های بین‌رشته‌ای: گسترش همکاری میان رشته‌های علوم ارتباطات، علوم دینی و علوم اجتماعی برای طراحی مدل‌های کارآمدتر؛
 ۵. تمرکز بر نسل جوان: توجه ویژه به جوانان به‌عنوان مخاطب اصلی رسانه‌ها و طراحی برنامه‌های آموزشی-فرهنگی ویژه آنان.
- این پژوهش محدود به منابع اسنادی و کتابخانه‌ای بود و به داده‌های میدانی دسترسی نداشت. همچنین تمرکز پژوهش بیشتر بر متون اسلامی و منابع نظری بود و تحلیل تجربی محدودتری ارائه شد. بنابراین پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آینده، بررسی‌های میدانی و داده‌محور در سطح ملی و بین‌المللی صورت گیرد تا نتایج کاربردی‌تر و قابل‌سنجش‌تر ارائه شود.

References

The Holy Qur'an.

Nahj al-Balagha [Peak of Eloquence].

Azarioun, P. (2018). Examining the relationship between media literacy and religious attitudes among students of the Faculty of Humanities at Bu-Ali Sina University. *Quarterly Journal of Society, Culture, and Media*, 7(27), 87–99.

Borhan, M. (2011). Indicators and components of political insight. *Quarterly Journal of Political Knowledge*, 3(1), 45–62.

Buckingham, D. (2019). *The media education manifesto*. John Wiley & Sons.

Dollahite, D. C., & Marks, L. D. (2019). Positive youth religious and spiritual development: What we have learned from religious families. *Religions*, 10(10), 548. <https://doi.org/10.3390/rel10100548>

Esmaeili-Taba, S. M., Soltanifar, M., & Farhangi, A. A. (2020). Application of religious media literacy in confronting the harms of cyberspace as a contemporary emerging issue. *Quarterly Journal of Jurisprudential Research*, 17(1), 29–46.

Farhoosh, M., Radmard, H., Mirmohammadian, S. M. H., & Palangi, Z. (2017). The mediating role of family resilience in the relationship between Islamic lifestyle and life satisfaction. *Journal of Lifestyle Research*, 3(5), 79–101.

Forouzan, H., & Naghibzadeh, S. R. (2016). The educational function of media: A new communication discourse based on Islamic thought in Iran. *Journal of New Media Studies*, 2(8), 137–170.

Ghorayshi, S. H., Nazem, F., & Imani, M. N. (2019). Identifying the factors affecting the enhancement of media literacy and its impact on the Islamic lifestyle among the audience of the Islamic Republic of Iran Broadcasting. *Islamic Lifestyle with a Focus on Health*, 3(3), 188–198.

Golan, O. (2023). Introduction: Digital youth and religion. *Religions*, 14(6), 704. <https://doi.org/10.3390/rel14060704>

Hashmi, U. M., Rashid, R. A., & Ahmad, M. K. (2021). The representation of Islam within social media: A systematic review. *Information, Communication & Society*, 24(13), 1962–1981. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2020.1847165>

Hasoumi, T. (2022). Women's religious insight through the use of Qur'anic verses on women, family, and marriage. *Iranian Political Sociology*, 5(4), 4.

Hobbs, R. (2011). *Digital and media literacy: Connecting culture and classroom*. Corwin Press.

Islam, M. T. (2019). The impact of social media on Muslim society: From Islamic perspective. *International Journal of Social and Humanities Sciences*, 3(3), 95–114. <https://dergipark.org.tr/en/pub/ijshs/issue/50760/661414>

Jafarzadeh, R., Chitsaz, M. J., & Eskandarian, G. R. (2024). Characteristics and

indicators of the Islamic lifestyle: A meta-analysis. *National Studies Journal*, 25(4), 57–80.

Jandrić, P. (2019). The postdigital challenge of critical media literacy. *The International Journal of Critical Media Literacy*, 1(1), 26–37. <https://brill.com/view/journals/jcml/1/1/article-p26-26.xml>

Kellner, D., & Share, J. (2019). *The critical media literacy guide: Engaging media and transforming education* (Vol. 2). Brill.

King, P. E. (2019). Religion and identity: The role of ideological, social, and spiritual contexts. In *Beyond the self* (pp. 197–204). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203764688-11>

Livingstone, S. (2004). Media literacy and the challenge of new information and communication technologies. *The Communication Review*, 7(1), 3–14.

Mirbakhsh, S., Soltanifar, M., & Nasiri, B. (2022). Discourses governing media and information literacy education in Iran. *Religion and Communication*, 29(1), 223–254.

Moberg, M., & Sjö, S. (2020). *Digital media, young adults and religion*. Routledge.

Morgan, D. (2020). *The lure of images: A history of religion and visual media in America*. Routledge.

Pederson, R. (2023). An argument for including critical media literacy in EFL curriculum and pedagogy. *English Teaching*, 78(1), 169–195.

Potter, W. J. (2022). Analyzing the distinction between protectionism and empowerment as perspectives on media literacy education.

Rajabnejad, M. R., Haji, Y., Taleb, A. M., & Rajabnejad, S. (2012). Examining the Islamic lifestyle from the perspective of “Tayyibah Life” in the Qur’an. *Islamic Lifestyle with a Focus on Health*, 1(1), 9.

Shoaei, M. H. (2021). Ethical duties and requirements of Islamic media in the field of news and information dissemination. *Religion and Communication*, 28(2), 226–248.

Silverblatt, A., Miller, D. C., Smith, J., & Brown, N. (2014). *Media literacy: Keys to interpreting media messages*. ABC-CLIO.

Solahudin, D., & Fakhruroji, M. (2019). Internet and Islamic learning practices in Indonesia: Social media, religious populism, and religious authority. *Religions*, 11(1), 19. <https://www.mdpi.com/2077-1444/11/1/19>

Soltanifar, M. (2021). The role of insight in cultural resistance. *Islamic Culture*, 12(3), 144–160.

Sotoudehnia, M. R. (2008). Insight in the Qur’an with emphasis on verse 108 of Surah Yusuf. *Journal of Qur’anic and Hadith Studies*, 2(2), 141.

Sugimura, K., Matsushima, K., Hihara, S., Takahashi, M., & Crocetti, E. (2019). A culturally sensitive approach to the relationships between identity formation and religious beliefs in youth. *Journal of Youth and Adolescence*, 48(4), 668–679. <https://doi.org/10.1007/s10964-018-0920-8>

Tsuria, R., & Yadlin-Segal, A. (2021). Digital religion and global media: Flows, communities, and radicalizations. In *Handbook of global media ethics* (pp. 157–175). Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-32103-5-10>

Zaid, B., Fedtke, J., Shin, D. D., El Kadoussi, A., & Ibahrine, M. (2022). Digital Islam and Muslim millennials: How social media influencers reimagine religious authority and Islamic practices. *Religions*, 13(4), 335. <https://www.mdpi.com/2077-1444/13/4/335>

