

The Relationship Between Parents' Media Literacy and Digital Addiction in High School Students in Qom (2024)

Faezeh Farhoodi *

Assistant Professor, Social Sciences and Media,
University of Religions and Denominations, Qom,
Iran

Abstract

The present study aimed to investigate the relationship between parents' media literacy and the level of digital media addiction among female high school students in Qom province in the year 2024. This applied research employed a quantitative descriptive survey methodology to gather data. The statistical population included female secondary school students in Qom province, and based on Cochran's formula, a sample size of 257 participants was determined. Data collection was conducted using a 20-item questionnaire developed by Yang et al. (1998). The results demonstrated a significant negative correlation between all four dimensions of parents' media literacy—cognitive, emotional, aesthetic, and moral—derived from Potter's theory of media literacy, and students' addiction to digital media. The present study aimed to investigate the relationship between parents' media literacy and the level of digital media addiction among female high school students in Qom province in the year 2024. This applied research employed a quantitative descriptive survey methodology to gather data. The statistical population included female secondary school students in Qom province, and based on Cochran's formula, a sample size of 257 participants was determined. Data collection was conducted using a 20-item questionnaire developed by Yang et al. (1998). The results demonstrated a significant negative correlation between all four dimensions of parents' media literacy—cognitive, emotional, aesthetic, and moral—derived from Potter's theory of media literacy, and students' addiction to digital media. Overall, the

* Corresponding Author: f.farhudi@urd.ac.ir

How to Cite: Farhoodi, F. (2025). The Relationship Between Parents' Media Literacy and Digital Addiction in High School Students in Qom (2024), *Journal of New Media Studies*, 11(41), 271-298. DOI: 10.22054/nms.2025.82698.1775

findings underscore the crucial role of enhancing parents' media literacy—particularly the moral dimension—in mitigating digital media addiction among adolescents. Additionally, the results highlight the influence of parental demographics on the extent of students' media addiction, suggesting that targeted educational interventions for parents, especially those with lower educational attainment, could be effective in reducing digital media addiction among high school girls.

Extended Abstract:

Introduction

In recent years, the rapid growth of digital technologies and widespread access to new media have significantly changed how adolescents obtain information and interact. Smartphones, social media, online games, and other digital tools are now essential parts of young people's daily lives. While these technologies provide valuable opportunities for learning and communication, they also pose risks, such as the rising problem of digital media addiction among high school students. This addiction, marked by excessive use of digital platforms, can harm academic performance, mental health, and social relationships.

Addressing digital addiction requires identifying key mitigating factors, with parental media literacy playing a crucial role. Media literacy refers to the ability to critically access, analyze, and evaluate media content. Parents with higher media literacy are better equipped to understand the risks of media consumption and guide their children toward healthier usage patterns.

Potter's media literacy theory highlights four key dimensions—cognitive, emotional, aesthetic, and moral—that influence how individuals interpret media messages. Improving parents' skills in these areas can enhance their monitoring and communication with adolescents, thereby reducing the risk of digital addiction.

Given the increasing dependence on digital media among students and the prevalence of addictive behaviors, it is important to study the link between parents' media literacy and students' digital addiction. Understanding this connection can inform effective strategies to reduce digital dependence and promote healthier media engagement among youth.

Materials and Methods

This applied study used a quantitative descriptive survey design to explore the relationship between parents' media literacy and digital media addiction among female high school students. The population consisted of all female secondary school students in Qom province in the year 2024. Based on Cochran's formula, a sample of 257 students was selected to ensure representativeness.

Data were collected using a 20-item questionnaire adapted from Yang et al. (1998) to measure digital media addiction. Parents' media literacy was assessed according to Potter's framework, covering four dimensions: cognitive, emotional, aesthetic, and moral literacy.

The questionnaires were distributed to and completed by the participants. Data analysis involved using Spearman's correlation to examine the relationships between media literacy dimensions and digital addiction, and Chi-square tests to assess the impact of parental age and education on students' media addiction levels. A significance level of 0.05 was used for all tests to ensure reliability. Data analysis was performed using SPSS software.

Findings

The study revealed a statistically significant negative correlation between all four dimensions of parents' media literacy—cognitive, emotional, aesthetic, and moral—and the level of digital media addiction among female high school students. Among these dimensions, the moral aspect demonstrated the strongest inverse association with digital addiction (Spearman's $\rho = -0.312$), followed by the emotional (-0.257), cognitive (-0.145), and aesthetic (-0.117) dimensions. These results suggest that higher parental media literacy across these domains corresponds with lower incidences of digital media addiction in adolescents.

Moreover, the analysis identified significant relationships between parental demographic variables and students' digital media addiction. Both parents' age and educational level were significantly associated with addiction levels, with a p-value of 0.002. The Chi-square test further indicated that parents' educational attainment ($\chi^2 = 46.035$) had a more pronounced correlation with students' digital media addiction compared to parental age.

Collectively, these findings underscore the critical role of enhancing parents' media literacy—particularly the moral

dimension—in mitigating digital media addiction among adolescents. Additionally, the influence of parental demographics, especially educational background, highlights the importance of tailored educational interventions for parents as a strategy to reduce digital media addiction among high school students.

Discussion and Conclusion

This study found a significant negative relationship between parents' media literacy and digital media addiction in female high school students, with the moral dimension showing the strongest effect. This highlights the vital role of ethical awareness in preventing addictive behaviors, consistent with prior research on moral education.

Parental education and age were also significantly related to students' addiction levels, with education having a stronger influence. This suggests that more educated parents may be better equipped to monitor and regulate their children's media use effectively.

The findings underscore the need for targeted educational programs to enhance parents' media literacy, especially the moral dimension, to empower them as effective supervisors. Such programs are particularly important for parents with lower educational attainment to help reduce digital addiction among adolescents.


School administrators and relevant institutions should develop ongoing, structured family education programs—including workshops, seminars, counseling centers, and initiatives—to improve parents' knowledge of digital technologies and media risks. Raising awareness and providing tailored guidance to families can reduce digital addiction and strengthen parental monitoring.

In summary, improving parents' media literacy is essential to combat digital addiction in high school students. Future studies should explore the long-term impact of family-centered interventions promoting healthy digital media habits.

Keywords: Digital Addiction, Students, Digital Media, Media Literacy, Parents.



رابطه بین سواد رسانه‌ای والدین و اعتیاد به رسانه‌های دیجیتال در دانش‌آموزان متوسطه استان قم سال ۱۴۰۳

فائزه فرهودی  *
استادیار دانشکده مدیریت، علوم اجتماعی و رسانه، دانشگاه ادیان و مذاهب، قم،
ایران

چکیده

هدف پژوهش حاضر تعیین رابطه بین سواد رسانه‌ای والدین و میزان اعتیاد به رسانه‌های دیجیتال در دانش‌آموزان دختر مقطع متوسطه استان قم در سال ۱۴۰۳ بود. این پژوهش، کاربردی و از رویکرد کمی (پیمایشی توصیفی) جهت گردآوری داده‌ها استفاده شد. جامعه آماری دانش‌آموزان دختر مقطع متوسطه استان قم در سال ۱۴۰۳ بود که با فرمول کوکران و پس از تکمیل پرسشنامه‌ها، در نهایت تعداد ۲۵۷ نفر به‌عنوان نمونه آماری در نظر گرفته شد. ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه ۲۰ سؤالی یانگ و همکاران (۱۹۹۸) بود. نتایج حاکی از وجود رابطه معنادار و منفی بین تمامی ابعاد سواد رسانه‌ای والدین (ابعاد شناختی، عاطفی، زیبایی‌شناختی و اخلاقی برگرفته از نظریه سواد رسانه پاتر) و اعتیاد به رسانه‌های دیجیتال در دانش‌آموزان موردنظر بود. در بین ابعاد سواد رسانه‌ای، بعد اخلاقی در اولویت اول، سپس بعد زیبایی‌شناختی و بعد از آن بعد عاطفی سپس بعد شناختی در بین والدین بیشتر وجود داشت. بعد اخلاقی (با ضریب همبستگی اسپیرمن ۰٫۳۱۲-)، در اولویت اول، بعد عاطفی در اولویت دوم (۰٫۲۵۷-)، بعد شناختی (۰٫۱۴۵-) در اولویت سوم و در نهایت بعد زیبایی‌شناختی (۰٫۱۱۷-) با اعتیاد به رسانه‌های دیجیتال، رابطه معکوس دارند. بین سن و تحصیلات والدین و اعتیاد به رسانه‌های دیجیتال رابطه معناداری وجود دارد (سطح معنی‌داری ۰٫۰۰۲). با توجه به اینکه ضریب کاسکوئر در سطح تحصیلات، ۴۶٫۰۳۵ است؛ لذا بین سطح تحصیلات والدین و اعتیاد به رسانه‌های دیجیتال در دانش‌آموزان، رابطه قوی‌تری وجود دارد.

کلیدواژه‌ها: اعتیاد دیجیتال، دانش‌آموزان، رسانه‌های دیجیتال، سواد رسانه‌ای، والدین.

مقدمه

در دهه‌های اخیر همگام با تغییر سرعت رشد فناوری‌های نوین، تغییر و تحول در مصرف رسانه‌ای و نیز رفتارها و باورهای مخاطبان در مورد رسانه‌ها به‌ویژه رسانه‌های دیجیتال را شاهد هستیم. عمده این تحولات، در ورود رسانه‌های جدید از جمله تلویزیون‌های ماهواره‌ای، گوشی‌های هوشمند، بازی‌های رایانه‌ای و شبکه‌های اجتماعی به بخش‌هایی از زندگی مردم است به‌نحوی که بسیاری از فعالیت‌های روزمره آن‌ها در نبود این رسانه‌ها با اختلال جدی مواجه خواهد بود. مصرف رسانه‌ای، مجموعه‌ای از نیازها و الگوهای مخاطبان جهت استفاده از رسانه‌هاست. همچنین وضعیتی که فرد یا گروه به مدت زمان خاص در معرض رسانه قرار می‌گیرد و از آن‌ها حسب نیازمندی یا علاقه‌مندی خود استفاده می‌کند مصرف رسانه‌ای نامیده می‌شود (Tafawa et al., 2012)؛ نقل در بهادری خسروشاهی و برقی، (۱۳۹۷). با توجه به فراگیر شدن برقراری ارتباطات اجتماعی جدید به‌واسطه استفاده از رسانه‌های دیجیتال، جوانان و نوجوانان بیشترین و متنوع‌ترین مصرف رسانه‌ای از این بستر را دارند (Zahniser, 2000)؛ نقل در هزارجریبی و صفری شالی، (۱۳۹۱)؛ بنابراین پدیده اعتیاد مجازی در بین جوانان و نوجوانان بیش از سایر مخاطبان شایع است. در پی استفاده روزافزون از فضای مجازی به مدت طولانی، نوعی وابستگی کاذب در کاربران ایجاد می‌شود که رهایی از آن امری دشوار است و این وابستگی کاذب تا جایی پیش می‌رود که به «اعتیاد دیجیتال» منجر خواهد شد. چنانچه کاربر در هفته بین ۲ تا ۳ ساعت از فضای مجازی استفاده کند، کاربر معمولی و چنانچه میزان استفاده وی به بیش از ۸ ساعت برسد، دچار اعتیاد دیجیتال است و رفتارهای او می‌بایست مورد بررسی‌های آسیب‌شناسانه قرار گیرد (Lim, 2004)؛ نقل در فرقانی و خدامرادی، (۱۳۹۸). وابستگی روزافزون جوانان به رسانه‌های دیجیتال و صرف زمان‌های طولانی برای لایک کردن، انتشار پست و امتحان کردن سایر قابلیت‌های این رسانه‌ها، نوعی از اعتیاد دیجیتال است (Ofcom, 2014). جوانان و نوجوانان به‌واسطه قرار گرفتن در دهکده جهانی بدون شک از تغییرات حال حاضر مصون نخواهند بود. در چنین فضای انفجار اطلاعات و حاکمیت اشباع

رسانه‌ای در جهان همه نیاز دارند که چتری بر سر بگیرند و نوعی رژیم مصرف رسانه‌ای اتخاذ کنند. دستیابی به این رژیم مصرف در سایه استفاده از سواد رسانه‌ای ممکن خواهد بود (بهادری خسروشاهی و برقی، ۱۳۹۷). سواد رسانه‌ای نوعی درک متکی بر مهارت است که بر اساس آن می‌توان انواع رسانه‌ها را از یکدیگر تمیز داد و سعی دارد آگاهی افراد را در زندگی روزمره افزایش دهد و به کاربران کمک کند تا بینش‌ها و باورهای مردم را در رسانه‌ها مورد ارزیابی قرار دهند و نگاهی انتقادی به محتوای رسانه‌ها داشته باشند (Nakayama, 2020؛ نقل در ابهرزنجانی و خرمند، ۱۴۰۰) تأثیر نقش والدین بر رابطه فرزندشان با رسانه‌ها طیفی از مصرف همه رسانه‌ها در شبانه‌روز تا هیچ رسانه‌ای را تشکیل می‌دهد (Kundanis, 2016) به عبارت دیگر می‌توان گفت کنترل والدین بر میزان مصرف رسانه فرزندان (حذف کامل، استفاده نامحدود و بدون نظارت) به میزان سواد رسانه والدین وابسته است؛ اما اینکه ابعاد مختلف سواد رسانه والدین (بعد شناختی، عاطفی، اخلاقی و زیبایی‌شناختی) چه رابطه‌ای با اعتیاد به رسانه‌های دیجیتال دانش آموزان دارد بر ما پوشیده است که در پژوهش حاضر قرار است به آن پرداخته شود. بر اساس نظریه یانگ^۱ (۱۹۹۸) معتاد به فضای مجازی کسی است که حداقل ۳۸ ساعت در هفته (یا ۸ ساعت در روز) جهت استفاده از اینترنت وقت خود را صرف می‌کند. این اعتیاد با پیامدهای منفی هیجانی، روان‌شناختی و اجتماعی مرتبط است. بر پایه این نظریه، معتبرترین پرسشنامه اعتیاد به اینترنت توسط یانگ تدوین شد که در ۲۰ آیتم طراحی شده و به روش لیکرت نمره‌گذاری شده است. گزاره‌های این آزمون افراد را در سه گروه طبقه‌بندی می‌کند: کاربر عادی؛ کاربر در آستانه اعتیاد؛ که بر اثر استفاده زیاد دچار مشکلاتی شده است اما این مشکلات آن‌قدر زیاد نیستند که نیاز به درمان و پیگیری داشته باشد؛ و کاربر معتاد که استفاده بیش از حد او را وابسته کرده و نیاز به درمان دارد.

بیان مسئله

در عصر دیجیتال که رسانه‌های دیجیتال به بخش جدایی‌ناپذیر از زندگی روزمره تبدیل

شده‌اند و تأثیرات عمیقی بر رفتار و الگوهای اجتماعی افراد، به‌ویژه نسل جوان و دانش‌آموران، دارند، پدیده اعتیاد دیجیتال به نحو چشم‌گیری به‌ویژه در این قشر افزایش یافته است. این اعتیاد می‌تواند منجر به مشکلات متعددی از جمله کاهش تمرکز، افت تحصیلی و اختلالات اجتماعی شود. از سوی دیگر، سواد رسانه‌ای والدین به‌عنوان یک عامل کلیدی در شکل‌گیری رفتارهای رسانه‌ای فرزندان مطرح است. سواد رسانه‌ای شامل توانایی تحلیل، ارزیابی و تولید محتوا در رسانه‌هاست و والدین با داشتن این مهارت‌ها می‌توانند الگوهای مثبت استفاده از رسانه را برای فرزندان خود فراهم کنند. با این حال، در بسیاری از خانواده‌ها، والدین ممکن است فاقد سواد رسانه‌ای کافی باشند و این موضوع می‌تواند بر نحوه تعامل فرزندان با رسانه‌های دیجیتال تأثیر بگذارد؛ بنابراین، بررسی رابطه بین سواد رسانه‌ای والدین و اعتیاد به رسانه‌های دیجیتال در دانش‌آموزان متوسطه از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. این تحقیق سعی دارد تا با شناسایی این رابطه، به درک بهتر چالش‌ها و فرصت‌های موجود در زمینه استفاده از رسانه‌های دیجیتال پردازد و راهکارهایی برای ارتقاء سواد رسانه‌ای والدین ارائه دهد که بتواند به کاهش اعتیاد به رسانه‌های دیجیتال در دانش‌آموزان کمک کند. جهت سنجش سواد رسانه‌ای والدین از نظریه سواد رسانه‌ای جیمز پاتر استفاده شد که در واقع اساس پژوهش حاضر بر پایه این نظریه استوار است. او معتقد است سواد رسانه‌ای که نوعی فرآیند چندبعدی است مجموعه‌ای از چشم‌اندازهاست که جهت قرار گرفتن در معرض رسانه‌ها از آن‌ها استفاده می‌شود تا کاربران معنای پیام‌هایی را که با آن روبه‌رو می‌شوند بتوانند تحلیل و تفسیر کنند (Potter, 2010, 17). از دیدگاه پاتر؛ سواد رسانه‌ای از رهیافت شناختی دارای چهار بعد است؛ (بعد شناختی) که دانش و اطلاعات قبلی مخاطبین نسبت به محتوای پیامی است که از یک رسانه خاص انتقال داده می‌شود و این حوزه به اطلاعات واقع‌بنیاد دلالت دارد (تاریخ‌ها، اسامی، تعاریف و امثال آن). (بعد احساسی) که میزان پیامدهای احساسی مثبت و یا منفی است که مخاطبین نسبت به محتوای پیام رسانه‌ای خاص قائل می‌باشند. احساساتی همچون عشق، نفرت، خشم، شادی و ناامیدی، سردرگمی، تردید، دودلی و ... (بعد

زیبایی‌شناختی) که اطلاعاتی درباره روش و چگونگی تولید پیام است که این اطلاعات بنیانی زمینه لازم را برای مخاطبین به منظور قضاوت در مورد نویسندگان، بازیگران، طراحان، نوازندگان، نورپردازان و... بسته به اینکه پیام از چه رسانه‌ای انتقال داده می‌شود؛ فراهم می‌کند و (بعد اخلاقی) که اطلاعات اخلاقی و ارزشی است که در ضمیر مخاطبین جای دارند و بنیانی برای قضاوت راجع به درست و غلط را فراهم می‌کنند. در این بعد، ارزش‌های نهفته در پیام‌های رسانه‌ای با عمق بیشتری درک می‌شود و قضاوت درباره آن ارزش‌ها دقیق‌تر و منطقی‌تر خواهد بود (Potter, 2010, 19-21). در پژوهش حاضر ۴ بعد سواد رسانه‌ای جیمز پاتر (شناختی، احساسی، زیبایی‌شناختی و اخلاقی) در مورد والدین مورد بررسی قرار گرفته است.

ضرورت و اهمیت پژوهش (نظری و عملی)

در عصر جدید و با پیشرفت سریع فناوری‌های نوین و ورود رسانه‌های دیجیتال به زندگی روزمره، تغییرات عمده‌ای در رفتارها و باورهای افراد به‌ویژه جوانان و نوجوانان مشاهده شده که این تغییرات منجر به افزایش مصرف رسانه‌ای و ظهور پدیده‌ای به نام «اعتیاد دیجیتال» شده که به‌طور خاص در بین دانش‌آموزان متوسطه شایع است (Kuss & Griffiths, 2012). بررسی رابطه بین سواد رسانه‌ای والدین و اعتیاد به رسانه‌های دیجیتال در دانش‌آموزان، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است به‌نحوی که این پژوهش می‌تواند به غنای ادبیات علمی در زمینه سواد رسانه‌ای و اعتیاد دیجیتال کمک کند و به شناسایی ابعاد مختلف سواد رسانه‌ای والدین (شناختی، عاطفی، اخلاقی و زیبایی‌شناختی) بپردازد. از منظر عملی، نتایج این پژوهش می‌تواند به والدین، معلمان و سیاست‌گذاران آموزشی کمک کند تا راهکارهایی برای ارتقاء سواد رسانه‌ای والدین ارائه دهند. با افزایش آگاهی والدین درباره تأثیرات رسانه‌های دیجیتال بر فرزندانشان، می‌تواند الگوهای مثبت استفاده از رسانه را برای فرزندان خود فراهم کنند و به کاهش اعتیاد دیجیتال در آنان کمک کنند (Hobbs, 2010). همچنین، این تحقیق می‌تواند به طراحی برنامه‌های آموزشی و کارگاه‌های آموزشی برای والدین منجر شود که هدف آن‌ها افزایش

سواد رسانه‌ای و توانمندسازی خانواده‌ها در مدیریت مصرف رسانه‌ای فرزندان (Levine, ۲۰۱۶) است. از منظر پیامدهای اجتماعی باید گفت با توجه به اثرات اعتیاد دیجیتال بر سلامت روانی، اجتماعی و تحصیلی دانش‌آموزان (Kuss & Griffiths, 2012) و (Przybylski & Weinstein, 2019)، این پژوهش می‌تواند به شناسایی راهکارهایی برای کاهش این آسیب‌ها کمک کند. با ارتقاء سواد رسانه‌ای والدین و کنترل بهتر مصرف رسانه‌ای فرزندان، می‌توان به بهبود کیفیت زندگی اجتماعی و روانی جوانان کمک کرد. همچنین، با توجه به نظریه‌های مختلف مانند نظریه یانگ (۱۹۹۸) (درباره اعتیاد دیجیتال) و نظریه کاشت (Gerbner, 1998) این پژوهش می‌تواند ابعاد مختلف سواد رسانه‌ای را بررسی کرده و نقش آن را در کاهش اعتیاد دیجیتال تحلیل کند. به‌طور کلی، پژوهش حاضر نه تنها از منظر نظری اهمیت دارد بلکه می‌تواند تأثیرات عملی قابل توجهی بر روی خانواده‌ها و جامعه داشته باشد.

چارچوب نظری

با توجه به موضوع پژوهش حاضر از نظریه یانگ به‌عنوان یکی از اصلی‌ترین نظریه‌های اعتیاد به فضای مجازی استفاده شد. به نظر می‌رسد یکی از عوامل مؤثر در کاهش اثرات مخرب و آسیب‌های استفاده بیش از حد از فضای مجازی، سواد رسانه‌ای است. الیزابت تامن^۲ در نظریه خود بیان می‌کند که سواد رسانه یعنی توانایی تغییر و ایجاد مفاهیم شخصی از هزاران نماد آوایی و دیداری که به شکل روزمره از رسانه‌ها دریافت می‌کنیم (Thoman, 2001, 11). به اعتقاد تامن، سواد رسانه ای شبیه یک فیلتر عمل می‌کند که دارای سه لایه است و صحت پیام را اعتبارسنجی می‌کنند. در لایه اول، تمرکز روی انتخاب رسانه است. در لایه دوم به این سؤالات پاسخ داده می‌شود که چه کسی از ارسال پیام سود می‌برد یا چه کسی ضرر می‌کند؛ و در لایه سوم ابعادی از پیام مورد توجه قرار می‌گیرد که حذف یا نادیده گرفته شده است. نظریه دیگری که پژوهش حاضر آن را مبنا

^۲Thoman, E

قرار داده نظریه تزریقی^۳ (گلوله جادویی) است که برگرفته از رویکرد رفتارگرایی در روانشناسی است (McQuail, 2009, 72). مطابق این نظریه پیام رسانه به صورت مستقیم به مخاطب تزریق می‌شود و مخاطبان کاملاً منفعل هستند و نمی‌توانند از تأثیر رسانه‌ها بگریزند. با توجه به اینکه در پژوهش حاضر اعتیاد نوجوانان دانش‌آموز به رسانه‌های دیجیتال مورد بررسی قرار گرفته و طبق نظر یانگ فرد معتاد به اینترنت کسی است که به شدت به آن وابسته است به نوعی که راه‌گزینی جز استفاده طولانی‌مدت از رسانه‌های دیجیتال ندارد لذا تحت تأثیر و نفوذ شدید رسانه‌ها قرار دارد و کاربر معتاد به دیجیتال، به دلیل انفعالی عمل کردن، نمی‌تواند از تأثیر رسانه‌ها بر افکار، رفتار و ویژگی‌های روان‌شناختی خود بگریزد. لذا نظریه تزریقی مرتبط با پژوهش حاضر است. با افول نظریه تزریقی، دیدگاه جدیدی ظهور کرد که از آن به نظریه کاشت تعبیر می‌شود و در پژوهش حاضر نیز از آن بهره گرفته شده است. کاشت، به پیامدهای ساده و فراگیر استفاده زیاد از رسانه‌ها اشاره دارد. گربنر^۴ معتقد است رسانه‌ها تصویری کاذب از حقیقت به مخاطب خود عرضه می‌کنند تا آنجا که مخاطب از تفسیر محتوای رسانه دست برمی‌دارد و به جای آنکه حقیقت عینی پیرامون خود را بیابد تمایل پیدا می‌کند حقیقت بودن تصاویر و پیام‌های رسانه‌ها را باور کند. گربنر با تفاوت قائل شدن بین مخاطب عادی و پرمصرف، تأثیر زیاد رسانه‌ها بر مخاطب پرمصرف را اثبات می‌کند (Gerbner, 1998)؛ نقل در مهدی زاده، (۱۳۹۱). بدین جهت با توجه به اینکه افراد معتاد به فضای مجازی، از جمله افراد پرمصرف هستند که به دلیل وابستگی زیاد به رسانه‌های دیجیتال، نظام ارزشی آن‌ها متأثر از محتوای آن رسانه‌ها خواهد بود و تدریجاً ارزش‌ها، باورها و محتوای افکار آن‌ها همسو و نشأت گرفته از محتوای رسانه‌ها خواهد بود به عبارت دیگر معتاد به فضای مجازی قدرت تحلیل و نقد پیام نخواهد داشت و آنچه رسانه به او القا کند می‌پذیرد. نظریه استفاده و رضامندی^۵ با اتخاذ رویکردی کارکردگرایانه به ارتباطات و رسانه، مهم‌ترین نقش رسانه‌ها را برآورده

^۳Hypodermic needle model

^۴Cultivation Theory

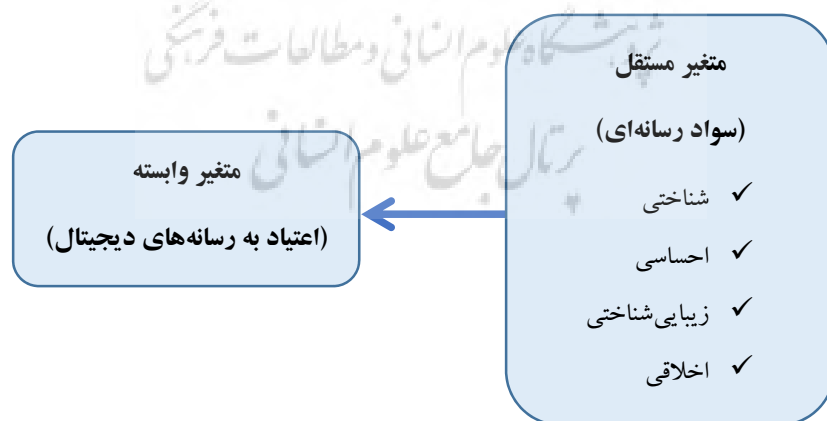
^۵Gerbner, G

^۶Uses and gratification

ساختن نیازها و انگیزه‌های مخاطب می‌داند بنابراین به هر میزان که رسانه‌ها این نیازها را برآورده سازند به همان میزان موجبات رضایتمندی مخاطب را فراهم می‌کنند (McQuail, ۳۳۳, ۲۰۰۹). فرض اصلی این نظریه این است که افراد کم‌وبیش به صورت فعال به دنبال محتوایی هستند که بیشترین رضایت را برای آنان فراهم کند (مهدی زاده، ۱۳۹۱، ۷۴). مخاطب معتاد به رسانه‌های دیجیتال، آن قدر به محتوای رسانه وابسته است که بدون استفاده از آن نه تنها احساس رضایت نخواهد داشت بلکه ممکن است دچار اختلالات عصبی و واکنش‌های شدید به عدم دسترسی به این رسانه‌ها را از خود بروز دهد. پس استفاده از رسانه‌ها برای او احساس رضایت و خشنودی را به همراه دارد اگرچه این رضایت کاذب و در نهایت آسیب‌زا باشد.

بنابراین هدف اصلی پژوهش حاضر تعیین رابطه بین سواد رسانه‌ای والدین و اعتیاد به رسانه‌های دیجیتال در دانش آموزان متوسطه استان قم در سال ۱۴۰۳ است که بر این اساس تعیین رابطه بین ابعاد چهارگانه شناختی، احساسی، زیبایی‌شناختی و اخلاقی سواد رسانه‌ای والدین و اعتیاد به رسانه‌های دیجیتال در دانش آموزان دختر دوره متوسطه استان قم در سال ۱۴۰۳، اهداف فرعی پژوهش حاضر محسوب می‌شود. مدل مفهومی پژوهش در ذیل نشان داده شده است:

شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش



پیشینه پژوهش

سلیمانی، محمدخانی و زهراکار (۱۴۰۲) در تدوین مدل علائم نوموفوبیا^۷ در دانش آموزان به این نتیجه دست یافتند که این مدل بر اساس سبک دلبستگی، سواد رسانه‌ای و منبع کنترل با میانجی‌گری اعتیاد به اینترنت با داده‌های تجربی برازش دارد (سطح معناداری کمتر از ۰,۰۵). تقی‌زادگان (۱۴۰۲) به تحلیل میانجی‌گری والدین در استفاده کودکان از فضای مجازی پرداخته و به این نتیجه رسیده که آگاهی محدود والدین نسبت به خطرات احتمالی فضای مجازی، شکاف سواد رسانه‌ای والدین و فرزندان و درنهایت کاهش صلاحیت دیجیتال والدین باعث شده که نقش والدگری آن‌ها در خصوص میزان اعتیاد به فضای مجازی کودکان با چالش و بحران جدی مواجه شود. سالمی و همکاران (۱۴۰۱) به الگویی در تحلیل مسیر سواد رسانه‌ای سلامت دست یافتند که نشان می‌دهد با افزایش ضریب نفوذ اینترنت، شکاف دیجیتال بیش از دسترسی و میزان استفاده کاربران از رسانه‌های نوین به نحوه استفاده آن‌ها از این ابزار بستگی دارد. همچنین تحصیلات و سن کاربران در میزان رژیم مصرف رسانه‌ای آن‌ها بسیار اثرگذار است. همچنین ضرب استجابی و همکاران (۱۴۰۱) نیز اعلام کردند که بین میانگین نمرات استفاده مشکل‌زا از اینترنت، مشکلات اخلاقی نوجوانان در فضای سایبر و اعتیاد آن‌ها به فضای مجازی در پس‌آزمون و پیگیری وجود دارد و آموزش سواد رسانه‌ای تأثیر زیادی بر رفع این مشکلات خواهد داشت. خلج‌آبادی فراهانی و کیانی‌علی‌آبادی (۱۴۰۱)، به نقش والدین بر مصرف رسانه‌ای نوجوانان اشاره کردند و نشان دادند که یکی از مهم‌ترین عوامل خانوادگی مؤثر بر مصرف نامتعارف رسانه‌ای نوجوانان، عدم سواد رسانه‌ای والدین است. همان‌گونه که ابهرزنجانی و خردمند (۱۴۰۰) نیز به این نتیجه رسیدند که سواد رسانه‌ای والدین، نقش مؤثری در کاهش آسیب‌های فضای مجازی و افزایش امنیت روانی خانواده‌ها دارد؛ اما فیاض‌پور (۱۴۰۰) اثر اعتیاد به شبکه‌های مجازی را بر متغیر بحران هویت نوجوان اثبات

۷ نوموفوبیا به معنای استفاده مشکل‌زا از گوشی‌های تلفن همراه در نظر گرفته شده است لذا یک ترس موقعیتی است که در زیرمجموعه فوبی‌ها قرار می‌گیرد که موجب شکل‌گیری بسیاری از علائم بالینی مانند افسردگی، اضطراب، احساس تنهایی، اختلال وسواس و سایر اختلالات روانی شده است (بوگو و همکاران، ۲۰۲۲)

کرد ($r=0.417$). رضاداد و شعاعی (۱۳۹۹) نیز با تأکید بر نقش سواد رسانه والدین و نوجوانان، به تأثیر این متغیر بر واکنش نوجوانان نسبت به پیام‌های رسانه‌ها پرداختند و نشان دادند که سواد رسانه باعث کاهش پذیرش محتوای منفی رسانه‌ها توسط افراد می‌شود و پذیرش آن‌ها نسبت به پیام‌های مثبت و آموزنده بیشتر خواهد بود و به‌طور کلی میزان سلامت خانوادگی افزایش می‌یابد و در نتیجه مشکلات هیجانی رفتاری نوجوانان کاهش خواهد یافت. یافته‌های پژوهش اسدی (۱۳۹۹) نشان داد که بین ویژگی‌های جمعیت‌شناختی والدین، اقدام‌های مراقبتی، سطح سواد رسانه‌ای آن‌ها و نیز منطقه آموزشی نوجوانان و میزان و نوع مصرف رسانه‌ای فرزندان نوجوان رابطه معناداری وجود دارد. فرقانی و خدامرادی (۱۳۹۸) نیز به این نتیجه رسیدند که تمام ابعاد سواد رسانه (تفکر انتقادی؛ دسترسی و استفاده؛ توانایی تحلیل و ارزیابی؛ توانایی تولید پیام؛ و توانایی برقراری ارتباط با سازندگان پیام) بر کنترل و تعدیل اعتیاد اینترنتی دانش‌آموزان تأثیر به‌سزایی دارند. در همین راستا بهادری خسروشاهی و برقی (۱۳۹۷) به این یافته رسیدند که توجه به سواد رسانه‌ای والدین و هویت اجتماعی می‌تواند نقش مؤثری بر رژیم مصرف رسانه‌ای نوجوانان داشته باشد. شجاعی و همکاران (۱۳۹۵) به بررسی تأثیر سواد رسانه‌ای بر پرخاشگری نوجوانان که اغلب کاربران بازی‌های رایانه‌ای خشن بودند پرداختند و به این نتیجه دست یافتند که آموزش سواد رسانه‌ای می‌تواند میزان پرخاشگری کاربران نوجوان بازی‌های رایانه‌ای خشن را کاهش دهد. گنجاندن مبانی سواد رسانه‌ای در متون درسی و تولید و پخش برنامه‌های پیشگیرانه در این زمینه ضرورت دارد. منتظر قائم و حاجی کاظم طهرانی (۱۳۹۳)، شیوه‌های نظارتی والدین بر مصرف رسانه‌ای نوجوانان را بررسی کردند و به این نتیجه رسیدند که «استفاده همراهانه» و «انتخاب جایگزین برای مصرف رسانه‌های ماهواره‌ای» دو شیوه اصلی نظارت مقتدرانه والدین است که متأثر از سواد رسانه‌ای آن‌ها خواهد بود.

از مرور پژوهش‌های سابق می‌توان به این نتیجه رسید که تاکنون پژوهش‌های مختلفی در هر دو حوزه سواد رسانه‌ای و اعتیاد به رسانه‌های دیجیتال انجام شده است اما در عمده

پژوهش‌ها ابعاد رسانه‌ای سواد رسانه‌ای موردسنجش قرار گرفته است (تفکر انتقادی، تحلیل پیام، ارتباط با سازندگان پیام، دسترسی و استفاده از پیام، تولید پیام رسانه‌ای) و در کمتر پژوهشی سواد رسانه‌ای با رویکرد شناختی پرداخته شده است. همچنین در پژوهش‌های مختلف به عوامل مؤثر بر اعتیاد دیجیتال کودکان و نوجوانان پرداخته شده است اما در هیچ پژوهشی به بررسی رابطه سواد رسانه‌ای والدین از رهیافت شناختی و اعتیاد به رسانه‌های دیجیتال دانش آموزان بررسی نشده است.

روش

این تحقیق از حیث هدف، کاربردی است و از رویکرد کمی (روش پیمایشی توصیفی) جهت گردآوری داده‌ها استفاده شده است. جامعه آماری دانش آموزان دختر مقطع متوسطه استان قم در سال ۱۴۰۳ هستند. تعداد کل دانش آموزان دختر استان قم در سال ۱۴۰۳ بیش از ۱۰۸ هزار نفر بوده^۹ که از این تعداد بیش از ۳۰ هزار نفر در مقطع متوسطه تحصیل می‌کنند. از روش نمونه‌گیری غیرتصادفی خوشه‌ای استفاده شد تا از تمام دانش آموزان متوسطه مناطق مختلف استان قم، در نمونه آماری موردنظر، نماینده‌ای وجود داشته باشد. جهت نمونه‌گیری از فرمول کوکران استفاده شد و چون تعداد جامعه آماری بیش از ۱۰ هزار نفر است لذا تعداد نمونه بر اساس کوکران، ۳۸۴ نفر خواهد بود. در نهایت پس از توزیع پرسشنامه، تعداد ۲۵۷ پرسشنامه تکمیل و به محقق تحویل داده شد. در پژوهش حاضر سواد رسانه‌ای والدین از رهیافت شناختی موردبررسی قرار گرفته که بر این اساس جهت گردآوری داده‌ها، از ابزار پرسشنامه سواد رسانه‌ای جمیز پاتر با ۴ بعد (شناختی، عاطفی، زیبایی شناختی و عاطفی) استفاده شده که در قالب طیف لیکرت ۵ درجه‌ای است که شامل ۲۶ سؤال است. همچنین جهت گردآوری داده‌های مربوط به میزان اعتیاد به رسانه‌های دیجیتال از پرسشنامه ۲۰ سؤالی که توسط یانگ^{۱۰} و همکاران (۱۹۹۸) تهیه و اعتباریابی شده استفاده شده است؛ جهت سنجش روایی پرسشنامه‌ها، از نظرات استادان

www.old.roshd.ir برگرفته از آمار مندرج در پایگاه مدارس استان قم

^۹Young, K.

رسانه دانشگاه ادیان و مذاهب استفاده شد. همچنین جهت سنجش پایایی پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. با توجه به اینکه ضرایب آلفای ابعاد هر دو متغیر پژوهش (اعتیاد به رسانه‌های دیجیتال و سواد رسانه‌ای) بالای ۰,۷ است لذا پایایی هر دو پرسشنامه تأیید شد. بر مبنای ۴ بعد سواد رسانه‌ای، فرضیات ذیل تعریف شد:

۱. بین بعد شناختی سواد رسانه‌ای والدین و اعتیاد به رسانه‌های دیجیتال در دانش‌آموزان دختر دوره متوسطه استان قم در سال ۱۴۰۳ رابطه منفی و معناداری وجود دارد.
۲. بین بعد عاطفی سواد رسانه‌ای والدین و اعتیاد به رسانه‌های دیجیتال در دانش‌آموزان دختر دوره متوسطه استان قم در سال ۱۴۰۳ رابطه منفی و معناداری وجود دارد.
۳. بین بعد زیبایی‌شناختی سواد رسانه‌ای والدین و اعتیاد به رسانه‌های دیجیتال در دانش‌آموزان دختر دوره متوسطه استان قم در سال ۱۴۰۳ رابطه منفی و معناداری وجود دارد.
۴. بین بعد اخلاقی سواد رسانه‌ای والدین و اعتیاد به رسانه‌های دیجیتال در دانش‌آموزان دختر دوره متوسطه استان قم در سال ۱۴۰۳ رابطه منفی و معناداری وجود دارد.
۵. بین ویژگی‌های جمعیت‌شناختی (سن و سطح تحصیلات) و سواد رسانه‌ای والدین و اعتیاد به رسانه‌های دیجیتال در دانش‌آموزان دختر دوره متوسطه استان قم در سال ۱۴۰۳ رابطه معناداری وجود دارد.

یافته‌ها

در بخش یافته‌های توصیفی به ارائه اطلاعاتی در مورد ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخ‌دهندگان پرداخته می‌شود. سپس جداول تجمعی مربوط به هر دو متغیر پژوهش ارائه خواهد شد.

جدول ۱. اطلاعات جمعیت‌شناختی (سن)

بازه سنی	فراوانی	درصد
۲۵-۳۴ سال	۱۷۵	۰,۶۹
۳۵-۴۴ سال	۴۵	۰,۱۷
۴۵-۵۴ ساله	۳۷	۰,۱۴
جمع	۲۵۷	۱,۰۰

رابطه بین سواد رسانه‌ای والدین و اعتیاد به رسانه‌های دیجیتال ...؛ هفهودی | ۲۸۷

بر مبنای یافته‌های به‌دست آمده، بیشترین تعداد پاسخگویان در بازه سنی ۲۵-۳۴ سال (۱۷۵ نفر) قرار داشته‌اند.

جدول ۲. اطلاعات جمعیت شناختی (تحصیلات)

مقطع تحصیلی	فراوانی	درصد
دیپلم	۴۷	۰,۱۸
کارشناسی	۱۸۱	۰,۷۰
کارشناسی ارشد	۲۳	۰,۰۹
دکتری	۶	۰,۰۳
جمع	۲۵۷	۱,۰۰

بر اساس داده‌های جدول ۲، بیشترین تعداد پاسخگویان در مقطع تحصیلی کارشناسی (۱۸۱ نفر) قرار دارند و کمترین تعداد آن‌ها در مقطع تحصیلی دکتری (۶ نفر) بودند. جهت توصیف داده‌ها از میانگین حسابی و انحراف معیار استفاده شد و جهت تحلیل داده‌ها از آزمون همبستگی پیرسون (جهت سنجش رابطه بین متغیر مستقل و وابسته پژوهش) و آزمون کاسکوئر (جهت سنجش رابطه متغیرهای دموگرافیک سن و تحصیلات با متغیرهای پژوهش) استفاده شد.

جدول ۳. جدول تجمعی سؤالات پرسشنامه اعتیاد به رسانه‌های دیجیتال و ابعاد سواد رسانه

انحراف معیار	میانگین حسابی	فراوانی					
		خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	
۱,۰۳۳	۳,۲۲	۳۷	۸۱	۱۰۲	۲۲	۱۵	اعتیاد به رسانه‌های دیجیتال
۰,۷۸۱	۳,۵۲	۵۸	۹۲	۸۱	۱۹	۷	بعد شناختی
۰,۶۴۱	۳,۱۷	۳۹	۱۰۴	۸۳	۲۱	۱۰	بعد عاطفی
۰,۸۵۱	۳,۶۱	۶۱	۱۱۹	۳۵	۱۵	۲۷	بعد زیبایی شناختی
۰,۷۸۱	۳,۵۲	۷۶	۱۱۵	۳۱	۱۱	۲۴	بعد اخلاقی

با توجه به جدول ۳، مشخص شد که ۱۰۲ نفر از دانش آموزان در حد متوسط به رسانه‌های

دیجیتال اعتیاد دارند. سواد رسانه ۹۲ نفر از والدین در بعد شناختی، زیاد است، ۱۰۴ نفر بعد عاطفی و ۱۱۹ نفر از بعد زیبایی شناختی بالایی برخوردار بودند؛ و ۱۱۵ نفر بعد اخلاقی بالایی داشتند. به این ترتیب در بین ابعاد رسانه‌ای بعد اخلاقی در اولویت اول، سپس بعد زیبایی شناختی و بعد از آن بعد عاطفی سپس بعد شناختی در بین والدین بیشتر وجود داشته است. در بخش یافته‌های استنباطی به آزمون فرضیه‌های پژوهش پرداخته شده است:

- بین ابعاد سواد رسانه‌ای والدین (شناختی، عاطفی، زیبایی شناختی و اخلاقی) و اعتیاد به رسانه‌های دیجیتالی دانش آموزان دختر دوره متوسطه استان قم در سال ۱۴۰۳ رابطه معناداری وجود دارد.

جدول ۴. نتایج آزمون اسپیرمن

متغیرها	ضریب همبستگی اسپیرمن	سطح معناداری
بعد شناختی سواد رسانه و اعتیاد به رسانه‌های دیجیتال	-۰,۱۴۵	۰,۰۰۱
بعد عاطفی سواد رسانه و اعتیاد به رسانه‌های دیجیتال	-۰,۲۵۷	۰,۰۰۰
بعد زیباشناختی سواد رسانه و اعتیاد به رسانه‌های دیجیتال	-۰,۱۱۷	۰,۰۰۳
بعد اخلاقی سواد رسانه و اعتیاد به رسانه‌های دیجیتال	-۰,۳۱۲	۰,۰۰۲

با توجه به اینکه تمامی متغیرهای فوق، متغیرهای ترتیبی هستند، از ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده شده که در جدول ۴، ضریب همبستگی ابعاد سواد رسانه والدین و اعتیاد به رسانه‌های دیجیتال دانش آموزان نشان داده شده است. ضریب همبستگی اسپیرمن در رابطه بین ابعاد سواد رسانه‌ای والدین و اعتیاد به رسانه‌های دیجیتال نشان داده شده و سطح معناداری در همه ابعاد کمتر از ۰,۰۵ است لذا بین تمام ابعاد سواد رسانه و اعتیاد به رسانه‌های دیجیتال رابطه وجود دارد. این ضریب در تمام ابعاد منفی است بدین معنا که هراندازه ابعاد سواد رسانه والدین افزایش یابد، میزان اعتیاد به رسانه‌های دیجیتال در دانش آموزان کاهش می‌یابد. بعد اخلاقی بیشترین رابطه معکوس (با ضریب همبستگی اسپیرمن -۰,۳۱۲)، بعد عاطفی در اولویت دوم (-۰,۲۵۷)، بعد شناختی (-۰,۱۴۵) در اولویت سوم و در نهایت بعد زیبایی شناختی (-۰,۱۱۷) با اعتیاد به رسانه‌های دیجیتال رابطه

رابطه بین سواد رسانه‌ای والدین و اعتیاد به رسانه‌های دیجیتال ...؛ هفهودی | ۲۸۹

دارند. لذا بین ابعاد سواد رسانه والدین و اعتیاد به رسانه‌های دیجیتال در دانش آموزان رابطه منفی و معناداری وجود دارد و فرضیه‌های ۱ تا ۴ تأیید شد.

• بین ویژگی‌های جمعیت‌شناختی (سن و تحصیلات) و سواد رسانه‌ای والدین و اعتیاد به رسانه‌های دیجیتال در دانش آموزان دختر دوره متوسطه استان قم در سال ۱۴۰۳ رابطه معناداری وجود دارد.

جدول ۵. سن و اعتیاد به رسانه‌های دیجیتال

جمع	اعتیاد به رسانه‌های دیجیتال					
	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	
۱۱۵	۲۵	۲۹	۳۲	۱۸	۱۱	۲۵-۳۴ سال
۸۱	۱۳	۲۰	۲۷	۱۱	۱۰	۳۵-۴۴ سال
۶۱	۴	۱۵	۲۲	۱۰	۱۰	۴۵-۵۴ سال
۲۵۷	۴۲	۶۴	۸۱	۳۹	۳۱	جمع

جدول ۶. آزمون کاسکوئر رابطه بین سن و اعتیاد به رسانه‌های دیجیتال

Chi-Square Tests		
Asymptotic Significance (2-sided)	df	Value
۰,۰۰۲	۸	a۲۱,۰۷۹
۰,۰۰۱	۸	۲۳,۵۰۴
۰,۰۲۹	۱	۴,۷۴۴
		۲۵۷

نتایج بر اساس آزمون کاسکوئر نشان داد بین سن والدین و اعتیاد به رسانه‌های دیجیتال در بین دانش آموزان دختر دوره متوسطه استان قم در سال ۱۴۰۳ رابطه معناداری وجود دارد چراکه سطح معنی‌داری ۰,۰۰۲ است که کمتر از ۰,۰۵ است.

جدول ۷. تحصیلات و اعتیاد به رسانه‌های دیجیتال

جمع	اعتیاد به رسانه‌های دیجیتال					
	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	
۵۵	۱۵	۱۹	۱۰	۸	۳	دیپلم
۱۱۱	۱۲	۳۲	۵۱	۱۴	۲	لیسانس
۵۱	۸	۱۰	۲۱	۷	۵	فوق‌لیسانس
۴۰	۷	۱۱	۱۴	۵	۳	دکتری
۲۵۷	۴۲	۷۲	۹۶	۳۴	۱۳	جمع

جدول ۸. آزمون کاسکوئر رابطه بین تحصیلات و اعتیاد به رسانه‌های دیجیتال

Chi-Square Tests			
Asymptotic Significance (2-sided)	df	Value	
۰,۰۰۰	۱۲	۴۶,۰۳۵	Pearson Chi-Square
۰,۰۰۰	۱۲	۳۸,۵۴۵	Likelihood Ratio
۰,۰۰۰	۱	۲۴,۹۱۱	Linear-by-Linear Association
		۲۵۷	N of Valid Cases

نتایج آزمون کاسکوئر نشان داد بین سطح تحصیلات والدین و اعتیاد به رسانه‌های دیجیتال در بین دانش‌آموزان دختر دوره متوسطه استان قم در سال ۱۴۰۳ رابطه معناداری وجود دارد چراکه سطح معنی‌داری ۰,۰۰۰ است که کمتر از ۰,۰۵ است. با توجه به اینکه ضریب کاسکوئر در سطح تحصیلات، ۴۶,۰۳۵ است و در متغیر سن این ضریب ۲۱,۰۷۹ بوده است لذا سطح تحصیلات والدین نسبت به سن آن‌ها، رابطه قوی‌تری با اعتیاد به رسانه‌های دیجیتال دانش‌آموزان دارد.

بحث و نتیجه‌گیری

در پژوهش حاضر به بررسی رابطه بین سطح سواد رسانه‌ای والدین و اعتیاد به رسانه‌های دیجیتال دانش‌آموزان دختر مقطع متوسطه استان قم پرداخته شد که نتایج حاکی از وجود این رابطه است و جهت آن منفی است چراکه هراندازه ابعاد سواد رسانه والدین افزایش یابد، میزان اعتیاد به رسانه‌های دیجیتال در دانش‌آموزان کاهش می‌یابد. این نتایج با مفاهیم

نظریه سواد رسانه الیزابت تامن هم‌راستا است. در نظریه الیزابت تامن این نکته بیان شده که آموزش سواد رسانه‌ای در درجه اول به اهمیت برنامه‌ریزی شخصی در نحوه استفاده از رسانه‌ها می‌پردازد. این برنامه‌ریزی به مخاطب کمک می‌کند تا نوع پیام مصرفی خود را از بین تمام پیام‌هایی که به سمت او سرازیر می‌شود انتخاب کند و از صرف وقت در صفحاتی که مورد نیاز او نیستند صرف نظر کند. این کاهش نشان‌گر تعدیل و کنترل اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی است و از آنجا که والدین به‌ویژه مادران نقش تربیتی بی‌بدیلی در خانواده دارند تا جایی که میزان مصرف فرزندان را -از همه رسانه‌ها در شبانه‌روز تا هیچ رسانه- می‌توانند در اختیار بگیرند (کوندانیز، ۱۳۹۵)؛ لذا نتایج پژوهش حاضر با نظریه سواد رسانه الیزابت تامن هم‌جهت است. همچنین با توجه به نظریه یانگ (۱۹۹۸) که معتقد بود یکی از مهم‌ترین عوامل مؤثر در کاهش اثرات مخرب فضای مجازی، سواد رسانه‌ای است لذا نتایج پژوهش حاضر هم‌راستا با نظریه یانگ است. نیز مطابق نظریه تزریقی که پیام رسانه مستقیماً به مخاطب تزریق می‌شود و مخاطب نمی‌تواند از تأثیر رسانه بگریزد، نتایج پژوهش حاضر نیز در همین راستا به پدیده اعتیاد دیجیتال اشاره دارد که در عصر حاضر گریبانگیر نوجوانان به‌ویژه دانش‌آموزان است. با توجه به نظریه کاشت و اینکه گریب‌با تفاوت قائل شدن بین مخاطب عادی و پرمصرف، تأثیر زیاد رسانه‌ها بر مخاطب پرمصرف را اثبات کرده است می‌توان نتیجه گرفت که یافته‌های پژوهش حاضر نیز نشان‌دهنده همین واقعیت است که اگر مخاطب به استفاده بی‌حد و حصر از رسانه‌های دیجیتال عادت کند و والدین نیز از سواد رسانه‌ای کافی بهره‌مند نباشند مخاطب پرمصرف تحت تأثیر اثرات مخرب فضای مجازی قرار خواهد گرفت. همچنین نظر به اینکه فرض اصلی نظریه استفاده و رضامندی این است که افراد به دنبال محتوایی هستند که بیشترین رضایت را برای آنان فراهم کند و با توجه به اینکه مخاطب معتاد به رسانه‌های دیجیتال، آن‌قدر به محتوای رسانه وابسته است که بدون استفاده از آن و عدم مجهز بودن به مهارت‌های استفاده از رسانه و سواد رسانه‌ای، نه تنها احساس رضایت نخواهد داشت بلکه ممکن است دچار اختلالات عصبی و واکنش‌های شدید به عدم دسترسی به این رسانه‌ها را از خود بروز دهد لذا نتایج

پژوهش حاضر که حاکی از رابطه معنادار بین سواد رسانه‌ای و اعتیاد به رسانه‌های دیجیتال است با این نظریه هم‌خوانی دارد. همان‌گونه که اسدی (۱۳۹۹) نشان داد که والدین دانش‌آموزان دبیرستانی، جهت آموزش سواد رسانه‌ای و تعدیل اعتیاد به اینترنت فرزندان، خود را بیش از سایر مراجع مناسب و شایسته می‌دانند. آموزش و پرورش، صداوسیما، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و نهادهای غیردولتی، در اولویت‌های بعدی قرار دارند. لذا به نظر می‌رسد انتخاب «سواد رسانه‌ای والدین» به‌عنوان متغیر مستقل در موضوع پژوهش حاضر، انتخابی مناسب و صحیح باشد. همان‌گونه که خلج آبادی فراهانی و کیانی علی‌آبادی (۱۴۰۱)، بیان داشتند که یکی از مهم‌ترین دلایل مصرف نامتعارف و غیرعادی رسانه‌ای توسط نوجوانان، عدم سواد رسانه‌ای والدین است. در همین راستا ابهرزنجانی و خردمند (۱۴۰۰)؛ رضاداد و شعاعی (۱۳۹۹)؛ فرقانی و خدامرادی (۱۳۹۸)؛ و بهادری خسروشاهی و برقی (۱۳۹۷) به نتایجی مشابه با نتایج پژوهش حاضر دست یافتند و نقش سواد رسانه‌ای والدین را در رژیم مصرف، نوع و چگونگی مصرف رسانه‌ای فرزندان نشان دادند. نتایج پژوهش حاضر نشان از لزوم افزایش سطح رسانه‌ای والدین دارد چراکه بر نوع و میزان مصرف رسانه‌ای فرزندان اثرگذار است. بر اساس یافته‌های سیلورستون (۲۰۰۶) مصرف رسانه‌ای یک فرآیند نامحدود است نه یک اتفاق مقطعی؛ لذا ضروری است پژوهش‌های مختلف و مستمر با جامعه آماری متفاوت در این زمینه انجام شود تا با اتکا به نتایج آن‌ها یک برنامه‌ریزی و خط‌مشی مدون برای آموزش سواد رسانه‌ای همه اقشار با سن، تحصیلات و نقش‌های مختلف اجتماعی تبیین و اجرایی شود.

پیشنهاد‌های پژوهش

بر مبنای یافته‌های پژوهش ضروری به نظر می‌رسد تا مدیران مدارس با همکاری شورای عالی فضای مجازی و سایر نهادهای ذی‌ربط، برنامه‌ریزی و خط‌مشی مدونی جهت آموزش سواد رسانه‌ای به خانواده‌ها به‌ویژه والدین داشته باشند و اجرای آن را به شکل جدی و مستمر در دستور کار خود قرار دهند. مثلاً با برگزاری کلاس‌های آموزشی منظم در مدارس و دعوت والدین به شرکت در این کلاس‌ها؛ برگزاری همایش‌ها و کنفرانس‌هایی

در زمینه ارتقای سواد رسانه‌ای در سطح استان قم؛ ایجاد مراکز مشاوره رسانه‌ای در مدارس جهت پاسخ به سؤالات رسانه‌ای دانش آموزان و والدین؛ به‌روزرسانی آگاهی و دانش والدین در زمینه فناوری‌های نوین و رسانه‌های دیجیتال و آموزش نحوه استفاده از آن‌ها؛ آگاهی‌بخشی به والدین و نیز دانش آموزان در زمینه معایب استفاده بیش از حد از رسانه‌های دیجیتال و نیز ارائه رژیم مصرف رسانه‌ای صحیح متناسب با شرایط و وضعیت هر خانواده می‌تواند به ارتقای سواد رسانه‌ای والدین در جهت کاهش اعتیاد به رسانه‌های دیجیتال در دانش آموزان کمک شایان توجهی داشته باشد.

پیشنهاد برای پژوهش‌های آینده

پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آینده، به نقش میانجی هویت فرهنگی والدین؛ ابعاد دینداری؛ سبک زندگی؛ و سرمایه اجتماعی آن‌ها در تعدیل اعتیاد الکترونیکی فرزندان پرداخته شود. همچنین پژوهش‌هایی در زمینه اعتیاد به بازی‌های الکترونیکی از منظر فرد، خانواده و جامعه و در نهایت الگوی مطلوب استفاده از رسانه‌های دیجیتال در خانواده‌های ایرانی و با رویکرد اسلامی ارائه شود. همچنین پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های بعدی عناوین ذیل موردنظر پژوهشگران قرار گیرد:

- رابطه بین سواد رسانه‌ای و رفتارهای مصرف رسانه‌ای در نوجوانان
- تأثیر سواد رسانه‌ای والدین بر سلامت روان نوجوانان
- تأثیر هوش معنوی والدین بر رژیم مصرف رسانه‌ای فرزندان
- ارزیابی تأثیرات فناوری‌های نوین بر رفتارهای اجتماعی کاربران
- تأثیر هوش مصنوعی بر شکل‌گیری نگرش انتقادی در استفاده از رسانه‌های نوین

تعارض منافع

هیچ‌گونه تضاد منافع در این پژوهش وجود ندارد.

ORCID

Faezeh Farhoodi



<https://orcid.org/0000-0002-4025-1264>

منابع

- ابهرزنجانی، فرناز و خردمند، آرزو. (۱۴۰۰). بررسی نقش سواد رسانه‌ای و سبک فرزندپروری با آسیب‌های فضای مجازی در مقطع ابتدایی پایه پنجم دبستان. پیشرفت‌های نوین در روانشناسی، علوم تربیتی و آموزش و پرورش، ۴(۴۱)، ۱۲۹-۱۳۷.
<https://jonapte.ir/showpaper/1298747>
- اسدی، ناصر. (۱۳۹۹). بررسی شیوه‌های مداخله والدین در استفاده فرزندان از رسانه‌ها. فصلنامه رسانه، ۳۱(۳)، ۸۳-۱۱۰، ۲، ۳، ۴، ۳۱، ۳۹۹، ۱۰، ۲۲۷، ۱۸۰، ۱، ۱۰۰۱، ۲۰، ۱۰۰۱، ۱، ۱۰۲۲۷، ۱۸۰، ۱۳۹۹، ۳۱، ۳، ۴، ۲، ۱۱۰-۸۳.
- بهادری خسروشاهی، جعفر و برقی، عیسی. (۱۳۹۷). نقش سواد رسانه‌ای والدین و هویت اجتماعی بر مصرف رسانه‌ای دانش آموزان. مطالعات رسانه‌های نوین، ۴(۱۴)، ۲۸۳-۳۰۸.
<https://doi.org/10.22054/nms.2018.20409.187>
- تقی‌زادگان، معصومه. (۱۴۰۲). کودک و فضای مجازی: تحلیل میانجیگری والدین در استفاده کودکان از اینترنت. فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ۱۹(۳)، ۲۰۱-۲۲۸.
<https://doi.org/10.22034/jcsc.2023.547576.2527>
- خلج‌آبادی‌فراهانی، فریده و کیانی‌علی‌آبادی، فاطمه. (۱۴۰۱). واکاوی نقش خانواده در مواجهه با محتوای نامناسب جنسی در اینترنت در نوجوانان شهر تهران. فصلنامه خانواده‌پژوهی، ۱۸(۷۱)، ۴۹۲-۴۵۹، ۱۸.3.459.459-۴۹۲، ۱۰، ۴۸۳۰۸/JFR.18.3.459.459-۴۹۲.
- رضاداد، نجمه و شعاعی، محمدحسین. (۱۳۹۹). نقش تعدیل‌کننده سواد رسانه‌ای در رابطه سطح سلامت خانواده و مشکلات هیجانی-رفتاری نوجوانان. دین و ارتباطات، ۲۷(۱)، ۳۲۳-۳۵۶، ۱۰، ۳۰۴۹۷/rc.2020.75523.۳۵۶
- سالمی، آزاده، خانیکی، هدی، صبوری خسروشاهی، حبیب و هاشمی، شهناز. (۱۴۰۱). الگوی تحلیل مسیر سواد رسانه‌ای سلامت و ارتباط آن با مصرف رسانه‌های اجتماعی در تهران. مطالعات رسانه‌های نوین، ۸(۲۹)، ۴۱-۷۴.
<https://doi.org/10.22054/nms.2022.62608.1258>
- سلیمانی، سلیمان، محمدخانی، پروانه و زهراکار، کیانوش. (۱۴۰۲). تدوین مدل علائم نوموفوبیا در دانش آموزان بر اساس سبک دلبستگی، سواد رسانه‌ای و منبع کنترل با میانجی‌گری اعتیاد به اینترنت. مطالعات روانشناختی نوجوان و جوان، ۴(۳)، ۱۱۴-۱۳۲.
[10.22038/mjms.2022.21611](https://doi.org/10.22038/mjms.2022.21611)

- Hobbs, R. (2010). *Digital and Media Literacy: A Plan of Action*. Aspen Institute.
- Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2012). Internet gaming addiction: A systematic review of empirical research. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 10(2), 278-296.
- Levine, A. (2016). Media literacy: A national priority for education reform. *Educational Leadership*, 73(4), 34-39.
- Lim, Jin-Sook., Young-Kwon Bae., & Seong-Sik Kim. (2004). *A Learning System for Internet Addiction Prevention*. Proceedings of the IEEE International Conference on Advanced Learning Technologies.
- Nakayama, M. (2020). Parenting style and parental monitoring with information communication technology: A study on Japanese junior high school students and their parents. *Computers in Human Behavior*, 27(5), 1800-1805.
- Ofcom (2014). *Ofcom's Strategy and Priorities for the Promotion of Media Literacy*. From Ofcom official <http://stakeholders.ofcom.org.uk/consultations/strategymedialit>
- Potter, W. J. (۲۰۱۰). *Media Literacy (۲th Edition)*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Przybylski, A. K., & Weinstein, N. (2019). Digital screen time limits and young children's psychological well-being: Evidence from a population-based study. *Child Development*, 90(1), 56-65.
- Silverstone, R. (2006). *Media and morality: The rise of the mediapolis*. Cambridge: Polity.
- Tafawa, A. O., Viswanath, K., Kawachi, I., Williams, D. R. (2012). Mass media exposure, social stratification, and tobacco consumption among Nigerian adults. *Cancer Causes Control*, 23, 45-55.
- Thoman, E., (1995). *Media awareness: the 3stages of media literacy*. Ca/ English-Elizabeth. Founder and president.
- Young, K. (1998). Internet addiction: the emergence of a new clinical disorder. *Cyberpsychol behave*, 1(3), 23-44.
- Zahniser, Pat. (2000). *Are you Addicted to the Internet?*, LSW, CEAP, UPMC Health System Employee Assistance Program, Septembe

References (In Persian)

- Abharzanjani, Farnaz and Khordmand, Arzoo. (1400). Investigating the role of media literacy and parenting style with the harms of cyberspace in the fifth grade of elementary school. New developments in psychology, *Educational Sciences and Education*, 4(41), 129-137.
- Asadi, Naser. (1399). Investigating the ways of parental intervention in children's use of media, *Rasaneh*, 31(3), 83-110.

- BahadorikhosroshahiBahadori Khosroshahi, Jafar, Bargi, Isa. (1397). The role of Media literacy for parents and social identity with media consumption students, *New Media Studies*, 4 (14), 290-316.
- Fayazpour, Azam. (1400). Investigating the relationship between family communication patterns and addiction to virtual networks with identity crisis in anxious adolescents, *Semnan police knowledge quartetly*, 11(40), 9-23.
- Forghani, mohammad Mehdi, khodamoradi, yasin. (1398). The Role of Media Literacy in Adjustment of Internet Addiction, *Culture-Communication Studies*, 20 (45), 85-102.
- HezarJaribi, Jafar, Safari Shali, Reza. (1391). Virtual addiction among adolescents and young people to study in Qom, *Social Science*, 57, 1-35.
- Khalajabadi Farahani, Farideh, Kianialiabadi, Fatemeh. (1401). Exploration of the Family Role in the Consumption of Unconventional Cyber Sexual Content among Adolescents in Tehran, *Family Research*, 18 (3), 459-492.
- Kundaniz, Razam. (1395). Millennial children and adolescents: family and mass media. Translated by Farzane Nezakti and Faraj Hosseinian. Tehran: Research Institute of Culture, Art and Communication.
- McQuail, Dennis, Sean Windall. (1388). Models of mass communication. Translated by Goders Mirani. Tehran: Future plan
- Mehdizadeh, Mohamad. (1391). *Media Theories: Common thoughts and critical views*. 2nd edition. Tehran: Hamshahri
- MontazwrGhaem, Mahdi, HajiKazemTehrani, Fatemeh. (1393). Media Literacy and Mechanisms for Mothers to Supervise over Youth Satellite TV Usage, *Rasaneh*, 25 (4), 19-44.
- Rezadad, Najmeh, Shoaee, Mohammad Hosein. (1399). The Moderating Role of Media Literacy in the Relationship between Family Health Level and Emotional-Behavioral Problems of Adolescents, *Religion and Communication*, 27(1), 323-356.
- Salemi, Azadeh, Khaniki, Hadi, Sabouri KhosrowShahi, Habib, Hashemi, Shahnaz (1401). A Path Analysis on Media Health Literacy and its relation to Social Media Consumption in Tehran, *New Media Studies*, 8(29), 41-74.
- Soleymani, Soleyman, Mohamadkhani, Parvaneh, Zaharakar, Kianoosh. (1402). Developing A Model Of Symptoms Of Nomophobia In Students Based On Attachment Style And Media Literacy With The Mediation Of Internet Addiction, *Medical Journal of Mashad*, 65 (4), 114-132.
- Taghizadegan, Masomeh. (1402). Child and cyberspace: Analysis of parental mediation in children's use of the Internet, *Cultural Studies and*

Communication, 19 (72), 201-228.
zarbestejabi, masomeh, Sepahmansour, Mozghan, GhanbariPanah, Afsaneh, Taghva, Arsia. (1401). The effectiveness of media literacy education on problematic use of the Internet, deviant behaviors and relationships with peers in students, *Journal of Modern Psychological Researches*, 17 (68), 157-167.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

استناد به این مقاله: فرهودی، فائزه. (۱۴۰۴). رابطه بین سواد رسانه‌ای والدین و اعتیاد به رسانه‌های دیجیتال در دانش‌آموزان متوسطه استان قم سال ۱۴۰۳، *فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین*، ۱۱(۴۱)، ۲۷۱-۲۹۸. DOI: ۱۰.۲۲۰۵۴/nms.2025.82698.1775



New Media Studies is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License..