مجله علمی پژوهش در روانشناسی، علوم تربیتی و علوم اجتماعی ، شماره ۱۸ ، زمستان ۱۳۹۸جلد۳، ص۴۸-۳۵
http://www.jisc.ir

مجله علمی پژوهش در روانشناسی، علوم تربیتی و علوم اجتماعی (سال پنجم)
شماره ۱۸ / زمستان ۱۳۹۸ / ص ۴۸-۳۵

نقش سواد رسانهای در کاهش استفاده آسیب زا ازتلفن همراه دردانشجویان دانشگاه بیرجند

سحررضایی[۱]
[۱] کارشناسی ارشد علم اطلاعات و دانش شناسی ،دانشگاه بیرجند

نام نویسنده مسئول:
سحررضایی

چکیده

مقدمه زمینه : امروزه در محیطی رسانه ای به سر می بریم و تحت نفوذ امواج گوناگون رسانه ای قرار داریم؛ بنابراین، دغدغه آسیب رسانی رسانه ها، آسیب پذیری افراد، و توجه به نقش سواد رسانه ای برای کاهش اثرهای مخرب رسانه ها بخصوص تلفن همراه همواره مورد توجه است. در این میان جوانان نسبت به سایر اقشار جامعه بیشترین مصرف کنندگان از این فناوری هستند و رتبه نخست سازگاری با این فناوری و امکانات آن از جمله ارسال پیامک را به عنوان نوعی از ارتباط اجتماعی به خود اختصاص داده اند.

هدف : هدف اصلی این پژوهش بررسی نقش سواد رسانه ای در کاهش استفاده آسیب زا از تلفن همراه در میان دانشجویان مقطع کارشناسی دانشگاه بیرجند است.روش پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی و از نظر تجزیه و تحلیل فرضیه ها توصیفی- همبستگی است، گردآوری داده ها با استفاده از دو پرسشنامه (سواد رسانه ای و پرسشنامه استفاده آسیب زا از تلفن همراه) در نمونه ای به حجم ۳۷۰ نفر به روش طبقه ای نسبتی از دانشجویان مقطع کارشناسی دانشگاه بیرجند انجام گرفت، روایی محتوایی پرسشنامه ها با استفاده از نظر متخصصان و پایایی آنها به وسیله آلفای کرونباخ سنجیده شد که میزان آن ها برای پرسشنامه سواد رسانه ای۴۸۰ وبرای پرسشنامه استفاده آسیب زا از تلفن همراه ۰/۹۱ محاسبه شده یافتهها نتایج : نتایج این پژوهش بیانگر وجود رابطه میان متغیر سواد رسانه ای با استفاده آسیب زا از تلفن همراه است، در رابطه با ویژگی های جمعیت شناختی، حوزه تحصیلی در میزان میانگین متغیرها نقشی نداشت، اما سواد رسانه ای دانشجویان پسر بیشتر از دانشجویان دختر بود و در نهایت میانگین نمره هر دو متغیر (سواد رسانه ای و متغیر استفاده آسیب زا از تلفن همراه) به طور معنی داری کمتر از سطح متوسط بودند

واژگان کلیدی: سواد رسانهای، استفاده آسیبزا، تلفن همراه، دانشجویان ، دانشگاه بیرجند

۱- مقدمه

ظهور فناوری های جدید، تغییرات زیادی را در صنعت، اقتصاد، سیاست، زندگی روزمره مردم و فرهنگ ایجاد می کند. فناوری هایی که به بحث اطلاعات و ارتباطات مربوط هستند نیز از این قاعده مستثنی نبوده و توسعه آنها، تاثیراتی را در جنبه های مختلف زندگی فردی و اجتماعی افراد خواهد داشت.

فرامرزیانی، ۱۳۹۴). در دنیای رسانه ای امروز که براساس آمارهای رسمی مردم بیش از ۷۰ درصد وقت روزانه خود را با رسانه ها سپری می کنند، مخاطبان نیاز به آگاهی از رسانه ها و نحوه عملکردشان در مقابل مردم دارند (پاتر، ۲۰۰۸). یکی از وسایل پرکاربرد در ارتباطات امروز بشر، می توان به تلفن همراه اشاره کرد که به عنوان یکی از فناوری های ارتباط نوین در زندگی فردی و اجتماعی بشر جایگاهی قدرتمند دارد. امروزه تلفن همراه به عنوان جزئی ضروری در زندگی افراد است، به نحوی که اگر کسی تلفن همراه نداشته باشند، برای بقیه نیز مشکل محسوب میشود (ایشی، ۲۰۱۱) در ابتدا تلفن همراه به عنوان یک ابزار ارتباطی میان فردی ظاهر شد، در حالی که امروزه قابلیتهای یک رسانه گروهی را پیدا کرده است. ظهور تلفن های همراه هوشمند، نقطه عطفی در تاریخ تلفن های همراه است که امکان اتصال به اینترنت را می توان از یکی از قابلیت های مهم ارتباطی آن دانست که برنامه های کاربردی زیادی بر اساس همین قابلیت، برای تلفن های همراه فراهم شده اند (فرامرزیانی، ۱۳۹۴).

همچنین تلفن همراه به عنوان ابزار نوین اطلاع رسانی علاوه بر داشتن کاربردهای مناسب در حوزه های مختلف، برخی پیامدهای نامناسب اجتماعی مانند: اعتیاد روانی، تزلزل ارزش‌ها، ارتباطات غیر اخلاقی، کاهش تعاملات اجتماعی، بلوغ زودرس، و به خطر افتادن امنیت شخصی را به دنبال دارد پناهی، اصلانی، فرجی، و بتواز، ۱۳۹۲). شایان ذکر است که استفاده از تلفن همراه جنبه های مثبتی به خصوص برای قشر دانشجو داشته است که می توان به مواردی از آن جمله، سهولت در حمل و نقل و قابلیت دسترسی آسان به جهت استفاده از این وسیله برای یادگیری اشاره کرد (زمانی، ببری و موسوی، ۱۳۹۰). همچنین نتایج مطالعات انجام شده در مورد دانشجویان نیز نشان داده است که آنها معمولا از تلفن همراه خود بیش از ۱۰ ساعت در هفته استفاده می کنند و در بیشتر موارد، استفاده آنها محدود به برقراری ارتباط از طریق مکالمه های صوتی و ارسال پیام کوتاه است (آتر، ۲۰۰۶). بنابراین هرچه استفاده از تلفن همراه گسترش پیدا می کند، نگرانی درباره استعمال مفرط و آسیب زا از این فناوری نیز بیشتر میشود (گل محمدیان و یاسمی نژاد، ۱۳۹۰).

۲- بیان مسئله

استفاده آسیب زا از تلفن همراه که استفاده بیمار گونه یا مشکل زا نیز خوانده می شود، یکی از اختلالات جدید مرتبط با فناوریهای نوین است. استفاده آسیب زا از تلفن همراه وضعیتی است که در آن از تلفن همراه بیش از حد استفاده میشود و برای استفاده کننده مشغله ذهنی زیادی به وجود می آورد (جنارو ۲۰۰۷). به عبارتی می توان گفت استفاده آسیب زا از تلفن همراه پدیده ای خاص در جوامع امروزی است. دانش کسب شده از پژوهش در زمینه استفاده آسیب زا از فناوریهای نوین از آن جهت ضروری است که می تواند الگوهای نابهنجار و اعتیاد آور را مشخص کند. تعداد مقیاسهایی که اعتیاد و استفاده آسیب زا از تلفن همراه را بتواند مشخص کند، ناچیزند، بنابراین استفاده آسیب زا از تلفن همراه را می توان به عنوان یکی از اشکال اعتیاد فناورانه به حساب آورد (حسن زاده و رضایی، ۱۳۸۹). باتوجه به مطالب فوق، امروزه در محیطی رسانه ای به سر می بریم و تحت نفوذ امواج گوناگون رسانه ای قرار داریم؛ بنابراین، دغدغه آسیب پذیری افراد، آسیب رسانی رسانه ها و دنبال کردن راهی برای کاهش اثرهای مخرب رسانه ها به خصوص تلفن همراه همواره مورد توجه است. در این میان جوانان نسبت به سایر اقشار جامعه بیشترین مصرف کنندگان از این فناوری هستند و رتبه نخست سازگاری با این فناوری و امکانات آن از جمله ارسال پیامک را به عنوان نوعی از ارتباط اجتماعی به خود اختصاص داده اند (اکسامان و تور تیانین ، ۲۰۰۴)

از آنجا که سواد رسانه ای مناسب بر چگونگی تعامل مخاطبان با تلفن همراه تاثیر دارد و نبود سواد رسانه ای یکی از مسائلی است که باعث آسیب های زیادی در تعامل افراد با این ابزار خواهد شد. از این رو پژوهش حاضر بر این باور است که در دنیای امروز ارتقای مهارتهای سواد رسانه ای یکی از الزامات غیرقابل انکار برای افراد است تا بتوانند از طریق قابلیت های آن آثار منفی ناشی از استفاده از تلفن همراه را کاهش داده، به صورت سودمند از آن استفاده کنند. بنابراین یکی از مهمترین عواملی که می تواند در شرایط کنونی تأثیر بسزایی در استفاده مناسب از تلفن همراه داشته باشد سطح سواد رسانه ای افراد است. بر این اساس پژوهش حاضر به منظور فراهم سازی شواهدی مبنی بر رابطه سواد رسانه ای و نوع استفاده دانشجویان از تلفن همراه انجام شد و به دنبال پاسخ مسائلی بود از قبیل: سواد رسانه ای دانشجویان مورد مطالعه در چه سطحی است؟ نوع و سطح استفاده دانشجویان از تلفن همراه چگونه است؟ چه رابطه ای میان سطح سواد رسانه ای دانشجویان با وضعیت استفاده آنان از تلفن همراه وجود دارد؟ و در مجموع آیا سطح سواد رسانه ای می تواند پیش بینی کننده میزان استفاده آسیب زا در دانشجویان از تلفن همراه باشد؟

۳- اهمیت وضرورت پژوهش

سواد رسانه ای می تواند مانند پادزهری باشد در مقابل هژمونی رسانه ای و شهروندان را در مواجهه با محتوای پیام های رسانه ای در استفاده از تلفن همراه واکسینه کند (نصیری، بخشی و هاشمی، ۱۳۹۴). شاید بتوان گفت اصلی ترین هدف سواد رسانه ای این است که یک نوع استفاده مبتنی بر آگاهی و فایده مند از سپهر اطلاعاتی اطراف داشته باشیم (شکرخواه، ۱۳۸۵). | سواد رسانه ای و توسعه آن نحوه استفاده صحیح از رسانه ها و از جمله تلفن همراه را به مخاطب می آموزد و کمک می کند تا مناسب ترین رسانه را برای ارتباط انتخاب کند و تنها از سر عادت و به خاطر تفریح و سرگرمی به تلفن همراه روی نیاورد (عقیلی و راسخ محمدی، ۱۳۸۶). با توجه به آنکه شهروندان عصر جهانی شدن در یک محیط رسانه ای زندگی می کنند ضرورت دارد تا با کسب مهارت ها و تکنیک های جدید، تعامل موثرتر و عمیق تری با لایه های مختلف پیام های رسانه ای داشته باشند و مهارتهای ارتباطی و فهم رسانه ای را در استفاده صحیح تر از رسانه ها ارتقاء بخشند (روگوا،۲۰۰۹).

موثرترین راه برای کاهش آسیب های اجتماعی نوپدید ناشی از فضای مجازی و به ویژه رسانه هایی مانند تلفن همراه، علاوه بر تصویب قوانین، کسب آموزش های تخصصی و امنیتی استفاده از اینترنت و در مجموع، ارتقای سطح سواد رسانه ای است (تقی زاده، ۱۳۹۳) دانش کسب شده از پژوهش در زمینه استفاده آسیب زا از فناوریهای نوین از آن جهت ضروری است که می تواند الگوهای نابهنجار و اعتیادی را مشخص کند و به قشر جوان خصوصاً دانشجویان که بیشتریناستفاده از تلفن همراه را دارند با ارتقای سطح مهارتهای سواد رسانه ای در جهت استفاده درست کمک شایانی بکند و سازمان های گوناگونی به ویژه آموزشی و پرورشی می توانند با آموزش مهارتهای سوادرسانه ای پیامدهای ناشی از استفاده نامناسب از فناوریهای جدید ارتباطی به ویژه تلفن همراه را به حداقل برسانند. بنابراین اگر چه نتوانیم بر هر آن چه که جزء سیاستهای پنهان رسانه هاست، آگاهی یابیم، اما تصدیق می کنیم که می توانیم با سواد رسانه ای بیشتری با آنها روبرو شویم تا برخوردی آگاهانه و منطقی داشته و به راحتی تسلیم همه اطلاعاتی که دریافت می کنیم، نشویم بلکه با تعبیر، تفسیر و پردازش اطلاعات، توانایی های خود را در این زمینه بهبود و توسعه بخشیده و در جهت اعتلای آگاهی های مخاطبین در برخورد با رسانه ها، گامهای مؤثری برداریم.

فرضیه های پژوهش

- بین میزان هر یک از مولفه های سواد رسانه ای و استفاده آسیب زا از تلفن همراه در دانشجویان رابطه وجود دارد
- سواد رسانه ای با استفاده آسیب زا از تلفن همراه رابطه دارد
- مولفه های سواد رسانه ای دانشجویان پیش بینی کننده میزان استفاده آسیب زا از تلفن همراه است.

۴- روش تحقیق

پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی و از نظر تجزیه و تحلیل فرضیه ها توصیفی- همبستگی است. گردآوری داده ها با استفاده از دو پرسشنامه (سواد رسانه ای و پرسشنامه استفاده آسیب زا از تلفن همراه) در نمونه ای به حجم ۳۷۰ نفر به روش طبقهای نسبتی از دانشجویان مقطع کارشناسی دانشگاه بیرجند انجام گرفت. روایی محتوایی پرسشنامه ها با استفاده از نظر متخصصان و پایایی آنها به وسیله آلفای کرونباخ سنجیده شد که میزان آنها برای پرسشنامه سواد رسانه ای۰/۸۴ و برای پرسشنامه استفاده آسیب زا از تلفن همراه ۰/۹۱محاسبه شد. نتایج این پژوهش بیانگر وجود رابطه میان متغیر سواد رسانه ای با استفاده آسیب زا از تلفن همراه است.

۵- روش تحلیل دادهها

برای تحلیل داده های به دست آمده، از روشهای آمار توصیفی (فراوانی، درصد، شاخص های مرکزی و پراکندگی) جهت توصیف ویژگی های جامعه و باتوجه به نرمال بودن توزیع دادهها طبق جدول ۳-۲ برای تجزیه و تحلیل داده ها از آزمون های T، تحلیل واریانس یک طرفه، همبستگی پیرسون و رگرسیون جهت آزمون فرضیات استفاده شد. به منظور انجام آزمون ها از نرم افزار SPSS22 استفاده گردید.

۶- ابزار پژوهش

برای انجام پژوهش حاضر از دو پرسش نامه استفاده شده که به شرح زیر است: الف) پرسشنامه استفاده آسیب زا از تلفن همراه چنار (۲۰۰۷ که بر اساس ده شاخص روانشناختی موجود در ویرایش چهارم راهنمای تشخیص و طبقه بندی اختلالات روانی ساخته شده است. این مقیاس دارای ۲۲ گونه در طیف لیکرت ۳۶ درجه ای از را خیلی کم، تا ۶ خیلی زیاد) نمره گذاری شده است که نمرات بالاستیکی کننده استفاده مفرط یا آسیب زا از تلفن همراه است ب) پرسش نامه سواد رسانه ای فلسفی (۱۳۹۳) که ۲۰ گونه دارد و شامل د مؤلفه به شرح، سنجش درک محتوای پیام های رسانه ای (گویه های ۱ تا ۴ سنجش آگاهی از اهداف پنهان پیام های رسانه ای اگویه های ۵ تا ۱۸ سنجش گزینش آگاهانه پیام های رسانه ای (گویه های ۹ تا ۱۱۲ سنجش نگاه انتقادی به پیام های رسانه ای (گویه های ۱۳ تا ۱۴). و در

نهایت سنجش تجزیه وتحلیل پیام های رسانه ای (گویه های ۱۷ تا ۲۰) است. مقیاس حاضر بر اساس مقیاس لیکرت ۵ درجه ای از (۱ خیلی که تا ۵ خیلی زیاد نمره گذاری شده است.

۷- جامعه پژوهش وروش نمونه گیری جامعه آماری

این پژوهش کلیه دانشجویان مشغول به تحصیل در مقطع کارشناسی دانشگاه بیرجند در سال تحصیلی ۹۶-۹۷ (۸۳۰۴نفر) بودند. به منظور گردآوری داده ها از روش نمونه گیری طبقهای نسبتی بر اساس حوزه های تحصیلی علوم انسانی و هنر، علوم پایه علوم کشاورزی، فنی و مهندسی) استفاده شد. حجم نمونه با استفاده از جدول کرجسی و مورگان ۳۷۰ نفر برآورد گردید.

۸- مفهوم سواد رسانهای

اصطلاح سواد رسانه ای را برای اولین بار در جهان، مارشال مک لوهان در سال ۱۹۶۵ میلادی به کار برد واژه سواد رسانه ای در منابع اطلاعاتی فارسی به سال ۱۳۸۰ برمی گردد که ابتدا از طریق ترجمه متون عربی به زبان فارسی و سپس در پی احساس نیاز پژوهشگران ارتباطات و اصحاب رسانه در قالب نگارش مقالات و گزارش های مطبوعاتی در حدود یک دهه پیش صورت گرفته است (رجبیان دهریزء۱۳۹۳)در قالب نگرش مقالات و یادداشت ها و گزارش های مطبوعاتی در حدود یک دهه پیش صورت گرفته است ترجبیان دهریز، ۱۳۹۴) درحالی که مفهوم سواد شامل بدست آوردن مهارت و دانش خواندن تفسیر کردن و تولید انواع خاص متون و به دست آوردن ابزار فکری و ظرفیت های مشارکت در فرهنگ و جامعه می شود ، اما سواد رسانه ای می تواند به عنوان دانشی درباره چگونگی عملکرد رسانه های جمعی در جامعه تعریف شود. به طوری که سواد رسانه ای باید شامل همه جنبه های طرز کار رسانه باشد منتظرقائم و شعبان کاسه گر، ۱۳۹۳). به بیان دیگر سواد رسانه ای مهارت تفسیر پیام های رسانه ها و رمزگشایی از آنها و توانایی پی بردن به محتوای محصولات رسانه ای تشخیص پیام های نهفته و نامحسوس این محصولات است (امینی، ۱۳۹۳) در حقیقت سواد رسانه ای علاوه بر توانایی خواندن و نوشتن، به دنبال ایجاد توانمندی تحلیلی و ارزشیابی پیام ها و ایجاد قدرت تولید، انتشار، اشاعه و انتقال اطلاعات به دیگران در قالب های مختلف و گوناگون است اشریشیان، ۱۳۸۹).

بر اساس تنظر الیزابت تامن و همکارانش، سواد رسانهای همانند فیلتری داوری کشنده عمل می کنند؛ چنان که جهان متراکم از پیام، از لایه های فیلتر سواد رسانه ای عبور می کند تا شکل مواجهه با پیام معنادار شود پیام رسانه ای در سه لایه عمل می کند لابه اول، اهمیت برنامه ریزی شخصی در نحوه استفاده از رسانه، به این معنا که مخاطب توجه بیشتری به انتخاب و تماشای انواع مختلف برنامه ها دارد و به صورت مشخصی به استفاده از تلویزیون، ویدئو بازی الکترونیکی، فیلم ها و دیگر رسانه ها می پردازد و میزان مصرف را کاهش می دهد لایه دوم در این سطح مخاطب به جنبه های تأمحوستر رسانه ای توجه می کند و پرسش ها و موضوع های عمیقی مانند چه کسی پیام های رسانه ای را می سازد؟ چه هدفی با فرستادن پیام دنبال می شود؟ چه کسی از ارسال پیام سود می برد و چه کسی ضرر می کند؟ و - می پردازد. در عصر حاضر که انقلاب اطلاعات و ارتباطات، مرزهای جغرافیایی را در نوردیده و تحولاتی شگرف را در عرصه جهانی خلق کرده است، رسانه ها می توانند چون ابزاری مفید به انسان معاصر کمک کند تا با استفاده از آخرین پدیده های علمی، زندگی دلخواه، آرمانی و پربار داشته باشد؛ ضمن آنکه اگر ابزار مزبور غلط و یا با سوء نیت به کار گرفته شود می تواند چون نیرویی ویران کننده و مصیبت بار عمل کند، برای اینکه بتوان در برابر رسانه های متعدد موجود مخاطبانی داشت که بتوانند در کنار بهره گیری آگاهانه و فعالانه از این رسانه ها خود را در برابر چالش ها و پیامدهای مخرب آنها در زندگی محافظت کنند باید سواد جدیدی ایجاد کرد که از آن با نام سواد رسانه ای یاد می شود.

۹- تاریخچه سواد رسانه ای

تاریخچه پیدایش سواد رسانه ای به سال ۱۹۶۵ باز می گیرند. مارشال مک لوهان اولین بار در کتاب خود با عنوان درک رسانه گسترش ابعاد وجودی " این واژه را به کار برد و نوشت: زمانی که دهکده جهانی تحقیق باید، لازم است انسانها به مواد جدیدی به نام سواد رسانه ای دست یابند" (بصیریان جهرمی و بصیریان جهرمی، ۱۳۶۸ماز اواسط دهه ۱۹۷۰ موضوع سواد رسانه ای در برخی کشورها مانند کانادا، آمریکای لاتین و کشورهای اروپایی، مانند ایتالیا و اسپانیا مورد توجه قرار گرفت. اصلی ترین هدف آموزش رسانه ای در این کشورها برطرف کردن تایر ایری های اطلاعاتی بین کشورهای پیشرفته و عقب افتاده بوده است (سپاسگر، ۱۳۸۴) اکنون سواد رسانه ای به عنوان یکی از کارآمدترین ابزارهای نظارتی مورد توجه کشورهای پیشرفته قرار گرفته و به عنوان یک واحد درسی در نظام آموزشی کشورهای کانادا، ژاپن، آلمان، انگلیس، استرالیا و آفریقای جنوبی در حال تدریس است، در این کشورها سواد رسانه ای آنقدر اهمیت داشته است که آن را به عنوان یک ماده درسی در میان مواد درسی دوره های تحصیلی راهنمایی تا مقطع دیپلم به رسمیت شناخته اند و حتی آن را برای سنین بزرگسال و دوره های تحصیلی بالاتر نیز طراحی کردهاند. آنها این هدف را دنبال کرده اند که به افراد بیاموزند. رسانه چیست و تفاوت آن با دنیای اطراف آن چگونه است. در این اثنا مخاطب به خوبی می آموزد که به غیر از انتخاب رسانه از لحاظ سلیقه و شکل به ادراک

دقیق مواردی چون آگهی، سرمقاله، گزارش، خبر و - در رسانه های مختلف دیداری شنیداری، مکتوب و الکترونیکی نیز بپردازد در ایران از طرح مفهوم سواد رسانه ای زمان زیادی نمی گذرد و همچنان از آن به عنوان یک مفهوم جدید به می شود. مهم ترین تحقیقات انجام شده در این زمینه تعدادی پایان نامه است که عمدتا به مقایسه سواد رسانهای بین گروهها ارزیابی مدیران سیما از سواد رسانهای مردم و مقایسه آن با واقعیت و نیز ارزیابی دیدگاه متخصصان سیما درباره سواد رسانه ای و مانند آن پرداخته اند.

۱۰- هدف سواد رسانه ای

کارشناسان مهم ترین هدف سواد رسانه ای را رشد و گسترش تفکر انتقادی و دادن قدرت کنترل به افراد در استفاده از برنامه های رسانه میدانند و فهم و تفسیر صحیح پیام های رسانه و تجزیه و تحلیل آنها و آماده سازی افراد برای زندگی در جوامع دموکراتیک را در اولویت بعدی می دانند و کمترین نتیجه سواد را در یادگیری درباره تاریخ رسانه می دانند. به طور کلی هدف سواد رسانه ای این است که به مردم کمک کند تا به جای آنکه مصرف کنندگانی فرهیخته باشند، شهروندانی فرهیخته باشند أبصیریان و جهرمی، ۱۳۸۵)

هدف اصلی سواد رسانه ای این است که به افراد، قدرت کنترل بیشتری نسبت به تعابیر پیام ها می بخشد واقعیت این است که همه پیام های رسانه ای، تعابیر و تفاسیر مختلفی دارند. همچنین مخاطبان نیز می توانند تعابیر خاص خودشان را از این پیام ها داشته باشند. بنابراین یکی از مهمترین اهداف سواد رسانه ای، آگاه سازی برای کاهش تأثیرات منفی رسانه ها بر مخاطبان وسایل ارتباط جمعی است. سواد رسانه ای پاسخی ضروری غیر قابل اجتناب و واقع نگر نسبت به محیط الکترونیکی پیچیده و دائما در حال تغییر و تحول است. با وجودی که سواد رسانه ای پرسش های انتقادی را در خصوص تاثیرات رسانه ها مطرح می سازد، اما باید گفت که این فرایند یک جش ضد رسانه ای نیست، بلکه هدف اصلی آن، این است که از طریق مهارت هایش به همه افراد کمک کند تا در خصوص انواع رسانه ها حالتی کارآمد، دقیق و باسواد پیدا کنند، به طوری که بتوانند کنترل تعبیر آنچه را که می خواننده میشنوند و می بینند در دست بگیرند نه اینکه این تعبیر، کنترل آنها را در اختیار گیرد (شکر خواه، ۱۳۸۴)

۱۱- مراحل سواد رسانه ای

بر اساس نظر الیزابت تومن سواد رسانه ای یک واژه کلی است که سه مرحله پیوس‌تاری را شامل می شود که منجر به توانمند سازی سواد رسانه ای می گردد (الیزابت تومن،۱۹۹۵) مرحله اول اهمیت برنامه ریزی شخصی در نحوه استفاده از رسانه ها (رژیم مصرف رسانه ای است به این معنا که مخاطب توجه بیشتری به انتخاب و تماشای انواع مختلف برنامه ها دارد و به صورت مشخصی به استفاده از تلویزیون، ویدیو، بازی های الکترونیکی، فیلم ها و دیگر رسانه ها می پردازد و مدت زمان مصرف را کاهش می دهد مرحله دوم این مرحله شامل یادگیری مهارت های ویژه تماشای انتقادی، یادگیری با هدف تحلیل و پرسیدن این سؤال که این قالب چگونه ساخته شده است، و چه چیزهایی ممکن است حذف شده باشند مرحله سوم، در این مرحله، مخاطب به جنبه های نا محسوس تر رسانهای توجه می کند و مخاطب به پرسش ها و موضوع های عمیقی مانند چه کسی پیام های رسانه ای را می سازد؟ چه هدفی با فرستادن پیام دنبال می شود؟ چه کسی از ارسال پیام سود می برد و چه کسی ضرر می کنند؟ و ... می پردازد. آنچه در این لایه اهمیت دارد شناخت حقایق و جنبه هایی از پیام است که حذف شده است. به عبارت دیگر، فهم مشن از سوی مخاطب در گرو شناسایی ابعاد جا افتاده پیام است (کواج و رستستیل، ۲۰۰۲) این بعد از سواد رسته ای به اندازهای اهمیت دارد که حایز از آن با عنوان " فهم سطح بالاتر " ید می کند. از نظر های این جنبه از سواد رسانهای توان پیش بینی کننده قوی ای برای شناسایی نیازها و انتظارات مخاطبان فراهم می آورد می آورد (هار و ریچارد فراست، ۲۰۰۳).

۱۲- رسانه تلفن همراه

"رسانه" به وسایل انتقال پیام از فرستنده یا فرستندگان به مخاطب با مخاطبان گفته میشود که شامل روزنامه، کتاب، رادیو، تلویزیون، ماهواره، فناوری های نوین ارتباطات و اطلاعات و اینترنت و - است. این وسایل دارای ویژگی هایی مانند پیام گیرندگان تا آشنا، سرعت عمل زیاد و تکثیر پیام هستند (دادگران، ۱۳۸۴)، رسانه های جمعی یا عمومی و به تعبیر دیگر، "وسایل ارتباط جمعی اصطلاح فارسی شده واژه لاتین "مدیوم" است که جمع آن "عدیا" می شودو منظور از آن دسته ای از وسایل است که مورد توجه تعداد کثیری هستند و از تمدن های جدید به وجود آمده اند (ساروخانی، ۱۳۷۴) رسانه ها غالبا جایگاه بروز تحول در فرهنگاند؛ چه به معنی هنر و شکلهای نمادین و چه در معنای مدها، خلق و خوها، شیوه های زندگی و هنجارها. همچنین، رسانه ها به منبع غالب تعاریف و تصاویر واقعیت اجتماعی نزد افراد، گروه ها و جوامع به صورت دسته جمعی تبدیل شدهاند. آنها داور بهای ارزشی و هنجاری خود را به صورتی غیر قابل تفکیک و مخلوط با اخبار و برنامه های سرگرم کننده بیان می کنند.

(مک کوئیل'، ۱۳۸۸) کاکاوند (۱۳۹۳) در مقاله خود، بیان می دارد رسانه ها به عنوان یکی از عوامل مهم تأثیر گذار بر تحولات خانواده نقش اساسی در دگرگونی روابط درونی بین اعضاء آن داشته اند. در واقع رسانه از سویی باعث تقویت برخی از ارزشهای اجتماعی و از سوی دیگر باعث تضعیف آنها شده است. آنچه می تواند نقش و اهمیت رسانه در بعد مثبت آن افزایش دهد شناخت علمی و دقیق ویژگی

ها و کارکردهای نوین خانواده است و تنها در این صورت است که رسانه می تواند با تولید برنامه های مناسب ضمن دستیابی به اهداف تعریف شده از پیامدهای ناخواسته آن جلوگیری کند بنابراین ما باید خود را از اینکه به صورت منفعلانه با رسانه ها برخورد کنیم برهانیم و با تقویت و یادگیری مهارت تفکر نقاد و با افزایش آگاهی خود نسبت به رسانه های ایجاد کننده پیام در اطراف خود به انتخاب رسانه های سودمند بپردازیم و میزان استفاده خود از این رسانه ها را معین کنیم و همیشه آگاه باشیم که رسانه ها بر خود آگاه و نا خود آگاه ما اثرمی گذارند، با کاهش عطش استفاده از تلفن همراه نسبت به اوایل ورود آن به کشور، این فناوری مقبولیت قابل توجهی در بین افراد جامعه کسب کرده است، به اندازه ای که در بیشتر موارد، از مضرات آن حرفی به میان نمی آید (دیباج نیا، ۱۳۸۴)

اما هر فناوری علاوه بر فوایدی که پر افراد دارند دارای معایبی هستند که پس از گذشت مدت زمانی با انجام برخی پژوهشها آشکار می شوند. در این میان رشد روز افزون تلفن همراه نگرانی های بسیاری را در بین اندیشمندان بوجود آورده است و اثرات مخرب آن باعث هشدارهای زیادی شده است (ایشی، ۲۰۱۱) آسیب تلفن همراه زمانی بیشتر می شود که این فناوری از بطن یک جامعه نباشد، و یک فناوری وارداتی باشد که این در مورد کشورهای جهان سوم بیشتر صدق می کند (کازنو، ۱۳۸۴). تلفن همراه نیز یکی از این فناوری هاست که در مورد پیامدهای فرهنگی، اجتماعی، رفتاری، جنایی، پزشکی، قانونی و حتی بعضا حوزه روانشناختی آن پژوهش هایی صورت گرفته است (دیباج نیا، ۱۳۸۴).

۱۳- سوادرسانه ای و استفاده آسیب زا از تلفن همراه

رسانه ها در کنار کارکردهای مثبت، که کارکرد دارند و آسیب هایی از سوی آنها متصور است اما این آسیبها راه حل های فردی و جمعی دارد. رسانه های نوین در خانواده، قدرت، مشارکت و مشروعیت سیاسی اثر دارند. یکی از راههای مقابله با آسیب های اجتماعی ناشی زا استفاده نامطلوب از رسانه هاء آموزش سواد رسانه ای است تا مخاطبان، استفاده هوشمندانه ای از آنها داشته باشند. تبلیغات تجاری، سیاسی هدفمند رسانه های مختلف و بویژه رسانه های تعاملی و شبکه های ماهواره از موارد آسیب زا در جامعه به شمار می رود. تبلیغات و رواج مصرف گرایی، بیکاری و سرخوردگی را در طبقه متوسط رو به پایین جامعه ایجاد می کند. هرچه نهادهای اجتماعی فعالتر باشند این تاثیر مخرب کمتر می شود. در دنیای مجازی امروز، همه کنشگر هستند و گروههای متعددی می توانند در حوزه ارتباطی فعالیت کرده،مرزهای فرهنگی مشخصی داشته، و در داخل این مرزها با هم تعامل داشته باشند. ما چه آگاهی لازم را کسب کنیم یا نه،

فرایند تأثیر رسانه ها ادامه دارد. زمانی که بتوانیم کنترل بیشتری نسبت به رسانه ها و تعابیر آنها داشته باشیم، می توانیم به تأثیرات مثبت ناشی از آنها قوت بخشیده و از تأثیرات منفی آنها بکاهیم. سواد رسانه ای به افراد توانایی میبخشد تا ضمن اینکه متفکرانی منتقد باشند، خود نیز به مولدین خلاق پیامها بدل شوند، در حالی که فناوری های ارتباطی مخاطب مداره، انفاقا در این نکته اتفاق نظر خواهیم داشت که هر چه مخاطب آگاهتر باشد، امکان تاثیر پذیری کورکورانه او از رسانه ها کاهش بیشتری می یابد (شکر خواه. ۱۳۹۱). به عبارت دیگر برای اینکه مخاطب در مواجهه با اطلاعات رسانهای فعال عمل کرده وبادرک آثار و پیامدهای مثبت و منفی پیام های رسانه ای به گزینش آنها بپردازد باید در کشف پیام های ضمنی برنامه ها، ساز و کارهای تاثیرگذار وغیره مهارت کافی پیدا کند. به هر حال برای رفع چالش هایی که در مواجهه مخاطبان با پیامهای رسانه ای در جامعه ایجاد می شود باید توی تلات سازمان یافته صورت گیرد و به ارتقا سطح سواد رسانه ای در میان مردم ویایه اصطلاح سیلرزه رسانه ای دست زد رضایی بایندر، ۱۳۸۲ در نتیجه با برخورداری از سواد) از انتخاب ساده رسانه ای تا نقد متن و رسیدن به مرحله بالاترانا فهم و تفسیر زمینه های متن این امکان برای مخاطب فراهم می شود که در برابر هجوم سرسام آور القای پیامهای رسانه ای، هویت خود را حفظ کنند استفاده از تلفن همراه نه تنها در جوانان بلکه در نوجوانان نیز به عنوان بخش تقریبا ضروری زندگی روزمره مطرح است (ایشی، ۲۰۱۱ زمینه یابی گستردهایی که در سال ۲۰۰۷ انجام شده نشان داده که تلفن همراه ضرورت ترین رسانه ارتباطی برای نوجوانان است. بنابراین می توان گفت چون تلفن همراه ضروری ترین رسانه ارتباطی است، دانشجویان علی رغم سواد رسانه ای بالا ناگزیر از استفاده از تلفن همراه هستند نیازمند، پرتو و فقیهی نیا (۱۳۹۳) در مقاله ای با عنوان ضرورت آموزش سواد رسانه ای به کودکان و نوجوانان رسانه ها را ابزاری مهم در اشاعه فرهنگ و سیاست معرفی می کنند چرا که افرادی در سنین و سطوح تحصیلی و با ویژگی های مختلف با آن سر و کار دارد. به منظور استفاده بهینه از رسانه ها لازم است والدین اطلاعات لازم را آموخته و به کودکان منتقل کنند و آموزش آن در برنامه مدارس در اولویت باشد تا اثرات مخرب و منفی رسانه های گوناگون هم چون محصولات سینمایی، برنامه های رادیویی و تلویزیونی و مبادلات رایانهای کاهش یابد.

۱۴- بحث در مورد یافته های پژوهش

در این بخش خلاصه ای از یافته های مرتبط با توصیف داده های آماری و تحلیل استنباطی داده های پژوهش، ذکر شده است، همچنین دلایل به دست آمدن این نتایج در ارتباط با مبانی نظری و پیشینه ها، بررسی شده و نتایج حاصل از بررسی عوامل مرتبط با استفاده آسیب زای دانشجویان از تلفن همراه، با نظریات و پژوهش های گذشته مقایسه شده است.

۱۵- بحث در مورد یافته های جمعیت شناختی جنسیت

بررسی نقش جنسیت شرکت کننده ها نشان داد که متغیر جنسیت در میزان میانگین متغیرهای مورد مطالعه نقش داشته است، به طوری که در ارتباط با متغیر سواد رسانه ای میانگین نمره گروه مردان به طور معناداری بالاتر از گروه زنان بود. نتایج حاکی است سطح سواد رسانه ای در دانشجویان مرد میانگین۵۸/۹۵و انحراف معیار= ۱۰/۴۱) در مقایسه با سطح سواد رسانه ای دانشجویان زن (میانگین۵۴/۹۴ و انحراف معیار = ۱۳/۳۷) از لحاظ آماری به طور معناداری بیشتر بود نتایج حاصل از این بخش با نتایج پژوهشی که سلیمانی، خسروی و حداد (۱۳۹۲) با هدف ارزیابی سواد رسانه ای دانشجویان و دانش آموزان شهر تهران انجام دادند، همسو بود. یافته های پژوهش آنان نیز آشکارساخت بین جنسیت دانشجویان و سطح سواد رسانه ای آنان رابطه معناداری وجود داشت و سطح سواد رسانه ای پسران بالاتر از سطح سواد رسانه ای دختران بود. اما یافته های مربوط به ارتباط میان جنسیت و سواد رسانه ای با نتایج پژوهش های اشرفی ریزی و همکاران (۱۳۹۳). شجاعی و امین پور (۱۳۹۲) و همچنین مصطفوی و قادیان (۱۳۹۶) همسو نبود.

در توجیه نتیجه حاصله میتوان گفت بالابودن سطح سواد رسانه ای پسران شاید به این دلیل باشد که میزان دسترسی و استفاده پسران از رسانه ها نسبت به دختران در جامعه بیشتر است در نتیجه توانایی تولید پیام و ارتباط با پیام های رسانه ای نزد پسران دانشجو نسبت به دختران دانشجو بیشتر است در ارتباط با استفاده آسیب زا از تلفن همراه نتایج نیز حاکی است نمره میانگین گروه مردان (میانگین۶۲/۰۹ و انحراف معیار= ۲۳ /۱۶) نسبت به گروه زنان (میانگین ۵۸/۲۶ و انحراف معیار ۶۳ / ۲۱) بیشتر بود، اما از نظر آماری تفاوت معناداری میان گروه زنان و مردان در استفاده آسیب زا از تلفن همراه مشاهده نشد. این یافته با نتایج پژوهش عطادخت، حمیدی و محمدی (۱۳۹۳) و ویلسکا (۲۰۰۶) همسو است. ویلسکا مطالعه تجربی با عنوان استفاده تلفن همراه به عنوان قسمتی از شیوه های مصرفی جوانان" در ارتباط بین الگوهای مصرف و استفاده تلفن همراه انجام داده است. این تحقیق به صورت پیمایش و با | ابزار پرسشنامه در بین جوانان ۱۶ تا ۲۰ ساله فنلاندی انجام شد. نتایج پژوهش وی نشان داد اشتیاق به فناوری و گرایش آگاهانه با استفاده از تلفن همراه ارتباط داشته و در بین مردان بیشتر از زنان رایج بوده است. شاید بتوان استفاده بیشتر دانشجویان پسر از تلفن همراه را تا حد زیادی به تفاوت در آزادی عمل دو گروه و انتظارات اجتماعی و فرهنگی متفاوت از آنان نسبت داد که بر اساس آن، پسران ضمن داشتن آزادی عمل بیشتر، انتظارات کاری و اجتماعی بیشتری در بیرون از خانه را بایستی پاسخگو باشند.

حوزه تحصیلی

از لحاظ پراکندگی دانشجویان در حوزه های مختلف تحصیلی پاسخ دهندگان به پرسشنامه از حوزه های تحصیلی علوم انسانی، علوم پایه، کشاورزی و مهندسی انتخاب شدند، بیشترین پراکندگی در حوزه علوم انسانی با ۱۸۰ شرکت کننده (۶/ ۴۸ درصد) و کمترین میزان شرکت کننده به طور مشترک مربوط به حوزه های تحصیلی علوم پایه و کشاورزی با ۵۰ شرکت کننده (۱۳/۵درصد) بود. همچنین حوزه مهندسی نیز ۹۰ شرکت کننده (۲۴۴۳ درصد) داشت بررسی متغیرهای جمعیت شناختی نشان می دهد که حوزه تحصیلی دانشجویان در میزان متغیرهای مورد مطالعه نقش نداشته، و از نظر آماری تفاوت معناداری میان سواد رسانه ای دانشجویان برحسب حوزه تحصیلی مشاهده نشد. نتایج این بخش از پژوهش حاضر با یافته های پژوهش اسکویی (۱۳۸۵) مطابقت دارد. وی در پژوهشی با هدف بررسی سطح سواد رسانه ای دانشجویان دانشگاه تهران و مقایسه سواد رسانه ای دانشجویان فنی و مهندسی و علوم انسانی دانشگاه تهران انجام داد. نتایج حاکی بود تفاوتی بین دانشجویان دو دانشکده از نظر سطح سواد رسانه ای وجود نداشت.

در ارتباط با استفاده آسیب زا از تلفن همراه نتایج نیز حاکی است که میانگین نمره استفاده آسیب زا از تلفن همراه در حوزه های تحصیلی متفاوت نبود و از لحاظ آماری (F =۰ /۴۴ و p=۰ / ۷۱) استفاده آسیب زا از تلفن همراه در میان چهار حوزه تحصیلی علوم انسانی، علوم پایه، کشاورزی و مهندسی اختلاف معناداری وجود نداشت در توجیه نتایج به دست آمده می توان به دلایلی همچون شرایط یکسان دوره تحصیلی و آشنایی تقریبا یکسان دانشجویان همه حوزه های تحصیلی با سواد رسانه ای و آگاهی مشابه نسبت به نقش سواد رسانه ای در جلوگیری از استفاده آسیب زا از تلفن همراه اشاره کرد. به نظر می رسد برگزاری دوره ها و کارگاههای آشنایی با سواد رسانه ای و همچنین آگاهی نسبت به مخاطرات استفاده آسیب زا از تلفن همراه برای دانشجویان در مقطع کارشناسی می تواند مفید باشد.

۱۶- یافته های استنباطی

فرضیه اول: بین میزان هر یک از مؤلفه های سوادرسانه ای و استفاده آسیب زا از تلفن همراه در دانشجویان رابطه وجود دارد

براساس یافته های پژوهش، بین درک محتوای پیام های رسانه ای با میزان استفاده آسیب زا از تلفن همراه در دانشجویان رابطه معناداری (F= ۰ / ۰۴۴) وجود نداشت. نتایج به دست آمده از بررسی این فرضیه با نتایج پژوهش أسپار و هوا (۲۰۱۵) همخوانی نداشت و با یافته های پژوهش سلیمانی و همکاران (۱۳۹۲) تا حدودی مطابقت داشت. یافته ها و نتایج پژوهش آسپاروهوا در زمینه چگونگی تأثیر سواد رسانه ای و هنجارهای اجتماعی براستفاده از شبکه های اجتماعی نشان داد که افراد مورد بررسی از سواد رسانه ای پایینی برخوردار بوده و هنجارهای اجتماعی و سواد رسانهای تأثیر معناداری بر انتخاب کانال های ارتباطی و به اشتراک گذاری اطلاعات از سوی آنها دارد سلیمانی

وهمکاران با هدف ارزیابی سواد رسانه ای دانشجویان و دانش آموزان شهر تهران به شناخت جامعه دانشجویی و دانش آموزی نسبت به ابعاد سواد رسانه ای پرداختند. بر اساس نتایج این پژوهش به دلیل ضعف بعد ادراکی سواد رسانهای دانشجویان و دانش آموزان تهرانی، آنها قادر به انتخاب آگاهانه از میان فرستنده های متعدد، عمل مستقل و کنترل در مرحله مصرف نیستند و نیازمند آموزش هستند تا به ابزار تحلیل و ارزیابی تولیدات رسانه ای مجهز شوند چرا که ذائقه ها متفاوت و نگرش ها متفاوتند ویژه نسل جدید تر که دنیایی جدیدتر تجربه می کنند.

با توجه به اینکه مبانی نظری بیانگر این است که هرچه در ک محتوای پیام های رسانه ای در افراد در سطح بالاتری باشد به همان نسبت میزان درک آنها از آسیبهای احتمالی رسانه ها نیز بیشتر و در نتیجه از استفاده بیمار گونه و آسیب زا دوری گزینند، بنابراین انتظار این بود که دانشجویان دارای این توانایی واین سطح از درک محتوای پیام های رسانه ای، نسبت به آسیب های استفاده از تلفن همراه آگاهی بیشتری داشته باشند، به رغم نتایج پژوهشهای ذکر شده و تاکید مبانی نظری مبنی بر اینکه هر چه درک از محتوای پیام های رسانه ای افزایش یابد میباید میزان استفاده آسیب را از تلفن همراه کاهش یابد. نتایج پژوهش حاضر که از جامعه دانشجویان مقطع کارشناسی به انجام رسید، مغایرت داشت. هیچ دو فردی یک فیلم یکسان را نمی بینند و اهنگ یکسانی را نمی شنوند. حتی والدین و فرزندان هم یک برنامه تلویزیونی را نمی بینندا هر مخاطب با تجربیات زیستی (سن، جنسیت، تحصیلات، تربیت، فرهنگ، و غیره) با هر رسانه رو به رو می شود. وقتی همه این موارد در کنار متن قرار بگیرند، تفسیرهای منحصر به فردی ایجاد می شود، بنابراین چون افراد درک متفاوتی از رسانه های مختلف دارند باید کارگاه های غنی تری برگزار شود تا افراد درک کاملی از رسانه های مختلف و به عنوان نمونه موبایل داشته باشند تا در استفاده از آن ها انتخاب آگاهانه تری داشته باشند. لذا ضرورت دارد کارگاه هایی برگزار شود تا به تحلیل و ارزیابی پیام های رسانه ای بپردازیم و پیام های رسانهای به صورت آگاهانه توسط افراد استفاده شود و افراد اسیر رسانه ها نشوند. بر اساس یافته های پژوهش، بین آگاهی از اهداف پنهان پیام های رسانه ای و استفاده آسیب زا از تلفن همراه رابطه معناداری وجود ندارد. نتایج به دست آمده از بررسی این فرضیه با یافته های پژوهش پاپایانو، (۲۰۱۱) تاحدودی مطابقت داشت و با نتایج پژوهش کریستین. ام. آنتونی (۲۰۰۹) و دهقان شاد و محمودی کو کنده (۱۳۹۱) همخوانی ندارد.

پاپایانو در پژوهشی به بررسی سواد رسانه ای در میان جوانان استفاده کننده از شبکه های اجتماعی در یونان پرداخته است. یافته های پژوهش نشان داد که افراد مورد بررسی مهارتهای فنی برای کار با شبکه های اجتماعی را دارند ولی مهارت کافی برای جستجوی انتقادی و ارزیابی اطلاعات را نداشته نسبت به مقررات و قوانین رسانه ها نیز آگاهی کافی ندارند. همچنین بر این باورند که استفاده از شبکه های اجتماعی می تواند اثرات مخربی بر افراد داشته باشد. از این رو آموزش مهارتهای سواد رسانه ای را ضروری می دانند دهقان شاد و محمودی کو گنده تحقیقی با عنوان بررسی ضرورت آموزش سواد رسانهای کودکان و نوجوانان از نگاه متخصصان آموزش و پرورش شهر تهران انجام دادند و به این نتیجه رسیدند که شناخت متخصصان آموزش و پرورش از رسانه ها و کارکرد آنها موجب درک بهتر آنها از موضوع سواد رسانه ای خواهد بود.

از دیگر نتایج این تحقیق این است که بین آموزش سواد رسانه ای و نبود آموزش آن در رابطه معناداری وجود دارد، یعنی ناآشنایی افراد با مقوله سواد رسانه ای به این موضوع برمی گردد که هیچ گونه آموزشی در خصوص سواد رسانه ای در نظام آموزش رسمی کشور وجود ندارد به همین دلیل افراد نمی توانند استفاده درست و درکی از اهداف پیدا و پنهان رسانه ها داشته باشد. ارتباط بین آموزش سواد رسانه ای و استفاده هدفمند از رسانه ها از دیگر نتایج این تحقیق است هافمن در سال ۱۹۹۹ تحقیقی با عنوان سوادرسانه ای برروی سپصد دانش آموز در آمریکا انجام داد. تحقیق وی نشان داد اگرچه دانش آموزان به مقدار زیادی از رسانه ها استفاده می کنند اما درباره عوامل شکل دهنده برنامه هایی که تماشا می کنند آگاه نیستند و دانش آموزان اندکی در خصوص عوامل شکل دهنده آگاهی دارند نتایج پژوهش کریستین. ام. آنتونی در دانشکده ارتباطات دانشگاه گوتزاگا نشان داد با آموزش مهارتهای سواد رسانهای و تفکر انتقادی، نفوذ تبلیغات محصولات زیبایی بر دختران نونهال و نوجوانان تقلیل می یابد. با اجرای این برنامه آموزشی، دختران آگاه شدند چگونه صاحبان آگهی، تصاویر را ماهرانه دستکاری وتحریف کرده و درباره فواید محصولات زیبایی تحت عنوان بازاریابی مبالغه می کنند. بنابراین طبق مبانی نظری انتظار این بود که هر چه افراد از اهداف پنهان پیام ها بیشتر اطلاع داشته باشند به همان نسبت نیز آسیب پذیری آنها در درایر رسانه ها کمتر می شود. بنابراین با ارائه پیشنهادهای جدید برای استفاده بهینه از این وسیله ارتباطی به ویژه تغییر نگرش کاربران جوان به تلفن همراه به عنوان ابزار ارتباطی نه سرگرمی، ارائه طرحی برای بهره وری معنوی از تلفن همراه مانند نصب نرم افزارهای دینی، مدیریت پیامک و دیگر جنبه های قابل گفت وگو، آن ها را به جهتی مناسب رهنمون شوند.

همچنین عدم وابستگی جوانان به رسانه ها موجبات عدم تسلط پیام های رسانه ای بر وی را فراهم نموده |باعث آگاهی جوانان از تاثیرات نامطلوب رسانه ها بر خود می شود. بنابراین برای مواجهه فعال و خلاق در عصر ارتباطات، تنها سه راهکار پیش رو داریم؛ بدبین باشیم، با خوش بین، و یا واقع بین باشیم. در نگاه اول، که ما آن را رویکرد خوش بینانه مینامیم، فرد برداشتی جز فرصت و مزیت از رسانه ندارد و استفادهای بی محدودیت از آن می کنند. در چنین شرایطی فرد کاملا وضعیتی منفعل دارد و رسانه او را شکل می دهد. نقطه مقابل

این نگاه را رویکرد بدبین میدانیم که در آن تصور فرد از رسانه تهدید محور است و با سیاست هراسان سازی دیگران را نیز از استفاده از رسانه منع می کنند. راه کار سوم و منظور اصلی سواد رسانه ای را در رویکر واقع بین می دانیم که فرد با آگاهی نسبت به مزایا و تهدیدات رسانه، با سیاست برنامه ریزانه به استفاده محدود از رسانه روی می آورد تنها راه درست و عاقلانه و عالمانه این است که واقع بین باشیم تا توانمند شویم و با قوت (نه ضعف) و خوش بینی (نه خوش خیالی) و استحکام (نه تردید به فکر برنامه ریزی و رشد باشیم تا بتوانیم از مزایای رسانه ها بهترین بهره را برده تا از شر رسانه ها به خیر شان پناه برده و در یک کلام سواد رسانه ای خود را بالا ببریم، بنابراین با توجه به مطالب فوق می توان علت استفاده دانشجویان دانشگاه بیرجند از تلفن همراه علی رغم آگاهی از اهداف پنهان رسانه ها این است که علی رغم نگاه همراه با تردید به رسانه باز هم به دلیل ضرورت و کاربرد گسترده آن ناچار هستیم از آن استفاده کنیم. بر اساس یافته های پژوهش، بین گزینش آگاهانه پیام های رسانه ای و استفاده آسیب زا از تلفن همراه رابطه معناداری وجود ندارد.

نتایج به دست آمده از بررسی این فرضیه با بافته های پژوهش (هیس برینگ، لامبرت و هیس برینک، ۲۰۰۷) و بلبلی و تریشی (۱۳۹۳) تاحدودی مطابقت داشت. هیس برینگ، لامپرت و هیس برینگ، در مقاله ای تحت عنوان شبکه های اجتماعی چالشهایی برای سوادرسانه ای، به نحوه بهره مندی کاربران از شبکه های اجتماعی با توجه مخاطرات و فرصتهایی که حریم خصوصی، محتوا و قوانین موجود فراهم می کنند پرداخته و به نکات ویژهای از شبکه های اجتماعی اشاره دارد که توجه به محتواهای تولیدی و مصرفی کاربران را ضروری به شمار می آورند بنابراین نتایج این پژوهش را تأیید می کند بلبلی و تربتی تحقیقی با عنوان بررسی رابطه میزان استفاده تکنولوژی های نوین ارتباطی و سواد رسانه ای انجام دادند نتایج نشان داد که ابزارهای تکنولوژی ارتباطی مورد مطالعه در این تحقیق که شامل ماهواره و اینترنت بودند به واسطه امکاناتی که برای مخاطب خود فراهم نمودند از جمله امکان دستیابی و سرعت دسترسی فرد به اطلاعات باعث رشد سواد رسانهای فرد شده اند به طوری که مخاطب به واسطه بهره مندی از این تکنولوژی ها و از آنجا که سریع تر از گذشته میتواند به حجم عظیمی از اطلاعات دسترسی پیدا می کند به همان نسبت هم راحت تر می تواند به گزینش اطلاعات پرداخته و به صحت و سقم یک موضوع پی برده و از اعمال سانسور در یک موضوع اطلاع یافته و به لحاظ در دسترس قرار گرفتن پیام ها و اطلاعات متنوع از طریق ماهواره و اینترنت توانمندی او هم در تحلیل و تفسیر پیام های ارتباطی بیشتر شده و نهایتا سواد رسانه ای وی افزایش می یابد.

پژوهش های (تقی زاده، ۱۳۹۰، سلیمان، خسروی و حداد، ۱۳۹۲: شاه حسینی، ۱۳۹۲) نشان داده اند هرچند که دانش آموزان به مهارت استفاده و کار با رسانه های نوین، تسلط نسبی دارند اما در گزینشگری اطلاعات، تفکر نقادانه در ارتباط با رسانه ها و استفاده مطلوب از رسانه های مختلف، چندان توانایی ندارند آموزش سواد رسانه ای می تواند میزان سواد رسانهای آن ها به ویژه در ابعاد انتقادی را ارتقاء دهد. مبانی نظری بیانگر این است که هرچه توانایی گزینش آگاهانه پیام های رسانه ای در افراد در سطح بالاتری باشد به همان نسبت میزان آگاهی آنها از آسیبهای احتمالی رسانه ها نیز بیشتر و در نتیجه از استفاده آسیب زاه از تلفن همرا دوری گزینند، بنابراین انتظار این بود که دانشجویان دارای این توانایی، نسبت به آسیب های تلفن همراه آگاهی بیشتری داشته باشند افرادی که در سطح بالایی از سواد رسانه ای هستند از بینش و قدرت تشخیص وسیع و قوی برخوردارند، چنانچه آنها از توانایی مهارتهای بسیار پیشرفته جهت تعبیر و تفسیر انواع پیامها در ابعاد مختلف بهره مند هستند. این مهارت بدانها قدرت گزینشگری بیشتری می بخشد اما اغلب شاهد هستیم که مواجهه با پیام های رسانه ای، سنجیده و هدفمند صورت نمی گیرد، بلکه بیشتر از روی عادت است و تنها تعداد محدودی از افراد، آنچه را که در رسانه ها می بینند، می خوانند با میشنوند را کنترل می کنند.

در نتیجه افراد می توانند از حالت مخاطب منفعل، بیننده صوف و تحت کنترل رسانه های خارج شوند و فعالانه با پیام ها برخورد نمایند و به صورت مخاطب انتخاب گر و گزینش گر درآیند. در اینجا است که. لذا ضرورت دارد کارگاههایا کلاس های برگزار شود تا به تحلیل و ارزیابی پیام های رسانه ای بپردازیم و راه های گزینش صحیح پیامها را یاد بگیریم و همچنین با آگاهی از خط مشی رسانه ها که منجر به استفاده هوشمندانه از رسانه می گردد موجب می شود که جوانان برنامه های مورد علاقه اش را از میان رسانه های مختلف گزینش نموده تحت تاثیر تبلیغات رسانه ای قرار نمی گیردیا کمتر تحت تأثیر قرار می گیرد رو به ضعیف بودن شدت همبستگی در عین قابل قبول نمایاندن میزان گزینش آگاهانه پیام های رسانه ای نشان دهنده آن است که علی رغم بالابودن گزینش پیام های رسانه ای بنا به دلایلی نظیر ضرورت استفاده از تلفن همراه، وجود درصدی از اعتیاد به تلفن همراه و ... باز هم گرایش به سمت تلفن همراه بالاست بر اساس یافته های پژوهش، بین نگاه انتقادی به پیام های رسانه ای و استفاده آسیب زا از تلفن همراه رابطه مثبت و معناداری وجود داشت.

نتایج پژوهش حاضر با تحقیق فانگ (۲۰۰۵) وهمچنین پژوهش های منتظر قائم و شعبان کاسه گر (۱۳۹۳) و شاه حسینی (۱۳۹۲) همونیست یافته های پژوهش فانگ که بر روی ۲۶۲ جوان سنگاپوری انجام شد نشان داد افرادی که در دوردهای آموزش سواد رسانهای شرکت کرده اند، میزان آگاهی بیشتر و تفکر انتقادی بالاتری نسبت به افراد عادی داشته و می توانند با دید انتقادی بیشتری به مطالب مندرج در رسانه ها و شبکه های اجتماعی داشته باشند. یافته های پژوهش ها نشان میدهد که سواد رسانه ای نقش موثری بر میزان تأثیر پذیری جوانان از تبلیغات داشته است منتظر قائم و شعبان کاسه گردر مقاله ای با عنوان سواد رسانه ای و حضور مؤثر در فضای سایبر ضمن ارائه تعاریفی از سواد رسانه ای، ویژگی های فرد با سواد رسانه ای را ذکر کرده و اهمیت و هدفش راء توانمند ساختن افراد برای

کنترل برنامه های رسانه با تفکر انتقادی معرفی می کند چرا که معتقدند که شهروندان می توانند از این مهارت در گفتمان های عمومی بهره مند شوند. در ادامه اشاره می کنند با توجه به رشد سریع فناوری های ارتباطی و اطلاعاتی و احاطه شدن زندگی روزمره و نیز نقش فعال افراد در تولید و جریان سازی محتوا در فضای سایبر؛ به منظور بررسی دقیق و موشکافانه اطلاعات انتخابی و مورد استفاده داشتن سواد رسانه ای کافی ضروری است.

پژوهش شاه حسینی (۱۳۹۲) در قالب پایان نامه کارشناسی ارشد علوم ارتباطات به راهنمایی دکتر علی دلاور در واحد علوم و تحقیقات دانشگاه آزاد اسلامی تهران با هدف بررسی تأثیر آموزش سواد رسانه ای بر رمزگشایی پیامهای رسانه ای نشان داد افراد شرکت کننده در دوره آموزشی تفکر انتقادی، در بازگشایی پیامهای تبلیغاتی نسبت به گروهی که آموزشی ندیده اند بهتر عمل می کنند. لذا می توان این گونه توجیه کرد که دانشجویان دانشگاه بیرجند در نگاه انتقادی به پیام های رسانه ای از توانایی بالایی برخوردارند و پیام های رسانه ای را به راحتی نمی پذیرند اما نگاه انتقادی به پیام های رسانه ای به عنوان یکی از مؤلفه های سواد رسانه ای نتوانسته از میزان استفاده آسیب زای دانشجویان دانشگاه بیرجند از تلفن همراه بکاهد، شاید دلیل آن عدم آگاهی از آثار مخرب رسانه ها و یا عدم توجه به آثار مفید آن باشد و همچنین عدم آموزش لازم و عرضه پیام های رسانه ای بدون آگاه سازی افراد باشد. عدم وابستگی به رسانه ها موجبات عدم تسلط پیام های رسانه ای بر وی را فراهم نموده باعث آگاهی ازتأثیرات نامطلوب رسانه ها بر خود می شود.

رو به ضعیف بودن شدت همبستگی در عین متوسط بودن میزان نگاه انتقادی اکثریت نمونه به پیامهای رسانه ای نشان دهنده آن است که علی رغم نگاه انتقادی به پیام های رسانه ای با توجه به نقش پیام های رسانه ای در فرهنگ سازی، انتقال اطلاعات و باز هم احتمال گرایش به سمت رسانه ها و حتی تاثیرات مخرب رسانه ها بر افراد وجود دارد بر اساس یافته های پژوهش، بین تجزیه و تحلیل پیام های رسانه ای و استفاده آسیب زا از تلفن همراه رابطه مثبت و معناداری داشت. نتایج پژوهش حاضر با پژوهش سلیمانی، خسروی و حداد (۱۳۹۲) همسوئیست در پژوهشی به وسیله سلیمانی، خسروی و حداد با عنوان ارزیابی سواد رسانه ای دانشجویان و دانش آموزان شهر تهران به شناخت جامعه دانشجویی و دانش آموزی نسبت به ابعاد سواد رسانه ای پرداخته است، بر اساس نتایج، آنها قادر به انتخاب آگاهانه از میان فرستنده های متعدد، عمل مستقل و کنترل در مرحله مصرف نیستند و نیازمند آموزش هستند تا به ابزار تحلیل و ارزیابی تولیدات رسانه ای مجهز شوند چرا که ذائقه ها متفاوت و نگرش ها متفاوتند بویژه نسل جدیدتر که دنیایی جدیدتر تجربه می کنند، دانشجویان نسبت به پیام های رسانه ای از سواد تحلیلی مناسبی برخوردارند، به تجزیه و تحلیل پیام های رسانه ای و جزئیات آنها می پردازند تا به اطمینان در مورد استفاده و نشر پیام های رسانه ای برسند.

پژوهش های (تقی زاده، ۱۳۹۰: سلیمان، خسروی و حداد، ۱۳۹۲: شاه حسینی، ۱۳۹۲) نشان داده اند هرچند که دانش آموزان به مهارت استفاده و کار با رسانه های نوین، تسلط نسبی دارند اما در گزینشگری اطلاعات، پردازش پیام های رسانه ای و استفاده مطلوب از رسانه های مختلف، چندان توانایی ندارند آموزش سواد رسانه ای می تواند میزان سواد رسانه ای آنها را ارتقاء دهد. ضمن آنکه با توجه به ابعاد دانش و مهارت در سواد رسانه ای باید به سمت عملیاتی کردن دانش سواد رسانه ای و تحقق آن در رفتار و مشارکت فعال گام برداریچ لذا می توان این گونه توجیه کرد که دانشجویان دانشگاه بیرجند در تجزیه و تحلیل پیام های رسانه ای از توانایی بالایی برخوردارند و پیام های رسانه ای را به راحتی نمی پذیرند و دید تحلیلی به پیام های رسانه ای به عنوان یکی از مؤلفه.های سواد رسانه ای دارند اما این توانایی نتوانسته است از میزان آسیب زایی رسانه بکاهدشاید به دلیل نبود ضوابط و مقررات خاصی در رابطه با رسانه ها و عدم آموزش مرتبط باشد و همچنین عدم وابستگی جوانان به رسانه ها موجبات عدم تسلط پیام های رسانه ای بر وی را فراهم نموده باعث آگاهی جوانان از تاثیرات نامطلوب رسانه ها بر خود می شود

فرضیه دوم: سوادرسانه ای با استفاده آسیب زا از تلفن همراه در دانشجویان رابطه دارد.

نتایج آزمون همبستگی پیرسون بین دو متغیر سواد رسانه ای و استفاده آسیب زا از تلفن همراه، نشان داد متغیر سواد رسانه ای با استفاده آسیب زا رابطه مثبت و معناداری داشت بدین معنی که با افزایش سواد رسانه ای استفاده آسیب زا از تلفن همراه افزایش می یابد. باتوجه به این که پژوهشی که به طور مشخص به بررسی ارتباط میان سواد رسانه ای و استفاده آسیب زا از تلفن همراه پرداخته باشد، یافت نشده بنابراین پژوهش هایی که به نحوی به موضوع پژوهش حاضر مرتبط بود مورد استفاده قرار گرفت که در ادامه به آنها اشاره می شود یافته ها و نتایج حاصل از این فرضیه با نتایج پژوهش تقی زاده (۱۳۹۱) همسو نبود، به طوری که یافته های پژوهش وی نشان داد فضاهای مجازی توپدید همچون شبکه های اجتماعی آسیب هایی ایجاد نموده و ارتقای سواد رسانه ای می تواند بر کاهش و کنترل این آسیب ها اثرگذار باشد. براساس یافته های پژوهش مذکور که بر روی جوانان شاغل به تحصیل انجام شده نشان داد که رابطه معکوسی بین میزان مهارتهای سواد رسانه ای و میزان آسیب های اجتماعی فضای مجازی وجود داشته است با توجه به این که هدف تولید کنندگان پیام ها و اطلاعات در هر رسانهای از جمله تلفن همراه تاثیرگذاری بر استفاده کننده است و برای این منظور به طور دائم در حال رقابت با سایر رسانه های رقیب و تاثیر گذاری بر مخاطبان هستند،

از این رو سعی دارند به هر نحو ممکن اعتماد استفاده کنندگان را جلب نمایند. براین اساس ممکن است برخی از مطالب و یا تصاویر موجود در تلفن همراه نیز به گونه ای خاص صحنه سازی شده و به صورت نادرست و گاهی مخرب ارائه شده باشد و به جای مطالب مستند در معرض استفاده افراد قرار بگیرد. بنابراین لازم است استفاده کنندگان به منظور جلوگیری از دریافت اطلاعات نادرست و جهت دار یا بی تفاوتی و بی اعتنایی نسبت به تبعات نامطلوب آن رفتار ننمایند و علاوه بر سواد فنی لازم برای استفاده از این رسانه مؤثر، از سطح سواد رسانهای مناسبی برای فهم کامل پیام نیز بهره مند باشند. نتایج پژوهش حاضر نشان داد جامعه مورد بررسی در ارتباط با ابعاد سواد رسانه ای از مهارت های کافی برخوردار نبودند و در نتیجه در استفاده از تلفن همراه به جنبهای آسیب زا بودن این رسانه اهتمام لازم را نداشتند.

شاید بتوان انگیزه های استفاده دانشجویان مورد بررسی از تلفن همراه را با رویکردی مبتنی بر استفاده و رضامندی توجیه کرد. استفاده از تلفن همراه نیز مانند تمام رسانه ها تابع شرایط زمان و مکان، نیازها و اهداف مخاطبان است و در مجموع به ویژگی های استفاده کنندگان از یک سو و ابزار و شیوه های ارائه اطلاعات و ویژگی های تولید کنندگان آن، از سوی دیگر بستگی دارد. به نظر می رسد استفاده دانشجویان از تلفن همراه نیز برای برآوردن نیازهای اساسی و واقعی صورت نمی گیرد بلکه بیشتر جنبه های روان شناختی و جامعه شناختی داشته باشد. با توجه به این که رسانه ها دارای تاثیرات شناختی، عاطفی و رفتاری بر مخاطبان هستند به گونه ای که در ابتدای تأثیر سبب منفعل شدن و افزایش نفوذپذیری آنان می شود، از این رو احتمال می رود بیش از آن که جنبه های نیاز به تحکیم شناخت، افزایش دانش و تقویت بنیه ادراک و مانند آن در استفاده از تلفن همراه مطرح باشت، بیشتر تفریح و سرگرمی، گذران وقت، تغییر روحیه، رقع تنهایی و کسالت، کسب اطلاع و اخبار، نیاز به همدم و با همدم یابی، فرار از مشکلات یا رهایی عاطفی و به عبارتی استفاده اجتماعی مطرح است شاید دلیل آن باشد که پژوهش حاضر از نظر جامعه و نمونه با پژوهش تقی زاده متفاوت است. همچنین جذابیت ها و امکانات رسانه ای مانند تلفن همراه هوشمند باعث می شود افراد بخصوص جوانان کنجکاوتر و بدون توجه به آثار مخرب آن وارد کانال ها و سایت های فضای مجازی شوند. البته افرادی نیز هستند مانند هکرها که مهارتهای بالایی در استفاده از رسانه های فضای مجازی دارند اما همین دلیلی میشود که برای رسیدن به مقاصد و اهداف خود از رسانه ها استفاده فراوانی کنند.

فرضیه سوم: مولفه های سواد رسانه ای دانشجویان پیش بینی کننده میزان استفاده آسیب زا از تلفن همراه است

نتایج آزمون تحلیل رگرسیون چندگانه بین مؤلفه های سواد رسانه ای و استفاده آسیب زا از تلفن همراه، نشان داد که متغیرهای نگاه انتقادی به پیام های رسانه ای و تجزیه و تحلیل پیام های رسانه ای باقی مانده در معادله رگرسیون برای پیش بینی متغیر وابسته استفاده آسیب زا از تلفن همراه) معنادار بوده و ۳/۲ درصد از تغییرات متغیر استفاده آسیب زا از تلفن همراه، مؤلفه های نگاه انتقادی به پیام های رسانه ای و تجزیه و تحلیل پیام های رسانه ای را پیش بینی می کند در این بین مؤلفه های نگاه انتقادی به پیام های رسانه ای و تجزیه و تحلیل پیام های رسانه ای با متغیر استفاده آسیب زا از تلفن همراه رابطه مثبت و معنادار داشتند، ولی مؤلفه های درک محتوای پیام های رسانه ای ، آگاهی از از اهداف پنهان پیام های رسانه ای و گزینش آگاهانه پیام های رسانه ای معنادار نبودند. یافته ها و نتایج حاصل از این پژوهش با نتایج خنجر خانی، پیرزهی و قناعتی (۱۳۹۷) همخوانی دارد هدف اصلی پژوهش خنجر خانی، پیرزهی و قناعتی، بررسی رابطه میزان استفاده از فضای مجازی بر سواد رسانه ای دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی دانشگاه سیستان و بلوچستان بود. یافته های پژوهش آنها نشان داد بین میزان استفاده از فضای مجازی باسوادرسانه ای رابطه وجود ندارد. یعنی الزاما کسانی که در فضای مجازی هستند نمی توان گفت سوادرسانه ای بالاییدارند و کسانی که سوادرسانه ای بالایی دارند همیشه درگیر فضای مجازی نیستند و برای این کار محدوده زمانی مشخصی دارند

کیانی و علویان (۱۳۹۳) در مقاله خود با عنوان مطالعه نقش سواد رسانه ای کاربران فیسبوک در میزان و نوع اثر پذیری آنها از صفحات ٹیلیفی می نویسند "شبکه اجتماعی فیس بوک، امروزه بین جوانان ایرانی از محبوبیت بالایی برخوردار است. رشد محبوبیت و عمومیت این شبکه اجتماعی از یک طرف و امکاناتی که این شبکه برای تسهیل روابط بین افراد فراهم کرده از سوی دیگر باعث شده است که این شبکه ها بر ارتباطات اجتماعی بین مردم تأثیر بگذارند. بنابراین استفاده فعال از این مهارتها به این معنی است که ما از پیام ها آگاه هستیم، و می توانیم آگاهانه با آنها تعامل کنیم .

حق پرست و دهقان شاد (۱۳۹۳) در مقاله ای با عنوان مهارت های سواد رسانه ای کاربران شبکه های اجتماعی مجازی در ایران به طور موردی کاربران اینستاگرام و فیس بوک را بررسی می کنند آنها از سواد رسانه ای با عنوان سوادی جدیدی یاد می کنند که با افزایش دسترسی به رسانه های تعاملی و شبکه های اجتماعی و رشد روز افزون تعداد کاربران آنها و از سویی افزایش آسیب های احتمالی اجتماعی فضای مجازی اهمیتش بیشتر شده است بنابراین شهروندان تنها با فراگیری سواد دیجیتالی است که می توانند استفاده مناسبی از تکنولوژی های جدید دیجیتالی داشته باشند چرا که این سواد شامل اطلاعات اولیه درباره قابلیت ها، فرصتها و نحوه به کارگیری تکنولوژی های جدید و آسیب های احتمالی و نحوه مقابله با آنهاست. لزوم فراگیری سواد دیجیتالی در استفاده از وبسایتهای شبکه اجتماعی اهمیتی دوچندان پیدا می کند، بنابر این برگزاری کارگاه ها و دوره های برای کارکنان و دانشجویان می تواند در کاهش آسیب های استفاده از موبایل و شبکه

های اجتماعی کاهش دهد خصوصا که کارکنان و دانشجویان با توجه به نقش و موقعیت خود می توانند سایر افراد جامعه را نیز آگاه کنند. باتوجه به جامعه آماری مورد مطالعه و گستردگی موضوع مورد بحث و به ویژه رده سنی غالب جامعه آماری که جوانان هستند، می توان به این اشاره کرد که با افزایش سطح سواد رسانه ای و دانسته های این فشر (جامعه آماری دانشجویان از گستردگی دنیای مجازی در صورت عدم وجود برخی اقدامات پیشگیرانه و آگاهی بخش در جهت استفاده صحیح، زمینه های آسیب زایی به شدت افزایش یافته وعدم بهره مندی صحیح از رسانه ها، باعث سوق هرچه بیشتر افراد بالاخص دانشجویان دانشگاه بیرجند که دسترسی راحت و کم هزینه به اینترنت که مهمترین رکن در ارتباطات عصر حاضر است را دارند،می گردد.

۱۷-نتیجه گیری

کلی ظهور هر فناوری جدید، تغییرات زیادی را در سیاست، اقتصاد، صنعت، زندگی روزمره مردم و فرهنگ ایجاد می کند، فناوری هایی که به بحث اطلاعات و ارتباطات مربوط هستند نیز از این قاعده مستثنی نبوده و توسعه آنها، تاثیراتی را در جنبه های مختلف زندگی فردی و اجتماعی افراد خواهد داشت (فرامرزیانی، ۱۳۹۴).

در دنیای رسانه ای امروز که براساس آمارهای رسمی بیش از ۷۰ درصد وقت روزانه مردم با رسانه ها سپری می شود مخاطبان نیاز به آگاهی از رسانه ها و نحوه عملکردشان در مقابل مردم دارند (پاتر، ۲۰۰۸). یکی از وسایل پرکاربرد در ارتباطات امروز بشر، تلفن همراه است که به عنوان یکی از فناوری های ارتباط نوین در زندگی فردی و اجتماعی بشر جایگاهی قدرتمند دارد. امروزه تلفن همراه به عنوان جزئی ضروری در زندگی افراد است، به نحوی که اگر کسی تلفن همراه نداشته باشند، برای بقیه مشکل محسوب میشود (ایشی، ۲۰۱۱).استفاده آسیب زا از تلفن همراه که استفاده بیمار گونه با مشکل زا نیز خوانده میشود، یکی از اختلالات جدید مرتبط با فناوریهای نوین است. استفاده آسیب زا از تلفن وضعیتی است که در آن از تلفن همراه بیش از حد استفاده میشود و مشغله ذهنی زیادی به وجود می آورد (جنارو،۲۰۰۷).

به عبارتی می توان گفت استفاده آسیب زا از تلفن همراه پدیدهای خاص در جوامع امروزی است. دانش کسب شده از پژوهش در زمینه استفاده آسیب زا از فناوریهای نوین از آن جهت ضروری است که می تواند الگوهای نا بهنجار و اعتیادی را مشخص کند. تعداد مقیاسهایی که اعتیاد و استفاده آسیب زا از تلفن همراه را بتواند مشخص کند، ناچیزند، بنابراین استفاده آسیب زا از تلفن همراه را می توان به عنوان یکی از اشکال اعتیاد فناورانه به حساب آورد.

(حسن زاده و رضایی، ۱۳۸۹) در همین راستا پژوهش حاضر با هدف بررسی نقش سواد رسانه ای در استفاده آسیب زا از تلفن همراه در بین دانشجویان دانشگاه بیرجند انجام شد و در نهایت توانست ارتباط مثبت و معنادار بین متغیرهای فوق را تبیین و نقش مؤلفه های درگ محتوای پیام های رسانه ای آگاهی از اهداف پنهان پیام های رسانه ای گزینش آگاهانه پیام های رسانه ای: نگاه انتقادی به پیام های رسانه ای و تجزیه و تحلیل پیام های رسانه ای را در استفاده آسیب زا از تلفن همراه در بین دانشجویان دانشگاه بیرجند بیان نماید وجود رابطه مثبت و معنادار بین سواد رسانه ای و استفاده آسیب زا از تلفن همراه نشان میدهد که اگر دانشجویان از سواد رسانه ای بالایی برخوردار باشند ممکن است استفاده آسیب زا از تلفن همراه نیز افزایش یابد.

مراجع

[۱] اسدی، زهرا (۱۳۹۴) جایگاه سواد رسانه ای در الگو پذیری نوجوانان از تبلیغات تجاری تلویزیونی (پایان نامه کارشناسی ارشد). دانشگاه آزاد اسلامی، تهران،

[۲] عابدینی، یاسمین و زمانی، بی بی عشرت (۱۳۹۱) بررسی انگیزه، میزان و نوع استفاده از تلفن همراه در دانشجویان، مجله روانشناسی معاصر، دوره ۵، شماره ۷، ۱۳۹۱، ۸۶-۷۲.

[۳] فهیمه (۱۳۹۳). ضرورت آشنایی با سواد رسانه ای در خانواده اولین کنفرانس بین المللی سواد رسانه ای در ایران .

[۴] فرامرزبانی، پروانه (۱۳۹۴)، نقاط ضعف و قوت شبکه های اجتماعی تلفن همراه، ارائه راهکارها و پیشنهادها (پایان نامه کارشناسی ارشد). دانشگاه علامه طباطبایی، تهران.

[۵] طلوعی، علی (۱۳۹۱). سواد رسانه ای، درآمدی بر شیوه یادگیری و سنجش، تهران: دفتر مطالعات و برنامه ریزی رسانه ها.

[۶] عطادخت، اکبر حمیدی فر، ویدا و محمدی عیسی- (۱۳۹۳) استفاده آسیب زا و نوع کاربری تلفن همراه در دانش آموزان دبیرستانی و رابطه آن با عملکرد تحصیلی و انگیزش پیشرفت. مجله روانشناسی مدرسه، دوره ۳، شماره ۲، ۱۳۶ – ۱۲۲.

[۷] عزالدین، فریبا، بدلی، مهدی (۱۳۹۴) بررسی اثر بخشی سواد رسانه ای بر مهارت های تفکر انتقادی دانش آموزان، فصل تامه علمی- پژوهشی پژوهشنامه تربیتی.

[8] Hobbs, R (2004). AReview of School-based Initiative In Media Literacy Education. Ameri-can Behavioral Scientist,8(2),48-61.

[9] Ishii, K. (2011). Examining the adverse effects of mobile phone use among Japanese adolescents, Keio Communication Review, 33, 66-83.

[10] Martin.crystal(2011). An information literacy perspective on leaming and new media, on the horizon, 19(4), 268-275.

[11] Oxstrand, B. (2009). Media literacy education-A discussion about media education in the western countries, Europe and Sweden.

[12] Phang.Anna (2005). Add a dose of media literacy in the media diplomas curriculum and syllabus.p:11.

[13] (2007 Internet and cell-phone use: psychological, behavioral and health correlates. Addiction Research & Theory, 15(3): 309-320