



## ORIGINAL RESEARCH PAPER

## The effect of media literacy training on the use of social networks and improving the emotional maturity of senior high school students

H. Deldar<sup>1</sup>, M.R. Razavi<sup>\*1</sup>, M.A. Faghih Nia<sup>2</sup><sup>1</sup> Department of Educational Sciences, Taybad Branch, Islamic Azad University, Taybad, Iran<sup>2</sup> Department of Management, Mashhad Branch, Islamic Azad University, Mashhad, Iran

## ABSTRACT

Received: 3 March 2022  
 Reviewed: 19 April 2022  
 Revised: 12 May 2022  
 Accepted: 1 June 2022

## KEYWORDS:

Media Literacy  
 Social Media  
 Emotional maturity

\* Corresponding author

✉ [Razavi@taybad.ac.ir](mailto:Razavi@taybad.ac.ir)

☎ (+98915)1564060

**Background and Objectives:** Adolescence is the transition from childhood to adulthood in which physical, emotional, and social maturity occurs and the adolescent's mental abilities and cognitive and emotional abilities are formed. According to the existing studies, children and adolescents make up the largest audience of the media, and therefore the media and social networks play an important role in socializing adolescents. There are two ways to protect adolescents from the cultural and ideological damage of the media: one is to censor information technology and the other is to increase adolescents' knowledge and skills in dealing with the media (media literacy). This study aimed to determine the effect of media literacy training on the use of social media and the improvement of emotional maturity.

**Methods:** The research method was quasi-experimental using a pretest-posttest design with a control group. The statistical population of this study consisted of all high school students in Sangan in the academic year 2018-2019 (N = 705). Based on the inclusion criteria, 30 of these students were purposefully selected and randomly assigned into two groups of experimental and control with 15 students in each. The instruments used to perform the pre-test for both groups were: social network addiction questionnaire and the Emotional Maturity Scale (EMS). Then, the experimental group received media literacy training in 4 months and 8 sessions. The control group received no training in this period. After completing these 4 months, both groups were examined in the post-test. Research data were analyzed using analysis of covariance (ANCOVA) and SPSS 22 software.

**Findings:** The results showed that media literacy training significantly reduced the use of social networks and improved students' emotional maturity in five general factors of emotional immaturity (emotional instability, emotional return, social incompatibility, personality collapse and lack of independence) in the experimental group.

**Conclusion:** In general, the results of this study showed a positive and significant effect of media literacy training in reducing dependence on social networks and increasing students' emotional maturity. In other words, by participating in media literacy training sessions, students were able to reduce their dependence on social networks and it also increased their emotional maturity. Therefore, it can be said that media literacy and its education to adolescents could greatly reduce the incidence of psychological problems and injuries. This study examined the role of media literacy on emotional maturity and the degree of dependence on social networks in a specific population simultaneously. This study further examined the role of media literacy on improving emotional maturity and the use of social networks in a specific population simultaneously. One of the limitations of this study was the time and place limit for conducting a two- to three-month follow-up examination to evaluate the duration of the effect of media literacy skills training.



NUMBER OF REFERENCES

59



NUMBER OF FIGURES

1



NUMBER OF TABLES

5

## مقاله پژوهشی

## تأثیر آموزش سواد رسانه‌ای بر میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و بهبود بلوغ عاطفی دانش‌آموزان دوره دوم متوسطه

حبیب‌اله دلدار<sup>۱</sup>، مجیدرضا رضوی<sup>۱\*</sup>، محمدعلی فقیه‌نیا<sup>۲</sup><sup>۱</sup> دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تایباد، گروه علوم تربیتی، تایباد، ایران<sup>۲</sup> دانشگاه آزاد اسلامی، واحد مشهد، گروه مدیریت، مشهد، ایران

## چکیده

**پیشینه و اهداف:** نوجوانی، گذر از مرحله کودکی به بزرگسالی است که در آن بلوغ جسمانی، عاطفی و اجتماعی رخ می‌دهد و توانایی‌های ذهنی و قابلیت‌های شناختی و عاطفی نوجوان شکل می‌گیرد. طبق بررسی‌ها، کودکان و نوجوانان بیشترین مخاطبین رسانه‌ها را تشکیل می‌دهند و از این رو می‌توان گفت رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی نقش مهمی در جامعه‌پذیر کردن نوجوانان دارد. برای حفظ و مصونیت نوجوانان از صدمات فرهنگی و عقیدتی رسانه‌ها، دو روش وجود دارد: یکی سانسور فناوری‌های اطلاعاتی و دیگری افزایش دانش و مهارت نوجوانان در روبرویی با رسانه‌ها (سواد رسانه‌ای). هدف پژوهش حاضر تعیین تأثیر آموزش سواد رسانه‌ای بر میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و بهبود بلوغ عاطفی بود.

**روش‌ها:** روش پژوهش از نوع نیمه آزمایشی و با استفاده از طرح پیش‌آزمون-پس‌آزمون با گروه کنترل انجام گرفت. جامعه آماری این پژوهش کلیه دانش‌آموزان دوره دوم متوسطه شهر سنگان در سال تحصیلی ۹۸-۱۳۹۷ بودند (N=۷۰۵). براساس معیارهای ورود به پژوهش، تعداد ۳۰ نفر از این دانش‌آموزان به‌صورت هدفمند گزینش و به شکل تصادفی در دو گروه ۱۵ نفره آزمایش و گواه جایگزین شدند. ابزار مورد استفاده جهت اجرای پیش‌آزمون برای هر دو گروه عبارت بود از: پرسش‌نامه وابستگی به شبکه‌های اجتماعی و پرسش‌نامه بلوغ عاطفی (EMS). سپس گروه آزمایش در یک دوره ۴ ماهه و طی ۸ جلسه آموزش سواد رسانه‌ای دریافت کردند. گروه کنترل هیچ نوع آموزشی در این مدت دریافت نکردند. بعد از سپری شدن این دوره ۴ ماهه، هر دو گروه در پس‌آزمون مورد بررسی قرار گرفتند. برای تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش، از روش آماری تحلیل کوواریانس با نرم‌افزار spss-22 استفاده شد.

**یافته‌ها:** نتایج پژوهش نشان داد که آموزش سواد رسانه‌ای به‌طور معناداری منجر به کاهش استفاده از شبکه‌های اجتماعی و بهبود بلوغ عاطفی دانش‌آموزان در پنج عامل کلی از عدم بلوغ عاطفی (عدم ثبات عاطفی، بازگشت عاطفی، ناسازگاری اجتماعی، فروپاشی شخصیت و فقدان استقلال) در گروه آزمایش شد.

**نتیجه‌گیری:** به‌طور کلی، نتایج این پژوهش نشان‌دهنده تأثیر مثبت و معنادار آموزش سواد رسانه‌ای در کاهش استفاده از شبکه‌های اجتماعی و بهبود بلوغ عاطفی دانش‌آموزان بود. به‌عبارت بهتر، دانش‌آموزان با شرکت در جلسات آموزش سواد رسانه‌ای توانستند حضور خود در شبکه‌های اجتماعی را کاهش داده و همچنین بلوغ عاطفی نیز در آنها بهبود یابد. لذا می‌توان گفت آموزش سواد رسانه‌ای به نوجوانان، می‌تواند تا حد زیادی از بروز مشکلات و آسیب‌های روانشناختی آنها بکاهد. سواد رسانه‌ای با تکیه بر فواید و مزایای خود با تجهیز دانش‌آموزان (رشد و ارتقای مهارت‌های تفکر انتقادی) در خصوص پردازش پیام‌های رسانه‌ای، امکان استفاده درست و هوشمندانه آنها از رسانه‌ها در فضای جهانی شدن و جامعه اطلاعاتی را فراهم می‌کند. سواد رسانه‌ای همچنین باعث افزایش آگاهی اجتماعی، تصمیم‌گیری مسئولانه و مهارت‌های اجتماعی مانند اشتراک، همدلی و مهربانی می‌شود. همچنین سواد رسانه‌ای با بهزیستی کامل روانی در ابعاد مختلف پذیرش خود، ارتباط مثبت با دیگران، خودمختاری، تسلط بر محیط، زندگی هدفمند و رشد شخصی و عاطفی ارتباط دارد در نتیجه سواد رسانه‌ای سبب بهبود بلوغ عاطفی می‌شود. این پژوهش به‌طور همزمان به بررسی نقش سواد رسانه‌ای بر بهبود بلوغ عاطفی و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی در یک جمعیت مشخص به‌صورت همزمان پرداخته است. محدودیت زمانی و مکانی برای اجرای یک دوره پیگیری دو تا سه ماهه جهت بررسی دوام تأثیر مهارت‌آموزی سواد رسانه‌ای، از محدودیت‌های این پژوهش بود.

تاریخ دریافت: ۱۲ اسفند ۱۴۰۰  
تاریخ داوری: ۳۰ فروردین ۱۴۰۱  
تاریخ اصلاح: ۲۲ اردیبهشت ۱۴۰۱  
تاریخ پذیرش: ۱۱ خرداد ۱۴۰۱

## واژگان کلیدی:

سواد رسانه‌ای  
شبکه‌های اجتماعی  
بلوغ عاطفی

\* نویسنده مسئول

Razavi@taybad.ac.ir

۰۹۱۵-۱۵۶۴۰۶۰

## مقدمه

نوجوانی، گذر از مرحله کودکی به بزرگسالی است که در آن بلوغ جسمانی، عاطفی و اجتماعی رخ می‌دهد و توانایی‌های ذهنی و قابلیت‌های شناختی و عاطفی نوجوان شکل می‌گیرد [۱]. عواطف، بخش مهم و اساسی زندگی انسان را تشکیل می‌دهند؛ به گونه‌ای که تصویر زندگی بدون آن پنداری دشوار است [۲]. ویژگی‌ها و تغییرات عواطف، چگونگی ارتباط‌گیری عاطفی و درک و تفسیر عواطف دیگران نقشی مهم در رشد و سازمان‌دهی شخصیت، تحول اخلاقی، روابط اجتماعی و شکل‌گیری هویت و مفهوم خود دارد [۳].

بلوغ عاطفی (Emotional maturity)، مهارت و توانایی کنترل و مدیریت عواطف و احساسات است که باعث درک درست و استفاده مناسب از احساسات در موقعیت‌های مختلف زندگی می‌شود [۴]. همه انسان‌ها، هیجان‌ها و عواطف را در زندگی خود تجربه می‌کنند و این کاملاً طبیعی است که در رویارویی با موقعیت‌های گوناگون هیجان‌ها و عواطفی متفاوت از خود نشان دهند [۵]. اما هیجان‌ها و عواطف منفی شدید غیرعادی است و نه تنها سازنده نیست؛ بلکه آثار مخرب و زیان‌باری نیز دارد. برای بلوغ عاطفی، احراز شناخت‌های ویژه از روابط درست افراد کافی نیست؛ بلکه آگاهی از ویژگی‌های روانی خویش و افراد و امکان مدیریت صحیح هیجان‌ها در افراد نیز ضروری است [۶].

به علاوه، بلوغ عاطفی یا آمادگی احساسی-هیجانی مستلزم شناخت واقعیت‌های اجتماعی و مخصوصاً جهات مثبت و منفی آنها است [۷]. برجسته‌ترین ویژگی بلوغ عاطفی توانایی تحمل تنش و در کنار آن، بی‌تفاوتی به برخی از محرک‌هایی است که بر فرد اثر می‌گذارد و او را دستخوش احساسات می‌کند [۸]. رشد عاطفی و تغییرات هیجانی در دوره نوجوانی به شدت به رشد شناختی نوجوان وابسته است. تحقیقات نشان می‌دهند نوجوانانی که بلوغ عاطفی کمتری دارند از توانایی کمتری نیز برای سازگاری عاطفی و اجتماعی برخوردارند و با مشکلات تحصیلی بیشتری مواجه‌اند [۹].

با پیشرفت روزافزون اینترنت و به خصوص رسانه‌های اجتماعی و افزایش تعداد منابع قابل دسترس از طریق این رسانه، مسأله ارزیابی منابع و اطلاعات موجود در این شبکه جهان‌گستر به موضوعی قابل تأمل و بحث برانگیز تبدیل شده است. ماهیت رسانه‌های اجتماعی به گونه‌ای است که هر فرد می‌تواند به‌عنوان تولیدکننده اطلاعات عمل کند و اطلاعات را برای مخاطبان خاص خود در محیط وب قرار دهد [۱۰]. طبق بررسی‌ها، کودکان و نوجوانان بیشترین مخاطبین رسانه‌ها را تشکیل می‌دهند و از این رو می‌توان گفت رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی نقش مهمی در جامعه‌پذیر کردن نوجوانان دارند [۱۱].

برای حفظ و مصونیت نوجوانان از صدمات فرهنگی و عقیدتی رسانه‌ها، دو روش وجود دارد: یکی سانسور فناوری‌های اطلاعاتی و دیگری افزایش دانش و مهارت نوجوانان در رویارویی با رسانه‌ها (سواد رسانه‌ای). مارشال مک لوهان [۱۲] برای اولین بار واژه سواد رسانه‌ای را به کار برد و بیان داشت که انسان‌ها برای تطبیق با دهکده جهانی نیاز به سواد جدیدی

بنام سواد رسانه‌ای دارند. سواد رسانه‌ای عبارت است از مجموعه دانش و مهارت لازم جهت تحلیل و تفسیر پیام‌های رسانه‌ای [۱۳]. سواد رسانه‌ای (Media Literacy) در یک تعریف بسیار کلی عبارت است از یک نوع درک متکی بر مهارت که براساس آن می‌توان انواع رسانه‌ها و انواع تولیدات آن‌ها را شناخت و از یکدیگر تفکیک و شناسایی کرد [۱۴]. سواد رسانه‌ای شامل همه توانایی‌های ویژه و دانش رسانه‌ای است. سواد رسانه‌ای مجموعه‌ای از مهارت‌ها و دانشی است که ما به‌طور فعالانه برای قرارگرفتن در معرض رسانه‌ها از آن استفاده می‌کنیم تا معنای پیام‌هایی را که رسانه‌ها ارائه می‌دهند، بهتر تجزیه و تحلیل کنیم [۱۵].

در گام نخست، باید گفت سواد رسانه‌ای، آمیزه‌ای از تکنیک‌های استفاده مؤثر از رسانه‌ها و کسب دانش و دریافت بینش برای تشخیص اهداف و برنامه‌های رسانه‌ها از یکدیگر است [۱۶]. به بیان دیگر، هدف اصلی سواد رسانه‌ای به‌خصوص هنگامی که درباره رسانه‌های جمعی مانند شبکه‌های اجتماعی صحبت می‌کنیم، میزان سنجش محتوای پیام هر رسانه است [۱۷]. سواد رسانه‌ای می‌تواند به مخاطبان رسانه‌ها بیاموزد که از حالت انفعالی و مصرفی خارج شده و به معادله متقابل و فعالانه‌ای وارد شوند که در نهایت به نفع خود آنان باشد. به دیگر سخن، سواد رسانه‌ای کمک می‌کند تا از سفره رسانه‌ها و شبکه‌ها به گونه‌ای هوشمندانه و مفید بهره‌مند شد [۱۸].

یونسکو [۱۹] سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی را به شرح زیر تعریف می‌کند: مجموعه‌ای از شایستگی‌ها که به شهروندان امکان دسترسی، بازیابی، درک، ارزیابی، استفاده، ایجاد و به اشتراک‌گذاری اطلاعات و محتوای رسانه‌ای در قالب‌ها و ابزارهای مختلف را به‌صورت انتقادی می‌دهد. میهن و همکاران [۲۰] سواد رسانه‌ای را به‌عنوان یک استراتژی آموزشی مناسب در آموزش معلمان معرفی کردند. کاساپ و گورشینار [۲۱]، مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای را به شرح زیر اعلام نمودند: توانایی صحبت و گوش دادن، خواندن و نوشتن، دسترسی به فناوری‌های جدید و تولید پیام‌های خود با دیدگاه انتقادی.

کلنای [۲۲] سواد رسانه‌ای را مفهومی می‌داند که به موجب آن ارزیابی انتقادی جنبه‌های مختلف رسانه، برای ایجاد ارتباط در زمینه‌های متنوع فراهم می‌شود. پاتر [۲۳] معتقد است سواد رسانه‌ای چشم‌اندازی است که ما خود را از طریق آن در معرض رسانه و شبکه‌های اجتماعی گوناگون قرار می‌دهیم و معنی پیام‌هایی را که با آن مواجه می‌شویم، تجزیه و تحلیل و تفسیر می‌کنیم. سواد رسانه‌ای در نظر هورتون [۲۴] شامل دسترسی، تجزیه و تحلیل و برقراری ارتباط در شکل‌های گوناگون با رسانه و مصرف انتقادی محتواست. توانایی تفسیر، تحلیل و ارزیابی پیام‌های رسانه‌ای ویژگی مشترک در تعارف سواد رسانه‌ای است که بر میزان استفاده از رسانه و شبکه‌های اجتماعی تأثیر دارد [۲۴].

تامن و جولز [۲۵] بیان می‌دارند سواد رسانه‌ای همانند فیلتری داورمی‌کننده عمل می‌کند؛ چنان‌که جهان متراکم از پیام، از لایه‌های فیلتر سواد رسانه‌ای عبور می‌کند تا شکل مواجهه با پیام معنادار شود.

و اینستاگرام قادرند تا با جایگزینی ارزش‌های مدرن به جای ارزش‌های سنتی، سبک زندگی غربی را ترویج نموده و چالش جدی در الگوهای رفتاری افراد ایجاد نمایند [۴۷]. با آمدن شبکه‌های اجتماعی مجازی، شکل جدیدی از زندگی در فضای مجازی شکل گرفت و روابط میان افراد تغییر کرد و تأثیر غیرقابل انکاری بر روابط اجتماعی برجای گذاشت [۴۸].

وونگ و همکاران [۴۹] سواد رسانه‌ای را عامل مهمی در افزایش مهارت‌های شناختی، اجتماعی، هویتی، عملکردی و بلوغ عاطفی نوجوانان، در نتیجه استفاده صحیح از فضای مجازی می‌دانند. فیلیپ و همکاران [۵۰]، آموزش سواد رسانه‌ای به کودکان را در بهبود بلوغ عاطفی آنها بسیار تأثیرگذار عنوان کردند. بهرامیان و همکاران [۳۲]، اعلام داشتند که سواد رسانه‌ای به طور معناداری با بهزیستی کامل روانی در ابعاد مختلف پذیرش خود، ارتباط مثبت با دیگران، خود مختاری، تسلط بر محیط، زندگی هدفمند و رشد شخصی و عاطفی ارتباط دارد. طبق نظر ویسبرگ و همکاران [۵۱] سواد رسانه‌ای باعث افزایش آگاهی اجتماعی، تصمیم‌گیری مسئولانه و مهارت‌های اجتماعی مانند اشتراک، همدلی، مهربانی و تشریح مساعی می‌شود. دنیلز و وان وینسبرگ [۵۲] سواد رسانه‌ای را به‌عنوان شایستگی‌های فنی و شناختی معرفی کردند که به کاربران امکان استفاده مؤثر از شبکه‌های اجتماعی برای تعاملات اجتماعی و ارتباطات در وب را می‌دهد. منظور از شایستگی‌های فنی، کاربرد دانش و مهارت‌هایی است که می‌توان از آنها برای ایجاد، هدایت، سازماندهی، تولید و به اشتراک‌گذاری مطالب شبکه‌های اجتماعی استفاده نمود.

علی‌رغم تصویب سند نظام جامع تحول در آموزش و پرورش و صدا و سیما (مبنی بر ارتقاء سواد رسانه‌ای نوجوانان)، به علت فقدان سوابق مطالعاتی در خصوص سواد رسانه‌ای و فقدان برنامه‌ریزی مناسب در این رابطه، بررسی‌ها حاکی از پایین بودن سواد رسانه‌ای در بین نوجوانان [۵۳ و ۵۴] و نیز بین دانشجویان [۵۵] است. از سوی دیگر، علی‌رغم این‌که مطالعات متعددی در زمینه سواد رسانه‌ای در بین کودکان و نوجوانان سایر کشورها انجام شده است [۵۸]، مطالعات اندکی در این زمینه در ایران انجام شده است و بیشتر آنها بر ضرورت و اهمیت سواد رسانه‌ای متمرکز شده‌اند. لذا ضرورت دارد تا تحقیقات مناسبی در این راستا از سوی محققان صورت گیرد.

لذا براساس یافته‌های تحقیقات فوق‌الذکر، اهمیت و تأثیر سواد رسانه‌ای به‌عنوان شایستگی‌های فنی و شناختی در استفاده مؤثر از رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی برای تعاملات اجتماعی و ارتباطات مؤثر در وب و همچنین نقش مثبت این نوع سواد بر افزایش مهارت‌های اجتماعی مانند همدلی و روابط عاطفی و سلامت فردی و بین فردی و لزوم تقویت این ویژگی‌ها به‌خصوص در نوجوانان حسب حضور بالای آنان در دنیای وب، پژوهش حاضر می‌تواند دریچه‌ای را به سوی رشد بیشتر نوجوانان بگشاید. این پژوهش جهت برطرف کردن نیاز ارگان‌ها و سازمان‌هایی مانند بهزیستی و آموزش و پرورش و رفع خلأ پژوهشی موجود، به بررسی و آزمون فرضیه زیر پرداخته است.

در لایه اول این فیلترینگ اهمیت برنامه‌ریزی شخصی در نحوه استفاده از رسانه‌ها (رژیم مصرف) مطرح می‌شود؛ به این معنا که مخاطب توجه بیشتری به گزینش پیام‌ها در شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌ها دارد. این لایه فیلتر سواد رسانه‌ای در این موضوع به مخاطب کمک می‌کند که محتوای پیام‌های مصرفی را با توجه به نیازهای اساسی خود تعیین و از صرف زمان در رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی که مفید نیستند خودداری کند [۲۵].

جهت بهبود بلوغ عاطفی و کاهش حضور در شبکه‌های اجتماعی، رویکردهای مختلفی ارائه شده است، آموزش مبتنی بر مدل سواد رسانه‌ای یکی از رویکردهای جدید و مؤثر در این راستا می‌باشد [۲۶]. لیوینگستون [۲۷] تأثیر مثبت سواد رسانه‌ای را بر افزایش درک کودکان و نوجوانان در رابطه با خطر شبکه‌های مجازی تأیید کرده است. هدف اصلی سواد رسانه‌ای این است که کودکان و نوجوانان را با دید انتقادی و مناسب در انواع رسانه‌ها آشنا سازد. همان‌طور که بیان شد رسانه‌ها علاوه بر اثرات مطلوب، دارای آثار سوئی مانند رفتارهای پرخطرگرانه، افکار کلیشه‌ای و رفتارهای جنسی نامناسب هستند که بر سلامت روانی کودکان و نوجوانان تأثیر مستقیم دارد [۲۸].

کرمانشاهی و همکاران [۲۹] اثر آموزش سواد رسانه‌ای را بر مهارت‌های تفکر انتقادی تأیید کردند. تورنر و همکاران [۳۰] و نیز نصیری و همکاران [۳۱] آموزش سواد رسانه‌ای را عامل مهمی در ارتقاء مهارت استفاده از رسانه‌ها، تحلیل پیام‌های رسانه‌ای و توانایی تولید و ارسال پیام‌ها معرفی کردند. بهرامیان و همکاران [۳۱] و محققینی همچون حیدر [۳۲]، تقی‌زاده [۳۳]، نصیری و سلماسی [۳۴] و پاتر [۱۳] سواد رسانه‌ای را به‌عنوان توانایی کاربران در تفسیر انتقادی محتوای پیام‌ها معرفی کردند. بورزکووسکی و همکاران [۳۵] بر ارتقاء سواد رسانه‌ای کودکان از طریق تقویت رسانه‌های آموزشی محلی جهت موفقیت آنها در مدرسه تأکید کردند.

مقدس زاده و صفاهیه [۳۶] رابطه مثبت و معناداری بین میزان سواد رسانه‌ای کارکنان با میزان استفاده آنها از شبکه‌های اجتماعی و نیز با آگاهی نامبردگان نسبت به آسیب‌های مختلف شبکه‌های اجتماعی یافتند. کوس و گریفیس [۳۷]، والتر و همکاران [۳۸]، تورل و همکاران [۳۹]، مون و لی [۴۰]، وون دراکووا و گابرهلیک [۴۱]، کینگ و همکاران [۴۲] و اسکندری و برات زاده قهرمانلو [۴۳] بر نقش سواد رسانه‌ای در پیشگیری از وابستگی به شبکه‌های اجتماعی تأکید دارند. عباسی قادری و همکاران [۴۴] رابطه معناداری بین سواد رسانه‌ای و متغیرهایی همچون مدت، میزان، نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی، و واقعی تلقی کردن محتوای شبکه‌های اجتماعی یافتند.

از طرفی یکی از متغیرهایی که می‌تواند بر بهبود بلوغ عاطفی نوجوانان تأثیرگذار باشد، استفاده آنها از شبکه‌های اجتماعی است [۴۵]. در این شبکه‌ها کاربران حول محور مشترکی به‌صورت مجازی دور یکدیگر جمع می‌شوند و گروه‌های آنلاین را تشکیل می‌دهند [۴۶]. شبکه‌های اجتماعی نظیر فیس‌بوک، توئیتر و نرم‌افزارهای تلفن همراه نظیر تلگرام

نوجوان، جوان و بزرگسال ساخته شده و توسط سینگ و بهارگاو اعتباریابی شده است. این آزمون با ۴۸ سؤال به پنج عامل کلی از عدم بلوغ عاطفی می‌پردازد: ۱- عدم ثبات عاطفی (سؤالات ۱ تا ۱۰)؛ ۲- بازگشت عاطفی (سؤالات ۱۱ تا ۲۰)؛ ۳- ناسازگاری اجتماعی (سؤالات ۲۱ تا ۳۰)؛ ۴- فروپاشی شخصیت (سؤالات ۳۱ تا ۴۰) و ۵- فقدان استقلال (سؤالات ۴۱ تا ۴۸). پرسش‌نامه بلوغ عاطفی یک مقیاس گزارش شخصی پنج گزینه‌ای است (خیلی زیاد، زیاد، نامشخص، احتمالاً و هرگز) و سؤالات طوری بیان شده است که اگر جواب مثبت، خیلی زیاد باشد نمره ۵، زیاد باشد نمره ۴، پاسخ نامشخص باشد ۳، پاسخ احتمالاً باشد نمره ۲ و به پاسخ هرگز، نمره ۱ تعلق می‌گیرد. بنابراین هرچه نمره بالاتر باشد درجه بالاتری از عدم بلوغ عاطفی وجود دارد و برعکس. بیشترین امتیاز یعنی ۲۴۰ معرف بالاترین وضعیت عاطفی و کمترین امتیاز ۵۰ معرف باثبات‌ترین وضعیت عاطفی است. روایی محتوای پرسش‌نامه توسط کارشناسان مربوطه تأیید شد. همچنین در پژوهش اثنی عشری و شیخ‌الاسلامی [۴۵] برای تعیین پایایی از آلفای کرونباخ استفاده شد که بلوغ عاطفی ۰/۷۵ بود. لازم به ذکر است پایایی پرسش‌نامه در پژوهش حاضر با استفاده از آلفای کرونباخ ۰/۸۱ محاسبه شد.

داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS-22 تجزیه و تحلیل شدند. تجزیه و تحلیل آماری داده‌ها به وسیله آمار توصیفی و آمار استنباطی انجام شد. در بخش آمار استنباطی تجزیه و تحلیل فرضیه‌ها از طریق مقایسه میانگین نمرات آزمودنی‌ها در پیش‌آزمون و پس‌آزمون و تحلیل کواریانس دو راهه تک متغیری (ANCOVA) انجام شده است.

### نتایج و بحث

همان‌طور که در جدول ۲ مشاهده می‌شود، میانگین نمره استفاده از شبکه‌های اجتماعی اعضای گروه آزمایش، در مرحله پس‌آزمون نسبت به پیش‌آزمون، کاهش چشم‌گیری داشته است. این تغییر در گروه گواه مشاهده نمی‌شود.

همان‌طور که در جدول ۳ مشاهده می‌شود میانگین نمره بلوغ عاطفی اعضای گروه آزمایش، در مرحله پس‌آزمون نسبت به پیش‌آزمون، افزایش چشم‌گیری داشته است. این تغییر در گروه کنترل مشاهده نمی‌شود.

مطابق با جدول ۴، معنادار شدن شاخص‌های آزمون چندمتغیره یعنی لامبدای ویلکز، اثر هاتلینگ، بزرگ‌ترین ریشه اختصاصی روی و اثر پیلابی ( $F=209/095$ ,  $p < 0/0005$ ) مؤید این موضوع است که تفاوت معناداری حداقل در یکی از متغیرهای استفاده از شبکه‌های اجتماعی و بهبود بلوغ عاطفی ایجاد شده است. از این رو هر یک از این متغیرها مورد بررسی قرار گرفت. نتایج این بررسی در جداول ۵ ارائه شده است.

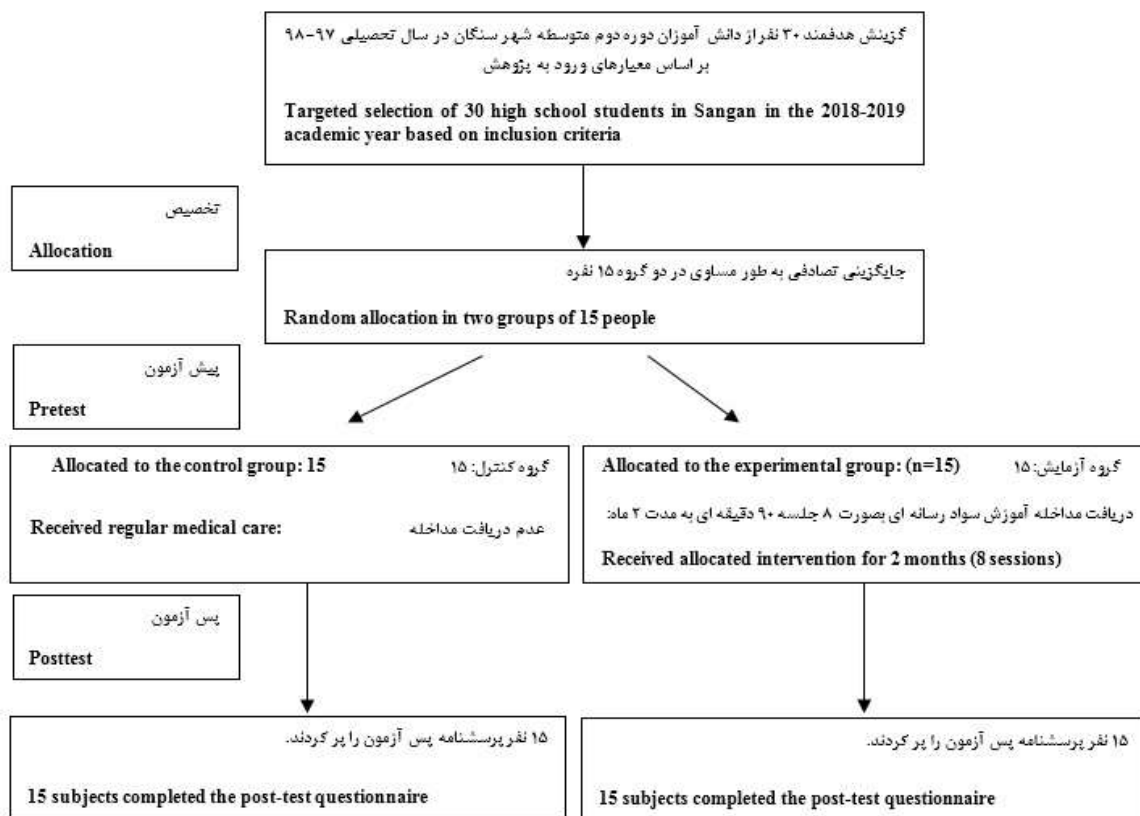
آموزش سواد رسانه‌ای بر استفاده از شبکه‌های اجتماعی و بهبود بلوغ عاطفی تأثیر دارد.

### روش پژوهش

روش پژوهش از نوع نیمه آزمایشی و با استفاده از طرح پیش‌آزمون-پس‌آزمون با گروه کنترل انجام گرفت. جامعه آماری این پژوهش همه دانش‌آموزان دوره دوم متوسطه شهر سنگان در سال تحصیلی ۹۸-۱۳۹۷ بودند ( $N=705$ ) که براساس معیارهای ورود و خروج به پژوهش (معیارهای ورود به مطالعه: تمایل و رضایت آگاهانه برای مشارکت در پژوهش، حداقل ۴ ماه همکاری با پژوهشگران از زمان شروع پژوهش، استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی به مدت حداقل ۳۰ دقیقه در روز؛ معیارهای خروج از مطالعه: عدم دریافت مشاوره فردی، عدم شرکت همزمان در سایر برنامه‌های آموزشی) انتخاب شدند. تعداد ۳۰ نفر از این دانش‌آموزان به صورت هدفمند گزینش شدند و به صورت تصادفی در دو گروه ۱۵ نفره آزمایش و گواه جایگزین گردیدند. برای هر دو گروه پیش‌آزمون با استفاده از پرسش‌نامه وابستگی به شبکه‌های اجتماعی [۵۷] و پرسش‌نامه بلوغ عاطفی یاشویر سینگ و بهارگاو (EMS) [۵۴] اجرا شد. سپس گروه آزمایش در یک دوره ۴ ماهه و طی ۸ جلسه در روزهای جمعه به صورت هفته در میان (ساعت ۱۲ - ۱۰) آموزش سواد رسانه‌ای به صورت حضوری زیر نظر مدرس دوره (کارشناس ارشد فناوری اطلاعات و ارتباطات با ۵ سال سابقه تدریس کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای در آموزش و پرورش شهر سنگان) در محل دبیرستان دولتی دوره دوم ۱۷ شهریور شهر سنگان دریافت نمودند (جدول ۱) و گروه کنترل هیچ نوع آموزشی در این مدت دریافت نکردند. بعد از سپری شدن این دوره ۴ ماهه، هر دو گروه در پس‌آزمون مورد بررسی قرار گرفتند (شکل ۱) و در نهایت به تجزیه و تحلیل اطلاعات پرداخته شد. پرسش‌نامه وابستگی به شبکه‌های اجتماعی رضایی جهت بررسی استفاده شرکت‌کنندگان از شبکه‌های اجتماعی انتخاب شد که توسط رضایی [۵۷] پس از تأیید (نظر کارشناسان) برای نمونه آماری توزیع شد. این پرسش‌نامه ۳۳ سؤالی می‌باشد که نمره‌گذاری آن در یک طیف لیکرت بین ۱ (کاملاً مخالفم) تا ۵ (کاملاً موافقم) مشخص می‌شود. رضایی [۵۷] برای تأیید پایایی این پرسش‌نامه از روش دونیمه‌کردن استفاده کرد و ضریب پایایی ۰/۸۲ به دست آمد. بنابراین همبستگی دو بخش پرسش‌نامه تأیید شد که نشان‌دهنده هماهنگی درونی این پرسش‌نامه است. لازم به ذکر است که پایایی این پرسش‌نامه در پژوهش حاضر با استفاده از آلفای کرونباخ ۰/۷۸ محاسبه شد.

برای سنجش بلوغ عاطفی از مقیاس بلوغ عاطفی [۵۴] استفاده شده است. این آزمون جزء آزمون‌های شخصیتی است که برای گروه‌های سنی





شکل ۱: روند اجرای مطالعه

Fig. 1: Procedure of the study.

جدول ۱: شرح جلسات آموزش سواد رسانه [۳۲]

Table 1: Description of media literacy training sessions [32]

جلسه (Meeting)	عنوان (Title)	شرح جلسات (Description of meetings)
۱	آشنایی مقدماتی (Introduction)	معارف، اهداف دوره، ساختار دوره، ایجاد انگیزه و اهمیت طرح آموزشی و همچنین اجرای پیش آزمون پرسشنامه وابستگی به شبکه‌های اجتماعی و پرسشنامه بلوغ عاطفی Introduction, course objectives, course structure, motivation and importance of the educational plan, as well as pre-test of social network dependency questionnaire and emotional maturity questionnaire
۲	تحلیل فیلم و تبلیغات بازرگانی (Film analysis and commercial advertising)	چند کلیپ برای آزمودنی‌ها نشان داده می‌شود و از آنها خواسته می‌شود که به تحلیل اهداف فیلم و نتیجه‌اش بپردازند و آموزش‌دهنده به عنوان رهبر بحث و تحلیل، آزمودنی‌ها را راهنمایی می‌کند. A few clips were shown to the subjects and they were asked to analyze the aims of the film and its outcome, and the instructor, as the leader of the discussion and analysis, guided the subjects.
۳	بررسی پیام رسانه (Check media message)	بررسی تکنیک‌های خلاقانه کاربردی در پیام رسانه‌ای (کاریکاتوری) توسط دانش‌آموزان، آشنایی دانش‌آموزان با انواع شاخص‌ها و مشخصات دوربین از طریق تسهیل‌گر دوره، شناسایی این شاخص‌ها و علائم بر روی پیام رسانه‌ای Review of creative techniques applied in media message (cartoon) by students, students' familiarity with various indicators and camera specifications through the course facilitator, identification of these indicators and signs on the media message
۴	ادامه بررسی پیام رسانه (Continue to check the media message)	بیان تفسیر دانش‌آموزان از پیام رسانه‌ای، درخواست از دانش‌آموزان جهت توضیح تفاوت نگرش‌شان از پیام رسانه‌ای، طرح سؤالات راهنما جهت ارتقاء درک و تفسیر دانش‌آموزان شامل داشتن تجربه قبلی در این خصوص، میزان یادگیری از متن، یادگیری از پاسخ و تجربیات دیگران، Expressing students' interpretation of the media message, asking students to explain the difference in their attitude towards the media message, asking guiding questions to improve students' understanding and interpretation, including having previous experience in this regard, the amount of learning from the text, learning from the answer and the experiences of others.
۵	بررسی پیام فیلم (Check the movie message)	بیان تفسیر دانش‌آموزان از پیام رسانه‌ای، درخواست از دانش‌آموزان جهت توضیح تفاوت نگرش‌شان از پیام رسانه‌ای، طرح سؤالات راهنما جهت ارتقاء درک و تفسیر دانش‌آموزان شامل هدف پیام، بازنمایی پیام از رویدادهای مختلف، جنبه‌های نادیده گرفته شده در این پیام.

Expressing students' interpretation of the media message, asking students to explain the difference in their attitude towards the media message, asking guiding questions to improve students' understanding and interpretation of the message, including the purpose of the message, representing the message from different events, neglected aspects in this Message.

چند خبر از رسانه‌های مختلف برای آزمودنی‌ها گزارش شده و از آنها خواسته می‌شود که به تحلیل خبر بپردازند و آموزش‌دهنده به‌عنوان بحث و تحلیل آزمودنی‌ها را راهنمایی می‌کند.

Several news items from different media are reported to the subjects and they are asked to analyze the news and the instructor guides the subjects as a discussion and analysis.

تحلیل خبر رسانه‌ها  
(Media News Analysis)

۶

تشریح هدف از برنامه‌ریزی پیام‌های رسانه‌ای (سود یا قدرت) با ارائه مثال‌های گوناگون.  
Explain the purpose of planning media messages (profit or power) by providing various examples.

بررسی اهداف فرستندگان پیام  
(Goals)

۷

مرور مباحث قبلی، توزیع و تکمیل مجدد پرسش‌نامه وابستگی به شبکه‌های اجتماعی و پرسش‌نامه بلوغ عاطفی (پس آزمون)، پرسش و پاسخ به سؤالات، بحث و نتیجه‌گیری از کل جلسات، اختتام جلسه.

Review of previous topics, distribution and re-completion of social network dependency questionnaire and emotional maturity questionnaire (post-test), questions and answers to questions, discussion and conclusion of all sessions, end of session.

جمع بندی و اختتام  
(Conclusions)

۸

جدول ۲: شاخص‌های توصیفی مربوط به داده‌های حاصل از اجرای پیش‌آزمون و پس‌آزمون متغیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی  
Table 2: Descriptive indicators related to the data obtained from the pretest and posttest of the use of social networks

متغیر (Variable)	گروه (Group)	تعداد (Number)	پیش‌آزمون (Pretest)	پس‌آزمون (Posttest)
استفاده از شبکه‌های اجتماعی (Use of social networks)	آزمایش (Experimental)	۱۵	میانگین (Mean) ۹۲/۱۵	میانگین (Mean) ۶۸/۷۵
	گواه (Control)	۱۵	انحراف معیار (S.D) ۴/۸۶	انحراف معیار (S.D) ۳/۴۸
			میانگین (Mean) ۷۰/۹۲	میانگین (Mean) ۷۱/۸۳
			انحراف معیار (S.D) ۳/۱۹	انحراف معیار (S.D) ۳/۷۴

جدول ۳: شاخص‌های توصیفی داده‌های حاصل از اجرای پیش‌آزمون و پس‌آزمون متغیر بهبود بلوغ عاطفی  
Table 3: Descriptive indicators of data obtained from pretest and posttest improvement of emotional maturity

متغیر (Variable)	گروه (Group)	تعداد (Number)	پیش‌آزمون (Pretest)	پس‌آزمون (Posttest)
بهبود بلوغ عاطفی (improving the emotional maturity)	آزمایش (Experimental)	۱۵	میانگین (Mean) ۸۶/۳۸	میانگین (Mean) ۱۰۹/۲۹
	گواه (Control)	۱۵	انحراف معیار (S.D) ۶/۲۳	انحراف معیار (S.D) ۸/۲۲
			میانگین (Mean) ۸۸/۵۱	میانگین (Mean) ۸۹/۶۹
			انحراف معیار (S.D) ۶/۱۲	انحراف معیار (S.D) ۶/۴۸

جدول ۴: نتایج کلی تحلیل کوواریانس چند متغیره  
Table 4: The results of ANCOVA

نوع آزمون (Test)	مقدار (Amount)	df	خطا df	F	P
اثر پیلای (Pillai's Trace)	۰/۵۵۷	۳	۲۷	۲۰۹/۰۹۵	۰/۰۰۰۱
لامبدای ویلکز (Wilk's Lamda)	۰/۴۵۹	۳	۲۷	۲۰۹/۰۹۵	۰/۰۰۰۱
اثر هاتلینگ (Hotelling's Trace)	۲۳/۵۹۱	۳	۲۷	۲۰۹/۰۹۵	۰/۰۰۰۱
بزرگ‌ترین ریشه روی (Roy's Largest Root)	۲۳/۵۹۱	۳	۲۷	۲۰۹/۰۹۵	۰/۰۰۰۱

جدول ۵: نتایج تحلیل کوواریانس برای اثربخشی آموزش سواد رسانه‌ای بر استفاده از شبکه‌های اجتماعی  
Table 5: Results of analysis of covariance for the effectiveness of media literacy training on use of social networks

متغیر (Variables)	منبع اثر (Source)	مجموع مجذورات (Sum of Squares)	درجه آزادی (df)	میانگین مجذورات (Mean Squares)	F	سطح معناداری (Sig.)	اندازه اثر (Effect Size)
استفاده از شبکه‌های اجتماعی (Use of social networks)	پیش‌آزمون (Pretest)	۱۶۲۲/۶۴	۱	۱۶۲۲/۶۴	۸/۲۹	۰/۳۶۶	۰/۰۳۲
	گروه (Group)	۱۱۶۱/۲۳	۱	۱۱۶۱/۲۳	۴۹/۷۳	۰/۰۰۰۱	۰/۷۲۵
	خطا (Error)	۳۶۶/۰۷	۲۸	۲۰۱/۳۳			
	کل (Total)	۸۷۴/۱۳	۳۰				
بهبود بلوغ عاطفی (Improving the emotional maturity)	پیش‌آزمون (Pretest)	۱۱۰۵/۵۹	۱	۱۱۰۵/۵۹	۳/۷۵	۰/۵۲۴	۰/۰۴۱
	گروه (Group)	۱۳۶۱/۱۶	۱	۱۳۶۱/۱۶	۳۸/۴۷	۰/۰۰۰۱	۰/۷۱۸
	خطا (Error)	۵۴۱/۲۸	۲۸	۹۸/۲۱			
	کل (Total)	۱۰۲۲/۳۳	۳۰				

ثانیاً آموزش سواد رسانه‌ای با احتمال ۹۹ درصد باعث بهبود بلوغ عاطفی شد ( $P=0/001$ ). این یافته با یافته‌های جعفری هرندی و رجایی موسوی [۵۸]، شریفی رهنمو و همکاران [۵۹]، لیوینگستون [۲۷]، فیلیپ و همکاران [۵۰]، و وونگ و همکاران [۴۹] همخوانی داشته است. نامبردگان، ارتقای بلوغ عاطفی حاصل از آموزش سواد رسانه‌ای را عامل مهمی در پیشگیری از مشکلات تحصیلی و شغلی آزمودنی‌ها دانستند. بهبود بلوغ عاطفی حاصل از آموزش سواد رسانه‌ای رشدی است که انتظار می‌رود افراد بتوانند به کنترل احساسات و دریافت و شناخت آن دست پیدا کنند و براساس آن رفتار کنند. فردی که به رشد عاطفی کامل رسیده باشد، در امور مهم زندگی از جمله تحصیل و زندگی مشترک، از توانایی بالایی برای برقراری ارتباط درست با جامعه خود برخوردار است.

در تبیین این یافته می‌توان گفت که دانش‌آموزان شرکت‌کننده در جلسات آموزش سواد رسانه‌ای به بهبود بلوغ عاطفی دست یافتند. لذا می‌توان گفت سواد رسانه‌ای و آموزش آن به نوجوانان، می‌تواند تا حد زیادی از بروز مشکلات و آسیب‌های روانشناختی آنها بکاهد. مرحله نوجوانی به‌عنوان آستانه شکل‌گیری شخصیت فردی، از مهم‌ترین مراحل رشد شخصیت است. مرحله‌ای که چه در حیطه تجربی و چه در حیطه نظری، نقطه اوج اساسی برای فرد به‌شمار می‌آید و از اهمیت ویژه‌ای برخوردار می‌باشد. از جمله مسائل مهم و با اهمیت در این دوره، بلوغ عاطفی است. عواطف اثرات گوناگونی در جنبه‌های مختلف زندگی فرد، تعاملات بین‌فردی، بهداشت روانی و سلامت فیزیکی و جسمی فرد دارند [۵]. افراط و تفریط در هیجان‌ها منجر به ناسازگاری، پرخاشگری، خشم، نفرت و اضطراب در افراد گردیده که به صورت کنترل نشده، بهداشت روانی و عاطفی افراد را به شکل جدی تهدید می‌کند. در واقع ما هرگز نمی‌توانیم از احساسات منفی بگریزیم؛ زیرا احساسات بخشی جداناپذیر از زندگی هستند و باعث رشد و بالندگی ما می‌شوند. سواد رسانه‌ای با تعیین مسیر صحیح و هدایت افراد در انتخاب درست رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی و دادن قدرت تحلیل نقادانه پیام‌های ارائه شده، سبب گزینش بهترین پیام‌ها در رسانه‌ها و شبکه‌های مجازی توسط

هدف پژوهش حاضر تعیین تأثیر آموزش سواد رسانه‌ای بر استفاده از شبکه‌های اجتماعی و بهبود بلوغ عاطفی بود. مطابق جدول ۵، مقایسه پس‌آزمون دو متغیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی و بهبود بلوغ عاطفی، با کنترل کردن اثر پیش‌آزمون نشان داد:

اولاً آموزش سواد رسانه‌ای با احتمال ۹۹ باعث کاهش استفاده از شبکه‌های اجتماعی شد ( $P=0/001$ ). این یافته با یافته‌های کرمانشاهی و همکاران [۲۹]، اصلانی و همکاران [۴۷]، نصیری و همکاران [۳۱]، بهرامیان و همکاران [۳۲]، بورزکووسکی و همکاران [۳۶]، و وونگ و همکاران [۴۹] همسو است. نامبردگان در مطالعات خود به این نتیجه رسیدند که با افزایش میزان سواد رسانه‌ای آزمودنی‌ها، از حضور آنها در شبکه‌های اجتماعی کاسته می‌شود. به نظر می‌رسد اگر برنامه‌ریزی مدونی براساس نیازسنجی‌های انجام شده جهت آموزش سواد رسانه‌ای انجام شود؛ می‌توان از اعتیاد به فضای مجازی جلوگیری کرده یا میزان آن را کاهش داد.

در تبیین این یافته می‌توان گفت افراد دارای سواد رسانه‌ای، در برابر اطلاعات رسانه‌ای، آسیب‌پذیری کمتری دارند؛ زیرا پیام‌هایی را که به منظور تأثیرگذاری بر آنها طراحی و ارسال شده -در سطوح مختلف- مورد شناسایی قرار می‌دهند. با آگاهی یافتن نسبت به چگونگی ایجاد اطلاعات توسط رسانه‌ها، نوجوانان قادر خواهند بود خودمختاری بیشتری داشته باشند. به علاوه معلمان و استادانی که مهارت‌های سواد رسانه‌ای را کسب می‌کنند، می‌توانند به اشاعه‌دهندگان اطلاعاتی تأثیرگذاری تبدیل شده و فاصله میان برنامه‌ریزی برنامه‌های آموزشی و اجرای آن را بردارند؛ در نتیجه مهارت‌ها و دانشی که دانش‌آموزان را به طور فعالانه برای قرارگرفتن در معرض رسانه‌ها آماده می‌کند افزایش یابد، و پیام‌های موجود در شبکه‌های اجتماعی را بهتر تجزیه و تحلیل کنند. بنابراین افرادی که آموزش‌های لازم جهت ارتقاء سواد رسانه‌ای را کسب کردند و توانایی‌های لازم جهت استفاده از شبکه‌های اجتماعی را دارند، وابستگی و حضور کمتری نسبت به شبکه‌های اجتماعی خواهند داشت.



## تعارض منافع

هیچگونه تعارض منافع توسط نویسندگان بیان نشده است.

## منابع و مأخذ

- [1] Hunt E, Mckay EA. What can be learned from adolescent time diary research. *Journal of Adolescent Health*. 2015; 56(3): 259-66.
- [2] Mahzooni M, Mazaheri M, Nikoofar M. [Application of acceptance and commitment therapy for emotional control in type II diabetic patients 2018]. *Journal of Diabetes Nursing*. 2019; 7 (3):877-886. Persian.
- [3] Ghafarian H, khayatan F. [The effect of teaching compassion focused on affect control amongst high school female students]. *Journal of Educational Psychology Studies*. 2020; 17(39): 214-193. Persian.
- [4] Sharifi Rigi A, Mehrabizade Honarmand M, Rahimi M, Beshlideh K, Amini Z. [The role of emotional maturity, ego-resiliency and spiritual intelligence in prediction of adjustment to college with control of cognitive flexibility on boy students]. *Positive Psychology Research*. 2018; 4(3): 1-12. Persian.
- [5] Dunham A, Kinnear D, Allan L, Smiley E. The relationship between physical ill-health and mental ill-health in adults with intellectual disabilities. *Journal of Intellectual and Disability Research*. 2018; 62(5): 444-453.
- [6] Bazrgar S, Honar Parvaran N. [Comparison of emotional maturity in people with a tendency to betrayal and normal people]. *Journal of New Advances in Behavioral Sciences*. 2019; 4(40):17-25. Persian.
- [7] Fischer CR, Heras L. The role of and hardiness in predicting social and emotional maturity in single parent adolescent. *Social Behavior Personality*. 2015; 31: 215-222.
- [8] Nickson R, Braithwaite J. Deeper, broader, longer transitional justice. *European Journal of Criminology*. 2013; 11(4):445-463.
- [9] Klever P. Goal direction and effectiveness, emotional maturity, and nuclear family functioning. *Journal of Marital and Family Therapy*. 2012; 35(3): 308-342.
- [10] Nemati Far N, Khojasteh H, Kazemi H. Study of media literacy in social network users (case study of telegram social network). *New Media Studies*. 2018; 4(16): 143-175.
- [11] Eidizade T. *Media literacy and selection of media games*. Social Science Month Book. 2013; 69(4):83-88.
- [12] McLuhan M. *Counterblast*. Toronto: McClelland & Stewart; 1969.
- [13] Potter WJ. *Media literacy* (6th ed.). Los Angeles: Sage. 2013.
- [14] Delavari A, Khaniki H, Shah Hoseini V. [Case study of media literacy lesson plan for fourth grade elementary students]. *Journal of Society Culture Media*. 2015; 4(16):11-41. Persian.

کاربران می‌شود. با توجه به تأثیر پیام‌ها بر ارتباط بین فردی و رشد شخصی و عاطفی کاربران این قدرت تحلیل و در راستای آن، انتخاب پیام صحیح می‌تواند در زمینه بهبود بلوغ عاطفی مؤثر باشد.

## نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف تعیین تأثیر آموزش سواد رسانه‌ای بر میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و بهبود بلوغ عاطفی صورت گرفت. به‌طور کلی، نتایج این پژوهش نشان‌دهنده تأثیر مثبت و معنادار آموزش سواد رسانه‌ای در کاهش استفاده از شبکه‌های اجتماعی و بهبود بلوغ عاطفی دانش‌آموزان بود. سواد رسانه‌ای سبب می‌شود کاربران با نگاه انتقادی به مسائل نگاه کنند و پیام‌های ارائه شده در شبکه‌های اجتماعی را مورد تجزیه و تحلیل قرار داده و براساس نیاز و مقصود خود پیام صحیح و کامل را در زمان کمتری دریافت کنند. بنابراین می‌توانند زمان خود را مدیریت نموده و زمان کمتری را به حضور در شبکه‌های اجتماعی اختصاص دهند. در واقع سواد رسانه‌ای با تکیه بر فواید و مزایای خود با تجهیز دانش‌آموزان (رشد و ارتقاء مهارت‌های تفکر انتقادی) در خصوص پردازش پیام‌های رسانه‌ای، امکان استفاده درست و هوشمندانه آنها از رسانه‌ها در فضای جهانی شدن و جامعه اطلاعاتی را فراهم می‌کند. سواد رسانه‌ای همچنین باعث افزایش آگاهی اجتماعی، تصمیم‌گیری مسئولانه و مهارت‌های اجتماعی مانند اشتراک، همدلی و مهربانی می‌شود. همچنین سواد رسانه‌ای با بهزیستی کامل روانی در ابعاد مختلف پذیرش خود، ارتباط مثبت با دیگران، خودمختاری، تسلط بر محیط، زندگی هدفمند و رشد شخصی و عاطفی ارتباط داشته و در نتیجه سبب بهبود بلوغ عاطفی می‌شود. این پژوهش به‌طور همزمان به بررسی نقش سواد رسانه‌ای بر بهبود بلوغ عاطفی و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی در یک جمعیت مشخص پرداخته است. محدودیت زمانی و مکانی برای اجرای یک دوره پیگیری دو تا سه ماهه جهت بررسی دوام تأثیر مهارت‌آموزی سواد رسانه‌ای و نیز جمع‌آوری اطلاعات و داده‌ها به‌وسیله پرسش‌نامه و از طریق خودگزارش‌دهی آزمودنی‌ها، از محدودیت‌های این پژوهش بود.

## مشارکت نویسندگان

ایده پردازی، طرح پژوهش و تجزیه و تحلیل داده‌ها توسط مجید رضا رضوی، اصلاح اساسی نسخه اولیه دست‌نوشته توسط محمد علی فقیه نیا و مجید رضا رضوی، و جمع‌آوری داده‌ها و نگارش پیش‌نویس دست‌نوشته توسط حبیب‌اله دلدار انجام شده است.

## تشکر و قدردانی

تشکر و قدردانی از همه کسانی که در انجام این پژوهش ما یاری کرده‌اند. مقاله ارسالی حاصل پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته علوم تربیتی گرایش تکنولوژی آموزشی در دانشگاه آزاد اسلامی واحد تایباد بوده است و حمایت مالی از هیچ مؤسسه‌ای نداشته است.

- [30] Nasiri B, Bakhtiari A, Hosseini H. [Media literacy training for sixth grade students with a critical thinking approach]. *Journal of Research in Educational Systems*. 2018; 12: 819-837. Persian.
- [31] Bahramian E, Mazaheri MA, Hasanzadeh A. [The relationship between media literacy and psychological well-being in adolescent girls in Semirom city]. *Journal of Education and Health Promotion*. 2018; 27(7):148. Persian.
- [32] Heider Kelly L. Information literacy: The missing link in early childhood education. *Springer Science Business Media, LLC Early Childhood Education*. 2009; 36: 513–518.
- [33] Taghizadeh A, Kia A. [Needs assessment of media literacy education in schools]. *Journal of Culture - Communication Studies*. 2014; 15(26):79-104. Persian.
- [34] Nasiri B, SImasi M. Review of role and status of audience media literacy level vs life style offered by Persian language satellite networks (case study: manoto and gem TV networks). *Mass Media Scientific Quarterly*. 2017; 25(4): 95-108.
- [35] Borzekowski DLG, Singpurwalla D, Mehrotra D, Howard D. The impact of Galli Galli Sim Sim on Indian preschoolers. *Journal of Applied Developmental Psychology*. 2019; 64: 101054.
- [36] Moghadas Zade H, Safahie H. Media literacy and awareness of the social network damages. *Media Studies*. 2018; 12(3):25-35.
- [37] Kuss DJ, Griffiths MD. Online social networking and addiction—A review of the psychological literature. *International Journal of Environmental Research and Public Health*. 2011; 8: 3528- 3552.
- [38] Walther B, Hanewinkel R, Morgenstern M. Effects of a brief school-based media literacy intervention on digital media use in adolescents: cluster randomized controlled trial. *Cyber psychology, Behavior, and Social Networking*. 2014;17(9): 616-623.
- [39] Turel O, Mouttapa M, Donato E. Preventing problematic Internet use through video-based interventions: a theoretical model and empirical test. *Behavior & Information Technology*. 2015; 34(4): 349-362.
- [40] Mun SY, Lee BS. Effects of an integrated Internet addiction prevention program on elementary students' self-regulation and Internet addiction. *Journal of Korean Academy of Nursing*. 2015; 45(2): 251-261.
- [41] Vondráčková P, Gabrhelik R. Prevention of Internet addiction: A systematic review. *Journal of behavioral addictions*. 2016; 5(4): 568-579.
- [42] King DL, Delfabbro PH, Doh YY, Wu AM, Kuss DJ, Pallesen S, Sakuma H. Policy and prevention approach for disordered and hazardous gaming and Internet use: An international perspective. *Prevention Science*. 2018; 19(2): 233-249.
- [43] Eskandari H, Baratzadeh Ghahramanloo N. Investigating the mediating role of social support in the relationship between addiction to social network, media literacy and emotional intelligence. *Journal of Cyberspace Studies*. 2020; 4(2): 129–151.
- [15] Moghaddaszadeh H, Safahieh H. [Media literacy and awareness of the social network damages]. *Media Studies*. 2018; 12(39):25-35. Persian.
- [16] Oxstrand B. Media Literacy Education-A discussion about Media education in the Western countries. *The Nordmedia09 conference in Karlstad University*: 2009 August 13-15: Karlstad, Sweden.
- [17] O'Neill B. Media literacy and communication rights ethical individualism in the new media environment. *International Communication Gazette*. 2011; 72(4-5):323-338.
- [18] Taghizadeh A, Kia A. [Needs assessment of media literacy education in schools]. *Journal of Culture - Communication Studies*. 2014; 15(26):79-104. Persian.
- [19] UNESCO. Global media and information literacy assessment framework: country readiness and competencies. Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO); 2013.
- [20] Meehan J, Ray B, Wells' S, Walker A, Schwarz G. Media literacy in teacher education: A good fit across the curriculum. *Journal of Media Literacy Education*. 2015; 7(2): 81-86.
- [21] Kasap F, Gürçınar P. Social exclusion of life in the written media of the disabilities: The importance of media literacy and education. *Qual Quant*. 2017; 1:1–5.
- [22] Koltay T. Data literacy for researchers and data librarians. *Journal of Librarianship and Information Science*. 2017; 49(1):3-14.
- [23] Potter WJ. Review of literature on media literacy. *Sociology Compass*. 2013; 7(6): 417-435.
- [24] Horton FW. Overview of Information Literacy Resources Worldwide. Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO); 2014.
- [25] Thoman T, Jolls T. Media literacy—A national priority for a changing world. *American Behavioral Scientist*. 2004; 48(1):18-29.
- [26] Niazee N, Zarehee Zavaraee E, Aliabadi K. [The effect of ICT-based media literacy education program on the knowledge at the second-grade elementary school students. *New Media Studies*]. 2017; 2(7): 119-156. Persian.
- [27] Livingstone S. Developing social media literacy: How children learn to interpret risky opportunities on social network sites. *Communications. The European Journal of Communication Research*. 2014; 39(3): 283–303.
- [28] Strasburger VC, Jordan AB, Donnerstein E. Health effects of media on children and adolescents. *Pediatrics*. 2010; 125:756–67.
- [29] Kermanshahi F, Ezoldin F, Badali M. [The study effectiveness of media literacy education on the critical thinking skills of students. *Scientific Journal of Education Research*]. 2016; 11(45): 85-100. Persian.

[58] Jafari Harandi R, Rajaie Moosavi SF. [Predicting emotional maturity through family emotional atmosphere and the level of religiosity parents in second-grade female students]. *Journal of Educational Psychology Studies*. 2019; 16(34): 1-26. Persian. Magiran.com/p2027987

[59] Sharifi Rahnamo S, Seraji F, Sharifi Rahnamo M. The Relationship between Media Literacy and Reduction of Social Harms of Using Instagram while Stressing the Role of Police. *Social Security Studies*. 2020; 11(61): 133-156. Persian.

### معرفی نویسندگان

#### AUTHOR(S) BIOSKETCHES



**مجدد رضا رضوی** استادیار و عضو هیات علمی گروه علوم تربیتی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تایباد، دکتری تکنولوژی آموزشی می باشد. ایشان کارشناسی خود را در رشته علوم تربیتی از دانشگاه پیام نور مشهد در سال ۱۳۷۸ و کارشناسی ارشد را

در رشته علوم تربیتی گرایش مدیریت آموزشی از دانشگاه فردوسی مشهد در سال ۱۳۸۳ اخذ نموده اند. همچنین در سال ۱۳۹۲ در رشته علوم تربیتی گرایش تکنولوژی آموزشی از UPM مالزی از مقطع دکتری فارغ التحصیل شده اند. ایشان دارای سوابق تحقیقاتی در زمینه شبکه های اجتماعی مجازی، آموزش مجازی، بازی های آموزشی الکترونیکی، روش های نوین آموزشی، روش ها و الگوهای نوین یادگیری، ذهن آگاه و بهزیستی روانشناختی، اشتیاق و عملکرد تحصیلی، اشتراک دانش و یادگیری سازمانی، سبک های مدیریت، سکوت سازمانی و اشتیاق شغلی می باشند.

**Razavi, M.R., Assistant Professor, Educational Technology, Department of Educational Sciences, Taybad Branch, Islamic Azad University, Taybad, Iran**  
Razavi@taybad.ac.ir



**محمد علی فقیه نیا** استادیار و عضو هیات علمی گروه مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد مشهد، دکتری مدیریت می باشد. ایشان کارشناسی خود را در رشته مهندسی مکانیک از دانشگاه آزاد اسلامی واحد مشهد

در سال ۱۳۸۲ و کارشناسی ارشد را در رشته مدیریت اجرایی از دانشگاه صنعتی شاهرود در سال ۱۳۸۷ اخذ نموده اند. همچنین در سال ۱۴۰۰ در رشته مدیریت، گرایش منابع انسانی از دانشگاه آزاد اسلامی بجنورد از مقطع دکتری فارغ التحصیل شده اند و علاقه مند به تحقیق پیرامون روابط انسانی و بین فردی در سازمان ها و نیز افسردگی شغلی می باشند.

[44] Abassi Ghaderi M, Seyed Khundi Z. [Media literacy of print media audiences in Tehran]. *Journal of Culture - Communication Studies*. 2013; 13(20):117-141.

[45] Asnaashari N, Shikholislami R. [The mediating role of emotional maturity in relationship between self-esteem and social anxiety among females' adolescence]. *Journal of Psychological Models and Methods*. 2016; 6(22):35-52. Persian.

[46] Weedon C. Culture and identity. McGraw-Hill Publication. 2013.

[47] Aslani G, Azimi SA, Soleimani N. [Relationship between parenting styles and Internet safety of children among male and female students of Dezful]. *Technology of Education Journal*. 2020; 14(1): 211-220. Persian.

[48] Barker C. Television, globalization and cultural identities. London: Open University Press. 2011.

[49] Wong CA, Madanay F, Ozer EM, Harris SK, Moore M Et al. Digital health technology to enhance adolescent and young adult clinical preventive services: affordances and challenges. *Journal of Adolescent Health*. 2020; 67:24-33.

[50] Philippe S, Souchet AD, Lameris P, Petridis P, Caporal J, Coldeboeuf G et al. Hadrien DUZAN. Multimodal teaching, learning and training in virtual reality: a review and case study. *Virtual Reality & Intelligent Hardware*. 2020; 2(5): 421—442.

[51] Weissberg R P, Durlak J A, Domitrovich C E, Gullotta T P. *Social and emotional learning: Past, present, and future*. In J. A. Durlak, C. E. Domitrovich, R. P. Weissberg, & T. P. Gullotta (Eds.), *Handbook of social and emotional learning: Research and practice* (pp. 3–19). New York, NY: Guilford. 2015.

[52] Daneels R. Vanwynsberghe H. Mediating social media use: Connecting parents' mediation strategies and social media literacy. *cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*. 2017; 11(3).

[53] Papaioannou T. Assessing digital media literacy among youth through their use of social networking sites. *Revista de Informatica Sociala*. 2011; 8 (15): 36-48.

[54] Salavatian S. Hosseini SB, Motazedi S. Proposing a model for teaching media literacy to teenagers. *Journal of Educational Planning Studies*. 2016; 5(10): 50-75.

[55] Iranpour P. *The level of media literacy and its role in the use of interactive media Master's thesis Faculty of Social Sciences, Allameh Tabatabai University of Tehran*. 2010.

[56] Fardouly J, Pinkus RT, Vartanian LR. The impact of appearance comparisons made through social media, traditional media, and in person in women's everyday lives. *Body Image*. 2017; 20: 31–39.

[57] Rezaei A. *Predicting emotional intelligence and the quality of interpersonal relationships in students based on the use of social networks [master's thesis]*. University of Semnan; 2015.

مقاله حاضر بخشی از پایان نامه دوره کارشناسی ارشد ایشان است که در مرداد ۱۳۹۸ با موفقیت تحت راهنمایی نویسنده مسئول این مقاله (دکتر مجید رضا رضوی) و مشاوره نویسنده سوم (دکتر محمد علی فقیه نیا) دفاع شده است.

**Deldar, H., MA, Educational Technology, Department of Educational Sciences, Taybad Branch, Islamic Azad University, Taybad, Iran**  
[habibolahdeldar@gmail.com](mailto:habibolahdeldar@gmail.com)

**Faghih Nia, M.A., Assistant Professor, Management, Department of Management, Mashhad Branch, Islamic Azad University, Mashhad, Iran**  
[ma.faghihnia@mshdiau.ac.ir](mailto:ma.faghihnia@mshdiau.ac.ir)



**حبیباله دلدار** فارغ التحصیل دوره کارشناسی در رشته ادبیات فارسی از دانشگاه زاهدان و کارشناسی ارشد رشته علوم تربیتی گرایش تکنولوژی آموزشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تایباد است.

**Citation (Vancouver):** Deldar H, Razavi M.R, Faghih Nia, M.A. [The effect of media literacy training on the use of social networks and improving the emotional maturity of senior high school students]. *Tech. Edu. J.* 2022; 16(2): 401-412

 <http://dx.doi.org/10.22061/tej.2022.7753.2579>



#### COPYRIGHTS



©2022 The author(s). This is an open access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, as long as the original authors and source are cited. No permission is required from the authors or the publishers.