

بررسی رابطه سواد رسانه‌ای با حفظ حریم خصوصی در فضای مجازی (مورد مطالعه: نوجوانان منطقه ۵ تهران)

محمد فردی^۱ / نازنین ملکیان^۲

تاریخ دریافت مقاله: اردیبهشت ۱۴۰۰ تاریخ پذیرش نهایی: تیر ۱۴۰۰

چکیده

رشد سریع در استفاده از اینترنت در سال‌های اخیر بسیاری از فعالیت‌ها و مشکلات مرتبط با اینترنت از جمله جرائم و آسیب‌های ناشی از آن و مهم‌تر از همه نقض حریم خصوصی را سرعت بخشیده است. از این رو هدف از انجام این پژوهش بررسی رابطه سواد رسانه‌ای با حفظ حریم خصوصی در فضای مجازی توسط نوجوانان می‌باشد. روش مورد استفاده در پژوهش حاضر توصیفی همبستگی می‌باشد. جامعه آماری این پژوهش را کلیه دانش‌آموزان دوره متوسطه منطقه ۵ تهران (۱۲-۱۸) در سال تحصیلی ۱۳۹۹-۱۴۰۰ تشکیل می‌دهند و حجم نمونه آماری با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای ۳۷۸ نفر است. همچنین جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار SPSS استفاده شده است. نتایج نشان داد که بین سواد رسانه‌ای در میان نوجوانان و سواد مجازی رابطه معناداری وجود دارد، به علت داشتن سطح معناداری کمتر از ۰,۰۵ مورد تأیید می‌باشد. لذا می‌توان گفت بین سواد رسانه‌ای در میان نوجوانان و سواد مجازی رابطه معناداری وجود دارد.

واژگان کلیدی: سواد رسانه‌ای، حریم خصوصی، فضای مجازی، اینترنت.

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد مطالعات فرهنگی و رسانه، واحد تهران شرق، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
۲- استادیار، گروه علوم ارتباطات اجتماعی، واحد تهران شرق، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران، (نویسنده مسئول)، پست الکترونیک: nz.malekian@gmail.com

مقدمه

در تعریف فضای مجازی می‌توان گفت، نوعی اجتماع و همزیستی بزرگی است که میلیون‌ها رایانه و کاربران آن در سراسر جهان در آن حضور دارند. امروزه در یک جهان رسانه‌ای شده زندگی می‌کنیم و زندگی ما به رسانه‌ها وابسته است به گونه‌ای که، رسانه‌ها و به طور ویژه، رسانه‌های تعاملی (اینترنت)، جایگاه مهمی را به خود اختصاص داده‌اند. این رسانه‌ها در بین افراد (نوجوانان و جوانان)، جذابیت خاصی دارند آن گونه که زندگی بسیاری از این گروه سنی به رسانه‌ها و به ویژه رسانه‌های تعاملی پیوند خورده است. فناوری‌های جدید اطلاعاتی و ارتباطی، جنبش جهانی در حوزه ارتباطات و انتقال محتواها و پیام‌های ارتباطی در سریع‌ترین زمان ممکن، به وجود آورده‌اند. از سویی دیگر همین فناوری‌های جدید باعث تسهیل انجام خلاف قانون و رشد جرائم با استفاده از شیوه‌های جدید شده‌اند (هاشمی، ۱۳۹۷).

به بیانی دیگر رشد سریع در استفاده از اینترنت در سال‌های اخیر بسیاری از فعالیت‌ها و مشکلات مرتبط با اینترنت از جمله جرائم و آسیب‌های ناشی از آن و مهم‌تر از همه نقض حریم خصوصی را سرعت بخشیده است. مؤثرترین راه برای کاهش آسیب‌های اجتماعی نوپدید ناشی از فضای مجازی و رسانه‌ها، علاوه بر تصویب قوانین، کسب آموزش‌های تخصصی و امنیتی استفاده از اینترنت و در مجموع، ارتقای سطح سواد رسانه‌ای است. سواد رسانه‌ای، مهارتی است که لازم است جوانان در کنار استفاده از رسانه‌ها و به خصوص اینترنت به عنوان یک رسانه تعاملی، به آن مجهز شوند. استفاده از رسانه‌ها بدون داشتن سواد رسانه‌ای، می‌تواند با اثرات نامطلوبی همراه باشد. به ویژه آنکه بافاصله اطلاعاتی و مهارتی بین جوانان با والدین از یکسو و تنوع و تخصصی شدن رسانه‌های جدید، لزوم ارتقای مهارت‌های سواد رسانه‌ای دو چندان می‌شود (امینی، ۱۳۹۳).

معمولاً وقتی تأثیرات نامناسب انواع رسانه‌ها بر جامعه به صورت مشکلات اخلاقی و رفتاری و آسیب‌های اجتماعی آشکار می‌شود، به راه‌های درمانی اندیشیده می‌شود. درحالی که بهتر است جامعه را به ابزار نیرومندتری به نام سواد رسانه‌ای مجهز سازیم تا خود به کمک والدین و سایر منابع مفید، فعالانه دست به گزینشگری و پالایش بزنند و رژیم مصرف رسانه‌ای خود را تنظیم و کنترل کنند. سهم سواد رسانه‌ای در فرهنگ ما بسیار اندک است و این امر موجب نگرانی شده است؛ زیرا ما در یک محیط رسانه‌ای زندگی می‌کنیم و باید تمامی اطلاعات عملکردی جامعه را بدانیم. درک نگرانی‌های مربوط به حریم خصوصی و افشای رفتار در زمینه جامعه اطلاعات، هم برای جامعه و هم برای اعضای خانواده بسیار

مهم شده است (Le, Hoang, Pham, 2020).

از این رو در پژوهش حاضر به بررسی رابطه سواد رسانه‌ای با حفظ حریم خصوصی در فضای مجازی توسط نوجوانان پرداخته‌ایم.

اهداف تحقیق

هدف اصلی:

بررسی رابطه سواد رسانه‌ای با حفظ حریم خصوصی در فضای مجازی توسط نوجوانان.

اهداف فرعی:

بررسی رابطه سواد رسانه‌ای با سواد مجازی در میان نوجوانان.

بررسی رابطه مهارت‌های سواد رسانه‌ای نوجوانان با میزان گذران وقت در فضای مجازی.

بررسی رابطه مهارت‌های سواد رسانه‌ای نوجوانان با کیفیت مفهومی برنامه‌های فضای مجازی.

بررسی رابطه بین سواد رسانه‌ای نوجوانان و حفظ حریم خصوصی در فضای مجازی.

بررسی رابطه بین سواد رسانه‌ای نوجوان و امنیت اطلاعات در فضای مجازی.

مفهوم سواد رسانه‌ای: سواد برخلاف تعریف ساده آن، تنها به معنای خواندن و نوشتن نیست، بلکه مفهومی فراتر و اهدافی والاتر از آن دارد. مهارتی اساسی برای توانمندسازی انسان در رشد عقل، منطق و تفکر نظام‌مند. در واقع سواد، پیش نیاز اصلی برای رشد فکری و توانایی انجام پژوهش است. بدون داشتن سواد نمی‌توان به منابع دانش بشری دست یافت و از آن‌ها برای تولید دانش نو بهره گرفت. پیشرفت تمدن بشری وابسته به سواد و توسعه آن در توده‌های سطوح پایین جامعه است. هر فعالیت پژوهشی که متکی بر تفکر نظام‌مند و مبتنی بر روش علمی است نیازمند داشتن سواد به مفهوم بسیط آن است (حسینی، ۱۳۹۳).

بر اساس تعریفی که کارشناسان حوزه ارتباطات از سواد رسانه‌ای ارائه داده‌اند: «سواد رسانه‌ای، توانایی دستیابی، تجزیه و تحلیل، نقد، ارزیابی و ایجاد ارتباط به گونه‌های مختلف است» (Sanchez, 2015).

سواد رسانه‌ای، توانمندی چندگانه‌ای است که به کمک آن مردم اطلاعات را از طریق رسانه‌ها دریافت و به طور انتقادی تفسیر کرده و افکار، عقاید و توانمندی خویش برای طراحی ذهنی رسانه‌ها را ابراز می‌دارند (Li, Charlene; Bernoff, Josh, 2011).

رسانه‌ای یک نوع درک متکی بر مهارت است که می‌توان بر اساس آن انواع رسانه‌ها را از یکدیگر تمیز داد و انواع تولیدات رسانه‌ای را

وب سایت‌ها صورت پذیرفته که برخی از آن‌ها به طرح شکایت در دستگاه قضایی منجر شده است. ویژگی مشترک تعداد قابل توجهی از آسیب‌دیدگان شبکه‌های اجتماعی، نا آشنایی آن‌ها و نداشتن اطلاعات کافی درباره قابلیت‌ها و امکانات این تکنولوژی‌های جدید ارتباطی است. اطلاعاتی که با عملکرد مناسب‌تر رسانه‌ها و بخش‌های آموزشی می‌تواند در اختیار شهروندان قرار گیرد تا بهره مناسب‌تر و مطمئن‌تری از این امکانات جدید ارتباطی ببرند (حسینی، ۱۳۹۳).

حریم خصوصی: تعریف حریم خصوصی که از موضوعات بسیار مهم حقوق بشری است، بسیار دشوار است؛ زیرا، تعریف حریم خصوصی به فرهنگ و زمینه‌های اجتماعی و محیطی وابستگی دارد. در بسیاری از کشورها، این مفهوم با مقوله حفظ اطلاعات، که حریم خصوصی را در معنای مدیریت اطلاعات شخصی تفسیر می‌کند، پیوند خورده است (هاشمی، ۱۳۹۷).

حریم خصوصی، حق افراد برای برخورداری از حمایت در برابر مداخله بی‌اجازه‌ی دیگران در امور زندگی خود و خانواده‌شان است؛ خواه این عمل با ابزار مستقیم فیزیکی صورت پذیرد یا به وسیله نشر اطلاعات (کیخانی، ۱۳۹۲).

تعریف دیگری که به این تعریف نزدیک‌تر است، بر این موضوع اشاره دارد که حریم خصوصی، حق افراد برای حمایت شدن در مقابل ورود بدون اجازه به امور و زندگی افراد و خانواده‌هایشان، با ابزار مستقیم فیزیکی یا به وسیله‌ی نشر اطلاعات است (باقری، ۱۳۹۲).

حریم خصوصی عبارت است از نیاز افراد برای انتخاب آزادانه تحت چه شرایطی و در چه حدی خود، روش و رفتار خود را در معرض دید دیگران قرار می‌دهند (Tripathi, 2020).

با توجه به تعاریف مذکور می‌توان گفت حریم خصوصی، قرین عباراتی هم چون آسودگی خاطر، امنیت اسرار، حیثیت و آبروست و مفهوم آن امری نسبی است که از کشوری به کشور دیگر متفاوت است.

پیشینه تحقیق

مطالعات متعددی در رابطه با سواد رسانه‌ای در فضای مجازی صورت گرفته است که هر کدام به بررسی متغیرهایی پرداختند از جمله؛ (سحرخیز و شهریار، ۱۳۹۲)، طی مطالعه‌ای به بررسی حریم خصوصی در شبکه‌های اجتماعی: اصول، چالش‌ها و برخی راهکارها پرداختند. در این مقاله به بررسی حملات و مدل‌هایی که حریم خصوصی داده‌های منتشر شده شبکه‌های اجتماعی را مورد مطالعه قرار داده‌اند می‌پردازیم در نهایت با وجود مدل‌های مختلف برای حفظ حریم خصوصی افراد همچنان حملات جدیدی مطرح

از یکدیگر تفکیک و شناسایی کرد (کازمی نجف‌آبادی، عقیلی و دلاور، ۱۳۹۷).

بسیاری از افراد واژه سواد را به رسانه‌های چاپی ربط می‌دهند و آن را معادل توانایی خواندن و نوشتن قلمداد می‌کنند. برخی نیز، در مواجهه با رسانه‌های دیگری همچون فیلم و تلویزیون، این اصطلاح را به سواد بصری بسط می‌دهند. بعضاً از اصطلاحاتی نظیر سواد اطلاعاتی، سواد کامپیوتری استفاده می‌شود، اما هیچکدام از اینها به تنهایی معادل سواد رسانه‌ای نیستند، بلکه هر یک اجزای سازنده و تشکیل دهنده سواد رسانه‌ای محسوب می‌شوند. به عبارت دیگر، سواد رسانه‌ای دربرگیرنده همه موارد ذکر شده و شامل این توانایی‌های ویژه است، چرا که اگر فردی خواندن و نوشتن بلد نباشد، از رسانه‌های چاپی چیزی دستگیرش نمی‌شود. اگر در درک آداب بصری و روایی مشکل داشته باشد، نمی‌تواند از برنامه‌های تلویزیون یا فیلم چیز زیادی درک کند و اگر نتواند از رایانه استفاده کند، از آنچه به مرور زمان در این مهم‌ترین رسانه یعنی اینترنت رخ می‌دهد، بی‌خبر خواهد ماند (بهرامسری، صادق اصفهانی و نیازمند، ۱۳۹۶).

انیس اعتقاد دارد، سواد رسانه‌ای جزئی از مهارت ذهنی و توانایی است که شخص را وادار به گرفتن تصمیمات و انجام امور عاقلانه می‌کند و شامل ارزش‌هایی مانند: تعقیب حقیقت، عدل و انصاف، خودمختاری و انتقاد شخصی است. همچنین سواد رسانه‌ای یک حس قوی تفکر انتقادی است که سعی دارد نیازهای رسانه‌ای افراد را برآورده سازد (منتظر قائم و شعبان کاسه‌گر، ۱۳۹۳).

شبکه‌های اجتماعی و سواد رسانه‌ای: با پیشرفت رسانه‌های جدید ارتباطی از قبیل اینترنت در تکمیل مبحث سواد رسانه‌ای، مباحث جدیدی از جمله «سواد دیجیتالی» و «سواد اینترنتی» مطرح شده‌اند. شهروندان تنها با فراگیری سواد دیجیتالی است که می‌توانند استفاده مناسبی از تکنولوژی‌های جدید دیجیتالی داشته باشند. این سواد شامل اطلاعات اولیه درباره قابلیت‌ها، فرصت‌ها و نحوه به کارگیری تکنولوژی‌های جدید و آسیب‌های احتمالی و نحوه مقابله با آن‌هاست. لزوم فراگیری سواد دیجیتالی در استفاده از وب‌سایت‌های شبکه اجتماعی اهمیتی دوچندان پیدا می‌کند. شبکه‌های اجتماعی امکانات و فرصت‌های بسیار گسترده‌ای را در اختیار کاربران قرار می‌دهند که تاکنون در هیچ رسانه‌ای سابقه نداشته است. تنها اطلاع درست از این امکانات و فرصت‌هاست که امکان مقابله با تهدیدها و آسیب‌ها را محدود کرده و خطر سوءاستفاده‌های احتمالی را کاهش می‌دهد (احمدزاده کرمانی، ۱۳۹۰).

سوءاستفاده‌های زیادی از طریق ایجاد هویت‌های جعلی در شبکه‌های اجتماعی و انتشار اطلاعات و تصاویر شخصی در این

اجتماعی توانمندتر شده‌اند. (Tripathi, 2020)، مطالعه‌ای تحت عنوان فضای مجازی و حریم خصوصی انجام داده است. این مقاله به بررسی حریم خصوصی در فضای مجازی از دیدگاه هند و ایالات متحده آمریکا می‌پردازد. برای بیش از دو دهه، نگرانی‌های مربوط به حریم خصوصی افراد و انتقال اطلاعات شخصی از مرزها در چارچوب‌های سیاست بین‌المللی، مانند دستورالعمل‌های حفظ حریم خصوصی OECD (سازمان همکاری اقتصادی و توسعه) منعکس شده است. (ملکیان و حسنان، ۱۳۹۶) تکنولوژی‌های ارتباطاتی و حضور رسانه‌های متعدد لزوم آشنایی با مفاهیم سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی برای استفاده صحیح از رسانه‌ها، تحلیل و کنترل اطلاعات در برابر رسانه‌هایی که به دنبال رقابت و تحت تأثیر قرار دادن مخاطبان براساس تولیدات رسانه‌ای هستند امر مهمی به حساب می‌آید. لذا در حوزه مطالعات فرهنگی و رسانه نیز این دو مهارت در کنار یکدیگر برای یک شهروند تحصیل کرده امری مهم تلقی می‌شود. این مهم زمانی میسر خواهد شد که دانشجویان بتوانند با استفاده از سواد رسانه‌ای اثرات تولیدات رسانه‌ای، نحوه نفوذ پیام‌ها را شناسایی، تعدیل و پردازش کنند که در نهایت منجر به درک لایه‌های درونی مفاهیم حاصل از این پیام‌ها می‌شود. تفکر انتقادی خود یکی از ارکان سواد رسانه‌ای است زیرا که توانایی حل مسائل و تحلیل آن‌ها بر پایه‌اندیشه‌های انتقادی و نگاه نقادانه مخاطبی است که بطور مؤثر در محیط‌های رسانه‌ای مشارکت می‌کند و از مصرف‌کنندگی صرف خارج شده و به مخاطب فعال تبدیل می‌گردد. این مهارت‌ها به صورت خود به خود بدست نمی‌آید، از طریق شیوه‌های مختلف و دستیابی به شاخص‌های خلاقیت و مهارت‌های فراشناختی، مخاطبان می‌توانند خروجی این پیام‌ها را کنترل کنند.

چارچوب نظری

نظریه شکاف آگاهی: شکاف آگاهی که یکی از نظریات تأثیر رسانه‌های جمعی می‌باشد، معتقد است که ارتباط جمعی نابرابری‌های اطلاعاتی موجود را تقویت می‌کند؛ یا افزایش می‌دهد، بنابراین فرضیه قائل نیست که جمعیت دارای طبقه پائین، کاملاً بی‌خبر باقی می‌مانند؛ بلکه مدعی است که رشد دانایی بطور نسبی در میان گروه‌های دارای منزلت بالا بیشتر است. «تیکنور» و همکارانش وقوع شکاف آگاهی را در حوزه‌هایی که مربوط به علائق عمومی است مثل اطلاعات عمومی محتمل می‌دانند اما احتمال وقوع آن در حوزه‌های خاص مثل باغبانی را کمتر می‌دانند. ایشان در اصلاح نظریه خود قائل شدند، در موضوعات محلی که

می‌شوند که نیاز مطالعه و تحقیق در این زمینه را آشکار می‌سازد. (کفشارطوسی و جهانگیری، ۱۳۹۷)، طی مطالعه‌ای به بررسی نقض حریم خصوصی کودکان توسط والدین در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی پرداختند. همزمان با پیشرفت‌های فضای مجازی، تهدیدهای مختلف و متنوع موجود در فضاهای مجازی به ویژه در شبکه‌های اجتماعی که مشخصه اصلی آن‌ها تعامل و ارتباط با سایر کاربران است، نگرانی‌ها در مورد امنیت کودکان و نوجوانان را بسیار افزایش داده است. یکی از دلایل اهمیت این موضوع، آسیب‌پذیری بیشتر کودکان در فهم حریم خصوصی و آگاهی از مسائل پیرامون آن است؛ برای مثال در ساده‌ترین شکل این آسیب‌پذیری، ممکن است سیاست‌های حریم خصوصی در شبکه‌های اجتماعی به زبانی غیر از زبان مادری به کودکان و نوجوانان نمایش داده شود که مسلماً توسط کودک به خوبی درک نمی‌شود.

(هاشمی، ۱۳۹۷)، طی مطالعه‌ای به بررسی تأثیر سواد رسانه‌ای بر آسیب‌های اجتماعی نوجوانان در فضای مجازی پرداختند. یافته‌ها نشان می‌دهد افزایش سواد رسانه‌ای دانش آموزان باعث کاهش آسیب‌های اجتماعی فضای مجازی در آن‌ها می‌شود. استفاده علمی-تجاری از شبکه‌های اجتماعی مجازی باعث افزایش سواد رسانه‌ای می‌شود و استفاده ارتباطی - سرگرمی از شبکه‌های اجتماعی مجازی تأثیر منفی بر سواد رسانه‌ای دارد همچنین میزان استفاده افراد از شبکه‌های اجتماعی مجازی تأثیر مثبت بر سواد رسانه‌ای دانش آموزان دارد. استفاده ارتباطی - سرگرمی از شبکه‌های اجتماعی مجازی باعث افزایش آسیب‌های اجتماعی فضای مجازی می‌شود. میزان استفاده افراد از شبکه‌های اجتماعی تأثیر مثبت بر میزان آسیب‌های اجتماعی فضای مجازی دانش آموزان دارد و میزان استفاده از اینترنت تأثیر مثبت بر افزایش آسیب‌های اجتماعی فضای مجازی دارد.

(کاظمی نجف‌آبادی، عقیلی و دلاور، ۱۳۹۷)، طی مطالعه‌ای به بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی بر شکل‌گیری ارتباطات بین فرهنگی پرداختند. نتایج نشان داد، ارتباطات بین فرهنگی در این فضا معمولاً به سمت جذب فرهنگ‌ها یا حداقل اثرپذیری از فرهنگ‌های دیگر شکل می‌گیرد. این ارتباطات قطعاً بر روابط ملت‌ها، مسائل سیاسی، اقتصادی و اجتماعی و توسعه یا پسرفت آن‌ها نیز اثرگذار است.

(بهرامسری، صادق اصفهانی و نیازمند، ۱۳۹۶)، طی مطالعه‌ای نقش سواد رسانه‌ای در بهینه‌سازی استفاده از شبکه‌های اجتماعی و ارائه راهکارهای برای ارتقا سطح سواد رسانه‌ای کاربران پرداختند. یافته‌ها حاکی از آن است کاربران با استفاده از سواد رسانه‌ای در تولید و پردازش اطلاعات، فعالیت‌های انتقادی و فعال، و تجزیه و تحلیل محتوای پیام‌های سیاسی، اجتماعی و اقتصادی شبکه‌ی

نیازهای دیگری مطرح می‌شود که باید توسط رسانه‌ها رفع شود. ۲- هر چه نیازها بیشتر شود وابستگی بیشتر می‌شود. ۳- هر چه وابستگی بیشتر شود تأثیر رسانه‌ها بر رفتار و نگرش مخاطب بیشتر می‌شود. همچنین در این نظریه پیام بر دانش، نگرش و رفتار افراد مؤثر است. مفهوم وابستگی در این نظریه به مفهوم نیاز به راهنمایی بیشتر شباهت دارد (رضایی، ۱۳۹۷).

نظریه سواد رسانه‌ای جیمز پاتر: براساس دیدگاه (پاتر، ۱۹۹۸)، بسیاری از افراد واژه سواد را به رسانه‌های چاپی ربط می‌دهند و آن را معادل توانایی خواندن و نوشتن قلمداد می‌کنند. برخی نیز، در مواجهه با رسانه‌های دیگری همچون فیلم و تلویزیون، این اصطلاح را به سواد بصری بسط می‌دهند. بعضاً از اصطلاحاتی نظیر سواد اطلاعاتی، سواد کامپیوتری استفاده می‌شود، اما هیچکدام از اینها به تنهایی معادل سواد رسانه‌ای نیستند، بلکه هریک اجزای سازنده و تشکیل دهنده سواد رسانه‌ای محسوب می‌شوند. به عبارت دیگر، سواد رسانه‌ای در برگیرنده همه موارد ذکر شده و شامل این توانایی‌های ویژه است، چرا که اگر فردی خواندن و نوشتن بلد نباشد، از رسانه‌های چاپی چیزی دستگیرش نمی‌شود. اگر در درک آداب بصری و روایی مشکل داشته باشد، نمی‌تواند از برنامه‌های تلویزیون یا فیلم چیز زیادی درک کند و اگر نتواند از رایانه استفاده کند، از آنچه به مرور زمان در این مهمترین رسانه یعنی اینترنت رخ می‌دهد، بی‌خبر خواهد ماند (بهرامسری و همکاران، ۱۳۹۶).

سواد رسانه‌ای فرایند چند بعدی است که توانایی هر شخص می‌تواند در هر کدام از آن‌ها بروز کند. ابعاد چهارگانه سواد رسانه‌ای یعنی ابعاد ادراکی، حسی، زیبایی شناسی و اخلاقی کاملاً به هم وابسته و پیوسته‌اند.

- **توانایی‌های ادراکی:** مجموعه‌ای از شناخت ساده نشانه‌ها تا درک پیچیده‌ترین پیام‌ها و کشف علل نحوه ارائه خاص آن‌ها توسط یک رسانه خاص را در بر می‌گیرد. این همان بعد فکری یا عقلانی است که به ایجاد مفهومی غنی در فرایند ساختن معنا منجر می‌شود (امینی، ۱۳۹۳).

- **توانایی‌های حسی:** بعدی است که کاملاً وابسته به احساس و عاطفه افراد است. برخی مخاطبان در زمینه دریافت تأثیرات حسی پیام‌های رسانه‌ای، بسیار قوی هستند. برخی از این احساسات دارای تأثیرات مثبت و برخی دارای تأثیرات منفی می‌باشند. برای مثال، کودکانی که به تماشای فیلم‌های ترسناک و خشونت بار می‌نشینند، آنچنان مغلوب حس ترس می‌شوند که ساعت‌ها منفعل می‌مانند. برای کشف ابعاد حسی پیام‌ها به لحاظ نوع حس نهفته در آن پیام و پیچیدگی آن سطوح سواد رسانه‌ای به طور نسبی قابل تغییر است

مورد تعارض باشند و در موضوعاتی که اثر فوری و قوی دارند، احتمال دارد شکاف کاهش یابد؛ اما احتمال گسترش شکاف در جوامعی که دارای منابع اطلاعاتی متعدد است بیشتر از سایر جوامع است. "مک کوایل" برای این فرضیه دو جنبه قائل شده و معتقد است، از یک جنبه آن ممکن است رسانه‌ها بتوانند در کنار ایجاد شکاف به پر کردن برخی شکاف‌ها نیز اقدام نمایند وی در این باره می‌گوید: «فرضیه شکاف آگاهی دو جنبه دارد؛ که از این میان یکی به توزیع عمومی مجموعه اطلاعات میان طبقات مختلف اجتماع مربوط می‌شود و دیگری به موضوع‌ها و عناوین خاصی که در مورد آن‌ها بعضی مطلع‌تر از دیگران هستند؛ از جنبه دوم امکانات بسیاری برای ایجاد و پر کردن شکاف‌ها وجود دارد و کاملاً احتمال دارد که رسانه‌ها برخی شکاف‌ها را پر کنند و به ایجاد برخی دیگر بپردازند» (رضایی، ۱۳۹۷).

نظریه استفاده و خشنودی: رویکرد استفاده و خشنودی نخستین بار در مقاله‌ای از (الیهو کاتز، ۱۹۵۹) توصیف شد. این رویکرد متضمن تغییر کانون توجه از مقاصد ارتباط‌گر به مقاصد دریافت‌کننده است و می‌کوشد معلوم نماید ارتباط جمعی چه کارکردهایی برای افراد مخاطب عرضه می‌کند. در واقع این رویکرد درصدد پاسخ‌گویی به این پرسش است که چرا مردم از رسانه‌ها استفاده می‌کنند و آن‌ها را برای چه منظوری به کار می‌برند؟ این رویکرد، معتقد است که مخاطب فعال است و از این رو در برابر نظریه‌هایی مطرح می‌شود که معتقد به منفعل بودن مخاطب در برابر رسانه‌ها هستند. این نظریه علت اصلی استفاده از رسانه‌ای خاص را با دلایل کارکردی توضیح می‌دهد و برای مخاطبان نیازهای متصور می‌شود که افراد برای رفع آن به سمت رسانه‌ها روی می‌آورند. حال اگر چنانچه رسانه مورد نظر بتواند نیاز فرد را به خوبی رفع کند و بین محتوی رسانه‌ای و نیاز فرد همخوانی وجود داشته باشد، فرد ارضاء و خشنود می‌شود و در غیر این صورت نیاز وی ارضاء نشده باقی می‌ماند و وی از رسانه مورد نظر رویگردان می‌شود. هدف اساسی این رویکرد، تحقیق در چگونگی انتخاب، دریافت و شیوه عکس‌العمل مخاطبان رسانه‌ها است و فرضیه کلیدی این رویکرد آن است که مخاطب، انتخابی را که از میان رسانه‌ها و محتواهای مختلف به عمل می‌آورد، آگاهانه و براساس انگیزه است (اصالتی و مجیدی قهرودی، ۱۳۹۷).

نظریه وابستگی مخاطبان: این نظریه بر سه عنصر رسانه، جامعه و مخاطبان تکیه دارد. مخاطب عصر حاضر به خاطر وجود دو نیاز به رسانه وابسته می‌شود: ۱- نیاز به داشتن اطلاعات ۲- نیاز به ندانستن و گریز از واقعیات. خصوصیات این نظریه شامل: ۱- تداوم نیازها: زیرا با رفع یک نیاز،

آنجایی که مقدار چولگی در بازه‌ی (۳- و ۳+) قرار دارد، بنابراین می‌توان گفت داده‌ها از توزیع نرمال برخوردار هستند.

آزمون فرضیات

فرضیه اول: به نظر می‌رسد بین سواد رسانه‌ای در میان نوجوانان و سواد مجازی رابطه معناداری وجود دارد.

مقدار سطح معناداری فرضیه اول کمتر از ۰/۰۵ است؛ بنابراین بین سواد رسانه‌ای در میان نوجوانان و سواد مجازی رابطه معناداری وجود دارد. بنابراین می‌توان گفت که فرضیه اول تأیید و فرض صفر آن رد می‌شود. مقدار و علامت ضریب این آزمون نیز جهت و قدرت رابطه را نشان می‌دهد. از آنجایی که علامت ضریب مثبت است بنابراین رابطه مستقیم بین سواد رسانه‌ای در میان نوجوانان و سواد مجازی وجود دارد. پس می‌توان گفت که بین سواد رسانه‌ای در میان نوجوانان و سواد مجازی رابطه معناداری وجود دارد. مقدار ضریب همبستگی برابر است با ۰/۳۳۴ که اشاره دارد به همبستگی ساده بین دو متغیر و به عبارتی شدت همبستگی بین سواد رسانه‌ای در میان نوجوانان و سواد مجازی نشان می‌دهد. همان‌طور که از مقدار R (همبستگی پیرسون بین دو متغیر) نمایان است، بین دو متغیر یعنی سواد رسانه‌ای در میان نوجوانان و سواد مجازی، همبستگی ساده وجود دارد. مقدار ضریب تعیین نشان می‌دهد که چه مقدار از متغیر سواد مجازی می‌تواند توسط متغیر مستقل سواد رسانه‌ای در میان نوجوانان تبیین شود. میزان تأثیر متغیر مستقل یعنی سواد رسانه‌ای بر متغیر سواد مجازی نشان می‌دهد. به طور کلی می‌توان گفت متغیر مستقل بر متغیر وابسته اثرگذار است. (جدول ۱)

مقدار ثابت همان عرض از مبدا است و میزان متغیر وابسته را بدون دخالت متغیر مستقل نشان می‌دهد. با توجه به نتایج جدول فوق می‌توان گفت با ارتقا یک واحد از متغیر مستقل به میزان ضریب نوشته شده متغیر وابسته ارتقاء پیدا خواهد کرد. آماره t اهمیت نسبی متغیر مستقل را نشان می‌دهد. با توجه به مقدار این آماره و سطح خطای کمتر از ۰,۰۵ می‌توان گفت متغیر مورد نظر تأثیر آماری معنی‌داری در تبیین تغییرات متغیر وابسته داشته است. ضرایب رگرسیون نیز تأثیر متغیر مستقل بر متغیر وابسته را تأیید می‌کند. با توجه به ضریب سواد رسانه‌ای در میان نوجوانان، فرضیه پژوهش مورد تأیید قرار می‌گیرد. در نتیجه می‌توان گفت بین سواد رسانه‌ای در میان نوجوانان و سواد مجازی رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه دوم: به نظر می‌رسد بین مهارت‌های سواد رسانه‌ای نوجوانان با میزان گذران وقت در فضای مجازی رابطه معناداری وجود دارد.

(سادات صفوی و همکاران، ۱۳۹۴).

- توانایی‌های زیباییشناسی: این مقوله به میزان هنر و مهارت تولید پیام در رسانه‌های مختلف بستگی دارد و به توانایی درک و شناخت مفاهیم رسانه‌ای از دیدگاه هنری اشاره می‌کند. سبک هنری منحصر به فرد یک نویسنده، تولیدکننده و کارگردان یک برنامه رادیویی یا تلویزیونی شاهد مسلم این بعد از سواد رسانه‌ای است (همان).

- توانایی‌های اخلاقی: به توانایی ادراک و دریافت ارزش‌های نهفته در پیام اشاره دارد. در سبک کمدی، ارزش‌هایی که در پیام‌ها نشان داده می‌شود، حاکی از این است که مزاح و شوخی ابزاری مهم در حل و فصل مشکلات است اما ارزش‌هایی که در یک درام تصویر می‌شود، عموماً تلقین‌کننده این است که توسل به خشونت موفق‌ترین راه برای رسیدن به خواسته‌ها در این دنیای خطرناک است. با این تفسیر به نظر می‌رسد درک و تشخیص درست مضامین اخلاقی تنها توسط افرادی که دارای درجه بالایی از سواد رسانه‌ای هستند، میسر است.

روش تحقیق

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر شیوه گردآوری اطلاعات تحقیق توصیفی از نوع همبستگی است. به منظور جمع‌آوری داده‌ها و اطلاعات برای تجزیه و تحلیل از ابزار پرسش‌نامه محقق ساخته استفاده گردیده است. پایایی پرسش‌نامه مورد استفاده در تحقیق حاضر توسط اساتید و متخصصان در این امر تأیید شده است، از سویی ضریب آلفای کرونباخ متغیرهای تحقیق مورد بررسی قرار گرفتند که نشان داد متغیرها از ضریب نسبتاً بالایی برخوردار هستند. همچنین پرسش‌نامه به صورت الکترونیکی در بین کاربران فضای مجازی پخش شده است. جامعه آماری این پژوهش را کلیه دانش‌آموزان دوره متوسطه منطقه ۵ تهران (۱۲- ۱۸) در سال تحصیلی ۹۹-۱۴۰۰ تشکیل می‌دهند و حجم نمونه آماری با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای ۳۷۸ نفر است. علاوه بر اینها با استفاده از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف نرمال بودن توزیع داده تست شده است و به سبب نرمال بودن برای تحلیل داده‌های تحقیق از آزمون آماری رگرسیون و پیرسون استفاده شده است. همچنین جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها نرم‌افزار SPSS در نظر گرفته شده است.

تحلیل یافته‌ها

توصیف متغیرهای تحقیق: با توجه به نتایج می‌توان گفت که کمترین مقدار میانگین متعلق به متغیر "گذاران وقت" و بیشترین مقدار آن متعلق به متغیر "حریم خصوصی" است. همچنین از

مجازی نشان می‌دهد. بنابراین به طور کلی می‌توان گفت متغیر مستقل بر متغیر وابسته اثرگذار است. (جدول ۳)

مقدار ثابت همان عرض از مبدا است و میزان متغیر وابسته را بدون دخالت متغیر مستقل نشان می‌دهد. با توجه به نتایج جدول فوق می‌توان گفت با ارتقا یک واحد از متغیر مستقل به میزان ضریب نوشته شده متغیر وابسته ارتقا پیدا خواهد کرد. آماره t اهمیت نسبی متغیر مستقل را نشان می‌دهد. با توجه به مقدار این آماره و سطح خطای کمتر از $0,05$ می‌توان گفت متغیر مورد نظر تأثیر آماری معنی‌داری در تبیین تغییرات متغیر وابسته داشته است. ضرایب رگرسیون نیز تأثیر متغیر مستقل بر متغیر وابسته را تأیید می‌کند. با توجه به ضریب مهارت‌های سواد رسانه‌ای، فرضیه پژوهش مورد تأیید قرار می‌گیرد. در نتیجه می‌توان گفت بین مهارت‌های سواد رسانه‌ای نوجوانان با کیفیت مفهومی برنامه‌های فضای مجازی رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه چهارم: به نظر می‌رسد بین سواد رسانه‌ای نوجوانان و حفظ حریم خصوصی در فضای مجازی رابطه معناداری وجود دارد. مقدار ضریب همبستگی برابر است با $0,820$ که اشاره دارد به همبستگی ساده بین دو متغیر و به عبارتی شدت همبستگی بین سواد رسانه‌ای نوجوانان و حفظ حریم خصوصی در فضای مجازی نشان می‌دهد. همان‌طور که از مقدار R (همبستگی پیرسون بین دو متغیر) نمایان است، بین دو متغیر یعنی سواد رسانه‌ای نوجوانان و حفظ حریم خصوصی در فضای مجازی، همبستگی ساده وجود دارد. مقدار ضریب تعیین نشان می‌دهد که چه مقدار از متغیر حفظ حریم خصوصی در فضای مجازی می‌تواند توسط متغیر مستقل سواد رسانه‌ای نوجوانان تبیین شود. (جدول ۴)

مقدار ثابت همان عرض از مبدا است و میزان متغیر وابسته را بدون دخالت متغیر مستقل نشان می‌دهد. با توجه به نتایج جدول فوق می‌توان گفت با ارتقاء یک واحد از متغیر مستقل به میزان ضریب نوشته شده متغیر وابسته ارتقا پیدا خواهد کرد. آماره t اهمیت نسبی متغیر مستقل را نشان می‌دهد. با توجه به مقدار این آماره و سطح خطای کمتر از $0,05$ می‌توان گفت متغیر مورد نظر تأثیر آماری معنی‌داری در تبیین تغییرات متغیر وابسته داشته است. ضرایب رگرسیون نیز تأثیر متغیر مستقل بر متغیر وابسته را تأیید می‌کند. با توجه به ضریب سواد رسانه‌ای، فرضیه پژوهش مورد تأیید قرار می‌گیرد. در نتیجه می‌توان گفت بین سواد رسانه‌ای نوجوانان و حفظ حریم خصوصی در فضای مجازی رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه پنجم: به نظر می‌رسد بین سواد رسانه‌ای نوجوانان و امنیت اطلاعات در فضای مجازی را به معناداری وجود دارد.

مقدار ضریب همبستگی برابر است با $0,824$ که اشاره دارد به همبستگی ساده بین دو متغیر و به عبارتی شدت همبستگی بین مهارت‌های سواد رسانه‌ای نوجوانان با میزان گذران وقت در فضای مجازی نشان می‌دهد. همان‌طور که از مقدار R (همبستگی پیرسون بین دو متغیر) نمایان است، بین دو متغیر یعنی مهارت‌های سواد رسانه‌ای نوجوانان با میزان گذران وقت در فضای مجازی، همبستگی ساده وجود دارد. مقدار ضریب تعیین نشان می‌دهد که چه مقدار از متغیر میزان گذران وقت در فضای مجازی می‌تواند توسط متغیر مستقل مهارت‌های سواد رسانه‌ای نوجوانان تبیین شود. میزان تأثیر متغیر مستقل یعنی مهارت‌های سواد رسانه‌ای نوجوانان بر متغیر میزان گذران وقت در فضای مجازی نشان می‌دهد. بنابراین به طور کلی می‌توان گفت متغیر مستقل بر متغیر وابسته اثرگذار است. (جدول ۲)

مقدار ثابت همان عرض از مبدا است و میزان متغیر وابسته را بدون دخالت متغیر مستقل نشان می‌دهد. با توجه به نتایج جدول فوق می‌توان گفت با ارتقا یک واحد از متغیر مستقل به میزان ضریب نوشته شده متغیر وابسته ارتقاء پیدا خواهد کرد. آماره t اهمیت نسبی متغیر مستقل را نشان می‌دهد. با توجه به مقدار این آماره و سطح خطای کمتر از $0,05$ می‌توان گفت متغیر مورد نظر تأثیر آماری معنی‌داری در تبیین تغییرات متغیر وابسته داشته است. ضرایب رگرسیون نیز تأثیر متغیر مستقل بر متغیر وابسته را تأیید می‌کند. با توجه به ضریب مهارت‌های سواد رسانه‌ای، فرضیه پژوهش مورد تأیید قرار می‌گیرد. در نتیجه می‌توان گفت بین مهارت‌های سواد رسانه‌ای نوجوانان با میزان گذران وقت در فضای مجازی رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه سوم: به نظر می‌رسد بین مهارت‌های سواد رسانه‌ای نوجوانان با کیفیت مفهومی برنامه‌های فضای مجازی رابطه معناداری وجود دارد.

مقدار ضریب همبستگی برابر است با $0,892$ که اشاره دارد به همبستگی ساده بین دو متغیر و به عبارتی شدت همبستگی بین مهارت‌های سواد رسانه‌ای نوجوانان با کیفیت مفهومی برنامه‌های فضای مجازی نشان می‌دهد. همان‌طور که از مقدار R (همبستگی پیرسون بین دو متغیر) نمایان است، بین دو متغیر یعنی مهارت‌های سواد رسانه‌ای نوجوانان با کیفیت مفهومی برنامه‌های فضای مجازی، همبستگی ساده وجود دارد. مقدار ضریب تعیین نشان می‌دهد که چه مقدار از متغیر کیفیت مفهومی برنامه‌های فضای مجازی می‌تواند توسط متغیر مستقل مهارت‌های سواد رسانه‌ای نوجوانان تبیین شود. میزان تأثیر متغیر مستقل یعنی مهارت‌های سواد رسانه‌ای نوجوانان بر متغیر کیفیت مفهومی برنامه‌های فضای

فضای مجازی رابطه معناداری وجود دارد. نتایج حاصل از پژوهش نشان داد که فرضیه سوم مبنی به نظر می‌رسد بین مهارت‌های سواد رسانه‌ای نوجوانان با میزان گذران وقت در فضای مجازی رابطه معناداری وجود دارد، به علت داشتن سطح معناداری کمتر از ۰,۰۵ مورد تأیید می‌باشد. لذا می‌توان گفت بین متغیر فرضیه سوم رابطه معناداری وجود دارد و فرضیه سوم مورد تأیید می‌باشد. لذا می‌توان گفت بین مهارت‌های سواد رسانه‌ای نوجوانان با میزان گذران وقت در فضای مجازی رابطه معناداری وجود دارد. نتایج حاصل از پژوهش نشان داد که فرضیه چهارم مبنی به نظر می‌رسد به نظر می‌رسد بین سواد رسانه‌ای نوجوانان و حفظ حریم خصوصی در فضای مجازی رابطه معناداری وجود دارد، به علت داشتن سطح معناداری کمتر از ۰,۰۵ مورد تأیید می‌باشد. لذا می‌توان گفت بین متغیر فرضیه چهارم رابطه معناداری وجود دارد و فرضیه چهارم مورد تأیید می‌باشد. لذا می‌توان گفت بین سواد رسانه‌ای نوجوانان و حفظ حریم خصوصی در فضای مجازی رابطه معناداری وجود دارد. نتایج حاصل از پژوهش نشان داد که فرضیه پنجم مبنی به نظر می‌رسد بین سواد رسانه‌ای نوجوان و امنیت اطلاعات در فضای مجازی رابطه معناداری وجود دارد، به علت داشتن سطح معناداری کمتر از ۰,۰۵ مورد تأیید می‌باشد. لذا می‌توان گفت بین متغیر فرضیه پنجم رابطه معناداری وجود دارد و فرضیه پنجم مورد تأیید می‌باشد. لذا می‌توان گفت بین سواد رسانه‌ای نوجوان و امنیت اطلاعات در فضای مجازی رابطه معناداری وجود دارد. باتوجه به تأیید فرضیه‌های پژوهش حاضر می‌توان گفت آسیب‌های اجتماعی تازه‌ای در خصوص استفاده از فضای مجازی پدید آمده است که پیامدهای بسیاری را برای تعاملات فرد در فضای مجازی و در دنیای واقعی به همراه دارد. دسترس همگانی بدون حد و مرز و مردم سالاری ناسنجیده‌ای که در این دسترس نهفته، اینترنت را به شر دوران جدید تبدیل ساخته است. فضای مجازی را می‌توان به عنوان یک عمل ارتباطی آسیب زا برای نوجوانان اشاره نمود که در حالیکه درک و آگاهی درستی از این فضا نداشته به سهولت به محتوای موجود در اعتماد و استناد می‌نمایند در واقع با توجه به جذابیت بالایی که در مدیریت اینگونه فضاها تعبیه شده است نوجوانان گرایش به محتواهای پوچ و تفکرات بدون علم دارند و اما صرف نظر از اینکه فضای مجازی چه محتوایی دارد، یکی از علل انزوای اجتماعی، پوک شدن مردم سالاری، سطحی شدن دانش، مسمومیت اطلاعاتی و بی‌پروایی و در معرض دید قرار دادن زندگی شخصی شده است. همانگونه که پیش‌تر مطرح شد یکی از نگرانی‌های استفاده از فضای مجازی، رعایت نشدن حریم خصوصی است. به هر حال ظهور شبکه‌ها به معنای تهدید بزرگ‌تر حریم اطلاعات و رابطه‌ای افراد در مقایسه با فنون قبلی ارتباطات

مقدار ضریب همبستگی برابر است با ۰/۷۴۴ که اشاره دارد به همبستگی ساده بین دو متغیر و به عبارتی شدت همبستگی بین سواد رسانه‌ای نوجوانان و امنیت اطلاعات در فضای مجازی نشان می‌دهد. همان‌طور که از مقدار R (همبستگی پیرسون بین دو متغیر) نمایان است، بین دو متغیر یعنی سواد رسانه‌ای نوجوانان و امنیت اطلاعات در فضای مجازی، همبستگی ساده وجود دارد. مقدار ضریب تعیین نشان می‌دهد که چه مقدار از متغیر امنیت اطلاعات در فضای مجازی می‌تواند توسط متغیر مستقل سواد رسانه‌ای نوجوانان تبیین شود. میزان تأثیر متغیر مستقل یعنی مهارت‌های سواد رسانه‌ای نوجوانان بر متغیر ح امنیت اطلاعات در فضای مجازی نشان می‌دهد. همان‌طور که مشاهده می‌کنید مقدار معنی‌داری کوچک‌تر از ۰/۰۵ است بنابراین به طور کلی می‌توان گفت متغیر مستقل بر متغیر وابسته اثرگذار است. (جدول ۵)

مقدار ثابت همان عرض از مبدا است و میزان متغیر وابسته را بدون دخالت متغیر مستقل نشان می‌دهد. با توجه به نتایج جدول فوق می‌توان گفت با ارتقا یک واحد از متغیر مستقل به میزان ضریب نوشته شده متغیر وابسته ارتقا پیدا خواهد کرد. آماره t اهمیت نسبی متغیر مستقل را نشان می‌دهد. با توجه به مقدار این آماره و سطح خطای کمتر از ۰,۰۵ می‌توان گفت متغیر مورد نظر تأثیر آماری معنی‌داری در تبیین تغییرات متغیر وابسته داشته است. ضرایب رگرسیون نیز تأثیر متغیر مستقل بر متغیر وابسته را تأیید می‌کند. با توجه به ضریب سواد رسانه‌ای، فرضیه پژوهش مورد تأیید قرار می‌گیرد. در نتیجه می‌توان گفت بین سواد رسانه‌ای نوجوانان و امنیت اطلاعات در فضای مجازی رابطه معناداری وجود دارد.

نتیجه‌گیری

نتایج حاصل از پژوهش نشان داد که فرضیه اول مبنی به نظر می‌رسد بین سواد رسانه‌ای در میان نوجوانان و سواد مجازی رابطه معناداری وجود دارد، به علت داشتن سطح معناداری کمتر از ۰,۰۵ مورد تأیید می‌باشد. لذا می‌توان گفت بین متغیر فرضیه اول رابطه معناداری وجود دارد و فرضیه اول مورد تأیید می‌باشد. لذا می‌توان گفت بین سواد رسانه‌ای در میان نوجوانان و سواد مجازی رابطه معناداری وجود دارد. نتایج حاصل از پژوهش نشان داد که فرضیه دوم مبنی به نظر می‌رسد بین مهارت‌های سواد رسانه‌ای نوجوانان با کیفیت مفهومی برنامه‌های فضای مجازی رابطه معناداری وجود دارد، به علت داشتن سطح معناداری کمتر از ۰,۰۵ مورد تأیید می‌باشد. لذا می‌توان گفت بین متغیر فرضیه دوم رابطه معناداری وجود دارد و فرضیه دوم مورد تأیید می‌باشد. لذا می‌توان گفت بین مهارت‌های سواد رسانه‌ای نوجوانان با کیفیت مفهومی برنامه‌های

است این تهدید ناشی از دسته‌بندی و ادغام پرونده‌ها و قابلیت ردگیری کارهای روزانه افراد است. این به معنای به وجود آمدن ارزشی ضد ارزشی به نام در دسترس بودن در هر مکان و زمان است که می‌توان رد افراد را تا عمیق‌ترین زوایای جامعه گرفت. با این حال نمی‌توان از این مطلب هم چشم پوشی کرد که اینترنت سکویی برای ایجاد اشکال جدید ارتباطی و رابطه دو سویه مهیا می‌کند که می‌تواند در حفاظت از حریم خصوصی به دقت ایجاد گردد.

محدودیت‌های مطالعه

- ۱- محدود کردن جامعه آماری
- ۲- عدم همکاری برخی افراد جامعه آماری جهت تکمیل پرسش‌نامه
- ۳- برداشت‌های متفاوت از گویه‌های پرسش‌نامه‌ها
- ۴- نتایج به قلمرو زمانی و مکانی دیگر قابل تغییر نیست.
- ۵- محدودیت در عدم کنترل برخی از متغیرهای تأثیرگذار بر نتایج پژوهش

پیشنهادات

پیشنهاد می‌شود به منظور حفظ حریم خصوصی دانش آموزان در فضای مجازی میزان امنیت در رسانه‌ها افزایش یابد. پیشنهاد می‌شود دانش آموزان را با مهارت‌های درست استفاده از رسانه‌های مجازی آگاه نمود. پیشنهاد می‌شود به منظور بهبود کیفیت مفهومی برنامه‌های فضای مجازی، مهارت‌های سواد رسانه‌های به دانش آموزان آموزش داده شود. پیشنهاد می‌شود به منظور امنیت اطلاعات در فضای مجازی دستگاه‌های نظارتی همواره نظارت‌های سختگیرانه را مد نظر قرار دهند.

جدول ۱- ضرایب تأثیر رگرسیون

متغیر	بتا	T	سطح معناداری
مقدار ثابت	-	۳/۶۲۱	۰/۰۰۰
سواد رسانه‌ای	۰/۷۳۴	۲۰/۹۶۰	۰/۰۰۰

جدول ۲- ضرایب تأثیر رگرسیون

متغیر	بتا	T	سطح معناداری
مقدار ثابت	-	-۴/۵۲۰	۰/۰۰۰
مهارت‌های سواد رسانه‌ای	۰/۸۲۴	۲۸/۲۰۳	۰/۰۰۰

جدول ۳- ضرایب تأثیر رگرسیون

متغیر	بتا	T	سطح معناداری
مقدار ثابت	-	۳/۷۱۰	۰/۰۰۰
مهارت‌های سواد رسانه‌ای	۰/۸۹۲	۳۸/۲۲۵	۰/۰۰۰

جدول ۴- ضرایب تأثیر رگرسیون

متغیر	بتا	T	سطح معناداری
مقدار ثابت	-	۱/۲۵۵	۰/۲۱۰
سواد رسانه‌ای	۰/۸۲۰	۲۷/۷۶۱	۰/۰۰۰

جدول ۵- ضرایب تأثیر رگرسیون

متغیر	بتا	T	سطح معناداری
مقدار ثابت	-	۳/۵۷۱	۰/۰۰۰
سواد رسانه‌ای	۰/۷۳۴	۲۱/۵۶۰	۰/۰۰۰

فهرست منابع

- باقری، م. (۱۳۹۲). "چالش‌های اعمال حقوقی فضای مجازی"، فصلنامه برنامه‌ریزی و بودجه، شماره ۱۶.
- Tripathi, K. (2020). "Protection of Privacy in Cyberspace: A Comparative Analysis Between India and USA", Available at SSRN 3611622.
- سحرخیز، ا. و شهریار، ح. (۱۳۹۲). "حریم خصوصی در شبکه‌های اجتماعی: اصول، چالش‌ها و برخی راهکارها"، همایش تخصصی بررسی ابعاد شبکه‌های اجتماعی، تهران.
- کفشارطوسی، ا. و جهانگیری، م. (۱۳۹۷). "نقض حریم خصوصی کودکان توسط والدین در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی"، اولین کنفرانس بین‌المللی تربیت دینی در ادیان ابراهیمی، مشهد.
- رضایی، ن. (۱۳۹۷). "تبیین نظریه شکاف آگاهی با اینترنت اشیا"، سومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت، حسابداری و حسابرسی پویا، تهران.
- اصالتی، م. و مجیدی قهرودی، ن. (۱۳۹۷). "وابستگی و خشنودی، رویکردی جدید بر نظریه‌های تأثیر رسانه"، روزنامه نگاری الکترونیک، سال سوم، شماره ۲.
- ملکیان، ن. و حسان، ا. (۱۳۹۶). "رابطه سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی با خلاقیت و مهارت‌های فراشناختی در دانشجویان"، پایان‌نامه - دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق - دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی. کارشناسی ارشد؛ کد مطلب: ۹۶۸۸۲۰، گنج ایرانداک.
- کاشمی نجف‌آبادی، ح.، عقیلی، و. و دلاور، ع. (۱۳۹۷). "نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی بر شکل‌گیری ارتباطات بین فرهنگی"، رسانه و فرهنگ، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، دو فصلنامه علمی پژوهشی، سال هشتم، شماره اول.
- بهرامسری، ش.، صادق اصفهانی، ه. و نیازمند، م. (۱۳۹۶). "نقش سواد رسانه‌ای در بهینه‌سازی استفاده از شبکه‌های اجتماعی و ارائه راهکارهایی برای ارتقا سطح سواد رسانه‌ای کاربران"، دومین کنفرانس بین‌المللی سواد رسانه‌ای در ایران.
- منتظر قائم، م. و شعبان کاسه‌گر، م. (۱۳۹۳). "سواد رسانه‌ای و حضور در فضای سایبر"، اولین کنفرانس بین‌المللی سواد رسانه‌ای در ایران.
- احمدزاده کرمانی، ر. (۱۳۹۰). "بازاندیشی در فرهنگ و رسانه"، تهران، نشر چاپار.
- کیخانی، ا. (۱۳۹۲). "تحلیل جامعه‌شناختی چالش‌های فرهنگی اجتماعی شبکه‌های اجتماعی مجازی بر کاربران جوان در شهر اصفهان"، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته جامعه‌شناسی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه اصفهان.
- هاشمی، ش. (۱۳۹۷). "بررسی تأثیر سواد رسانه‌ای بر آسیب‌های اجتماعی نوجوانان در فضای مجازی"، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه فردوسی مشهد.
- امینی، ف. (۱۳۹۳). "ضرورت آشنایی با سواد رسانه‌ای در خانواده"، اولین کنفرانس بین‌المللی سواد رسانه‌ای در ایران.
- Le, L.H., Hoang, P.A. & Pham, H.C. (2020). "Privacy behavior in cyberspace: an overview of current research on health information disclosure", In 2020 RIVF International Conference on Computing and Communication Technologies (RIVF), PP. 1-3. IEEE.
- حسینی، ع. (۱۳۹۳). "تحلیل رفتار جوانان در شبکه‌های اجتماعی مجازی و نقش رسانه در هدایت و حمایت از آنان"، فصلنامه مطالعات جوان و رسانه، سال چهارم، شماره ۱۳.
- Sanchez, J. (2015). "Media image of seafarers in the Spanish printed press", Journal of Maritime Policy and Management, Vol. (42), PP. 97-110.
- Li, Charlene. & Bernoff, Josh. (2011). "Groundswell: Winning in a World Transformed by Social Technologies", Boston: Forrester Research.

Investigating the relationship between media literacy and privacy in cyberspace (case study: adolescents in district 5 of Tehran)

Mohammad Fardi, Nazanin Malekian

Abstract

The rapid growth in the use of the Internet in recent years has accelerated many activities and problems related to the Internet, including crimes and harms caused by it and, most importantly, privacy violations. Therefore, the purpose of this study is to investigate the relationship between media literacy and privacy in cyberspace by adolescents. The method used in the present study is a descriptive correlational type. The statistical population of this study consists of all high school students in District 5 of Tehran (18-12) in the academic year 1399-1400 and the statistical sample size using multi-stage cluster sampling is 378 people. SPSS software was also used to analyze the data. The results showed that there is a significant relationship between media literacy among adolescents and virtual literacy, due to having a significance level of less than 0.05 is confirmed. Therefore, it can be said that there is a significant relationship between media literacy among adolescents and virtual literacy. One of the concerns of using cyberspace is the lack of privacy. However, the emergence of networks means a greater threat to the privacy and information of individuals compared to previous communication techniques. This threat is due to the classification and integration of files and the ability to track the daily activities of individuals.

Keywords: Media literacy, Privacy, Cyberspace, Internet.