

## Research Article

# The Relationship Between the Extent of Using Modern Communication Technologies and Media Literacy and Moral Development Among Students and Faculty Members of Payam Noor University of Kerman

Saeideh Khojasteh <sup>\*1</sup> 

1. Assistant Professor in Educational Sciences at Payam Noor University, Tehran, Iran

## Extended Abstract

The rapid emergence of the Internet and mobile-based social networks has transformed patterns of communication, learning, and social interaction, raising renewed questions about how individuals manage information, construct meaning, and maintain ethical agency in an era of pervasive connectivity. This study investigates the relationship between the use of modern communication technologies, media literacy, and moral development among students and faculty members at Payame Noor University, Kerman Center. The research aimed to determine whether the frequency and manner of applying new communication technologies correlate with higher levels of critical understanding of media messages and with indicators of moral reasoning and responsibility. Employing a descriptive–correlational design, the study population comprised approximately 3,900 students and 54 faculty members. According to the Morgan table, a sample of 351 students was randomly selected, while all faculty members participated through census. Data were collected using three validated instruments: a 20-item Media Literacy Questionnaire assessing awareness, analysis, critical viewing, and selective use of media; a researcher-developed 20-item scale measuring the extent and quality of modern technology use; and the 32-item Moral Foundations Questionnaire covering five dimensions—care, fairness, loyalty, authority, and purity. Reliability coefficients for all instruments exceeded 0.70, ensuring acceptable internal consistency. Descriptive statistics, Pearson correlation, and multiple linear regression analyses were performed using SPSS 26. The findings revealed a moderate, positive, and statistically significant relationship between the level of modern technology use and media literacy ( $r = 0.521, p < 0.001$ ), indicating that greater engagement with communication technologies predicts a 27 percent variance in the development of media literacy skills. Similarly, a positive correlation was found between technology use and moral development ( $r = 0.418, p < 0.001$ ), with the explanatory power reaching 17 percent, suggesting that digital engagement, when informed and purposeful, may strengthen ethical awareness and responsibility within academic communities. The results confirm that increasing exposure to diverse online content can enhance individuals' critical analysis, discernment of media intentions, and reflective moral reasoning, provided that technology is used mindfully and educational systems support ethical frameworks for digital interaction. The study concludes that universities should institutionalize systematic media-literacy education and moral-awareness training as core components of general education curricula to cultivate responsible, reflective users of technology. Integrating workshops, digital-ethics seminars, and teacher-training programs could empower students and faculty to transform media consumption into informed participation, thereby reinforcing both cognitive and moral dimensions of learning in higher education. Future studies should enlarge the population base and incorporate qualitative approaches to capture contextual and generational differences in digital ethics. Overall, the findings highlight that informed and ethical utilization of modern communication technologies can foster both media competence and moral growth essential for sustainable academic and social development.

**Keywords:** Modern Communication Technologies, Media Literacy, Moral Development, Students, Faculty Members

\*Corresponding Author: Saeideh Khojasteh

Email: S.khojasteh@pnu.ac.ir

Research Article

## The Relationship Between the Extent of Using Modern Communication Technologies and Media Literacy and Moral Development Among Students and Faculty Members of Payam Noor University of Kerman

Saeideh Khojasteh <sup>\*1</sup> 

1. Assistant Professor in Educational Sciences, Payam Noor University, Tehran, Iran



Received: 04/01/2025

Accepted: 01/11/2025

Published: 04/12/2025

PP: 1-14

ISSN (Online): 3092-6629



**Keywords:**

Modern Communication Technologies, Media Literacy, Moral Development, Faculty Members, Students

**Journal Homepage:**

<https://sanad.iau.ir/journal/nalm>

**Abstract**

**Introduction:** This study aimed to explore the relationship between the extent of using modern communication technologies, media literacy, and moral development among students and faculty members of Payame Noor University, Kerman Center.

**Methodology:** The research employed a descriptive-correlational design. The statistical population comprised all students and faculty members of the university. Based on the sample size determination table, 351 students were selected from approximately 3,900 students through simple random sampling, and all 54 faculty members participated due to the small population size. Data were collected using three questionnaires measuring media literacy, use of modern communication technologies, and moral development.

**Findings:** The results revealed a positive and significant relationship between the use of modern communication technologies and both media literacy and moral development among students and faculty members ( $p < 0.001$ ).

**Conclusion:** It is recommended that universities and higher education institutions design training programs and workshops to enhance the ethical and informed use of modern communication technologies. Such initiatives can strengthen media literacy and foster moral development in academic communities.

Citation: Khojasteh, S. (2025). The Relationship Between the Extent of Using Modern Communication Technologies and Media Literacy and Moral Development Among Students and Faculty Members of Payam Noor University of Kerman. *New Approaches to Learning Management*, 1(2), 1. <https://doi.org/10.71494/NALM.2025.1195485>

\*Corresponding Author: Saeideh Khojasteh

Email: S.khojasteh@pnu.ac.ir



©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.

## رابطه میزان استفاده از تکنولوژی های نوین ارتباطی با سواد رسانه‌ای و رشد اخلاقی دانشجویان و اعضای هیات علمی دانشگاه پیام نور کرمان

سعیده خجسته\* ID ۱

۱. استادیار گروه علوم تربیتی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

### چکیده

**مقدمه و هدف:** تحولات گسترده در عرصه فناوری‌های ارتباطی، الگوهای یادگیری و تعامل اجتماعی را به شکل چشمگیری دگرگون کرده است. در این میان، نقش سواد رسانه‌ای و رشد اخلاقی در مواجهه آگاهانه با محتوای فضای مجازی، بیش از پیش اهمیت یافته است. هدف از انجام این پژوهش، بررسی رابطه میزان استفاده از تکنولوژی‌های نوین ارتباطی با سواد رسانه‌ای و رشد اخلاقی در میان دانشجویان و اعضای هیات علمی دانشگاه پیام‌نور مرکز کرمان بود.

**روش‌شناسی پژوهش:** این پژوهش از نوع توصیفی-همبستگی است. جامعه آماری شامل کلیه دانشجویان و اعضای هیات علمی دانشگاه بود. بر اساس جدول تعیین حجم نمونه، ۳۵۱ نفر از میان حدود ۳۹۰۰ دانشجو به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند و تمامی ۵۴ عضو هیات علمی نیز به دلیل محدود بودن جامعه، به صورت سرشماری در پژوهش شرکت کردند. ابزار گردآوری داده‌ها شامل سه پرسشنامه سنجش میزان استفاده از تکنولوژی‌های نوین ارتباطی، سواد رسانه‌ای و رشد اخلاقی بود.

**یافته‌ها:** نتایج تحلیل داده‌ها نشان داد که بین میزان استفاده از تکنولوژی‌های نوین ارتباطی با سواد رسانه‌ای و رشد اخلاقی رابطه‌ای مثبت و معنادار وجود دارد ( $p < 0/001$ ). همچنین مشخص شد هرچه سطح استفاده آگاهانه از این فناوری‌ها افزایش یابد، سطح سواد رسانه‌ای و رشد اخلاقی کاربران نیز ارتقا می‌یابد.

**نتیجه‌گیری:** به‌طور کلی، استفاده هوشمندانه و مبتنی بر اخلاق از تکنولوژی‌های نوین ارتباطی می‌تواند عاملی مؤثر در ارتقای قابلیت‌های رسانه‌ای و تقویت ارزش‌های اخلاقی در محیط‌های دانشگاهی باشد. از این‌رو، پیشنهاد می‌شود دانشگاه‌ها با برگزاری کارگاه‌ها و دوره‌های آموزشی، آگاهی و مهارت اعضای هیات علمی و دانشجویان را در زمینه استفاده سالم و مسئولانه از فناوری‌های ارتباطی افزایش دهند.



تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۰/۱۵

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۸/۱۰

تاریخ انتشار: ۱۴۰۴/۰۹/۱۳

شماره صفحات: ۱-۱۴

### واژه‌های کلیدی:

تکنولوژی های نوین ارتباطی،  
سواد رسانه‌ای، رشد  
اخلاقی، دانشجویان، اعضای هیات  
علمی

### صفحه اصلی نشریه:

<https://sanad.iau.ir/journal/nalm>

**استناد:** خجسته، س. (۱۴۰۳). رابطه میزان استفاده از تکنولوژی‌های نوین ارتباطی با سواد رسانه‌ای و رشد اخلاقی دانشجویان و اعضای هیات علمی دانشگاه پیام‌نور مرکز کرمان. *رهیافت‌های نوین مدیریت یادگیری*، ۱(۲)، ۱-۱۴.

<https://doi.org/10.71494/NALM.2025.1195485>

\* نویسنده مسئول: سعیده خجسته

پست الکترونیکی: S.khojasteh@pnu.ac.ir

## مقدمه

ظهور اینترنت و برخی از تکنولوژی های نوین ارتباطی اخیر مانند شبکه های اجتماعی موبایلی و رایانه ای به عنوان رسانه هایی قدرتمند در سال های اخیر دوباره بستر گفتگوهای جدید را در خصوص نقش رسانه ها گشوده است (Abbasi & Abbasi, 2018). مواجهه بیش از حد اطلاعاتی به معنای حجم عظیمی از اطلاعات، بعضاً صحیح یا نادرست است، که پیدا کردن اپیدمی اطلاعات پدیده ای است که منابع مورد اعتماد و راهنمایی قابل اتکا را برای افراد در زمانی که بدان نیاز دارند دشوار می سازد (Mokhatri-Hesari, Moezzi, & Montazeri, 2020) یکی از مهم ترین رویکردها که جامعه را در برابر همه گیری اطلاعات در بحران ها ایمن می سازد، افزایش سواد رسانه‌ای می باشد، سواد رسانه‌ای را می توان توانایی انتقاد از اطلاعاتی دانست که مخاطبان تولید می کنند، بدین ترتیب آنها در برابر اخبار جعلی به ایمنی دست می یابند (Malik, Bashir, & Mahmood, 2023). به اعتقاد بسیاری از افراد واژه «سواد» را با رسانه های چاپی ربط می دهند و مطابق نظر جیمز پاتر آن را معادل توانایی خواندن و نوشتن قلمداد می کنند. برخی نیز، در مواجهه با رسانه های دیگری همچون فیلم و تلویزیون، این اصطلاح را به «سواد بصری» بسط می دهند (Potter, 2010)

در دنیای امروزه، نسل جوان با دنیایی از ارتباطات خصوصا در فضای مجازی مواجه می باشد که اگر نحوه استفاده و کارکرد آن را به خوبی فرا نگرفته باشد و یا به عبارتی از سواد رسانه‌ای پایینی برخوردار باشد، امکان دارد بیشتر در معرض آسیب های اجتماعی، روانی و... قرار گیرد (Basirian Jahromi & Basirian Jahromi, 2007) هدف سواد رسانه‌ای، دادن قدرت کنترل برنامه های رسانه به فرد است. تک تک اشخاص به خودی خود تاثیری زیاد بر تغییر روش رسانه های جمعی در ساخت پیام هایشان ندارند و هرگز نمی توانند بر آن چه به عموم عرضه می شود، کنترل زیادی داشته باشند، اما می توانند اعمال کنترل بر برنامه ریزی ذهن خود را بیاموزند. بنابراین هدف سواد رسانه‌ای این است که به مردم نشان دهد چگونه کنترل را از رسانه ها به خود معطوف کنند (Singh, 2012). سواد رسانه‌ای به نحوه دسترسی افراد، چگونگی استفاده، فهم انتقادی رسانه ها و مهارت در تولید پیام های رسانه‌ای اشاره دارد. نحوه دسترسی مخاطب بر رسانه، یک فرآیند اجتماعی و پویا است و به فرصت های استفاده از رسانه ها مربوط می شود. باید به گونه ای عملکرد درست میان دسترسی های فیزیکی به رسانه ها و دسترسی محتوایی آنها و نیز توانایی نظری و عملی استفاده از رسانه ها تمایز قائل شد (Burton, Summers, Lawrence, Noble, & Gibbins, 2015). بعد چگونگی استفاده از رسانه، به واسطه ای برای برقراری ارتباط بین افراد و رسانه ها اشاره دارد که هم جنبه فنی و هم بعد انسانی و روانی دارد. قابلیت های فناوری اطلاعات و ارتباطات به کاربران رسانه های مجازی امکان می دهد تا افکار، ایده ها و اندیشه های خود را در قالب های متنوع چندرسانه‌ای و تعاملی با کاربران دیگر در شبکه های اجتماعی به اشتراک بگذارند و با یکدیگر تبادل نظر کنند (Koc & Barut, 2016). از این رو در عصر تنوع رسانه ها و با دیجیتالی شدن شکل و محتوای آن ها نظام آموزشی باید، پرورش سواد رسانه‌ای را به عنوان یکی از اهداف حوزه تربیت عمومی خود قرار دهد و مهارت دسترسی، تحلیل، ارزیابی و خلق پیام های رسانه‌ای در قالب های متنوع را به دانشجویان آموزش دهد و در کنار آن به دانشجویان یاد دهد که رسانه ها با وجود ظرفیت های متنوع برای کمک به پژوهش، فهم، خودارزایی و تعامل با دیگران باید به طور مستمر نقادانه مورد ملاحظه قرار گیرند. (Nejad, Hosseinpour, & Mehralizadeh, 2013)

به عقیده اینگلههارت نسل بزرگسال در برابر تغییرات بیشتر مقاومت می کند و تغییر و دگرگونی در میان گروه های جوان تر با سهولت بیشتری اتفاق می افتد؛ بنابراین، با تغییر و تحولات اجتماعی، تفاوت بین نسلی پدید می آید که گاه از آن به تعارض یا شکاف نسلی تعبیر می شود (Inglehart, 1994) اینگلههارت با طرح مفهوم "انقلاب خاموش"، بر این نظر است که ورود سریع ارزش ها و ایده های جدید از طریق فناوری های نوین ارتباطی، می تواند گسست های جدیدی در مبانی هویتی جامعه ایجاد کند (Niazi & Shafaiemoghaddam, 2012) لذا گسترش رسانه های نوین باعث پذیرش افکار جدید و روش های زندگی نوین در بین جوانان می گردد (Farajzadeh & Jafari, 2023).

یکی از متغیرهای مؤثر رشد اخلاقی است. تکنولوژی مدرن به واسطه بسط توانمندی های انسان، رقابت جهانی بی سابقه برای گسترش و آثار درازمدتش، ویژگی های جدیدی در رفتار انسان ایجاد کرده است، تا جایکه تعامل سابق انسان و محیط اطرافش که در آن آثار منفی فعالیت های انسان به تدریج حذف می شد، به هم خورده است و جبران آثار سوء تکنولوژی توسط روندهای طبیعی با سرعتی بسیار کمتر از سرعت ایجاد این آثار رخ می دهد. هانس یوناس از پژوهشگران حوزه اخلاق تکنولوژی است و در مقاله "تکنولوژی و مسئولیت: تأملاتی بر مأموریت جدید اخلاق" سعی داشته تا با بررسی تغییراتی که در رفتار انسان به واسطه تکنولوژی مدرن ایجاد شده است و جنبه اخلاقی آن، مأموریت اخلاق را در این عصر توصیف کند. یوناس در نهایت نتیجه می گیرد که نظام های اخلاق سنتی به دلیل ویژگی هایشان از عهده این مأموریت بر نمی آیند و برای حل مسائل اخلاقی نوظهور نیازمند نظام اخلاقی جدیدی به نام اخلاق مسئولیت پذیری هستند (Potter, 2013).

اخلاق یکی از ضروری ترین نیازهای اساسی انسان برای رسیدن به سعادت محسوب می شود (Nieuwazny et al., 2021). رشد اخلاقی در برگیرنده آن دسته از قوانین اجتماعی است که تعیین می کند افراد در مقابل یکدیگر چگونه رفتار کنند (Khoban & Chaboki). همچنین رشد اخلاقی به تغییراتی گفته می شود که با افزایش سن در مبانی شناختی، هیجانی و رفتاری انسان پدید می آید و کلیه رفتارهای فرد را تحت تاثیر قرار می دهد (Dahl, 2019). فیلسوف نروژی و تسلسن، گامی فراتر برای حفظ اهمیت هیجان در ادراک اخلاقی و قضاوت برداشت (Farajzadeh & Jafari, 2023) و بیان داشت که سال های تحصیلی یکی از پیش بین های بسیار قدرتمند رشد اخلاقی است. پژوهش های طولی نشان می دهد که رشد اخلاقی فقط در صورتی در اواخر نوجوانی و اوایل بزرگسالی پیشرفت می کند که فرد وارد محیط اجتماعی دانشگاه شود و آن را ادامه دهد (Berger, 1991).

پس از جنگ های جهانی، توجه زیادی به سمت مطالعه علمی علم ارتباطات معطوف گردید، چراکه با گسترش صنعت و آموزش، ارتباطات به مقوله مهم و قابل توجهی مبدل گردید (Berger, 1991). بشر در این عصر از این تکنولوژی ها برای زندگی بهتر و آسان تر بهره می جوید. با ورود رایانه سپهر زندگی فنی انسان دستخوش تغییر گشت و با همگرایی امواج تحول، حوزه های ارتباطات و اطلاعات رایانه ها با وصل شدن به خطوط تلفن دنیای انسان را چنان دگرگون کرد که بشر همچنان در بهت آن باقی است. در عصری که فناوری ارتباطات و اطلاعات به عنوان ابزار توانمندسازی اندیشه و در امتداد فکر انسان ها هر لحظه در حال تولید و توزیع اطلاعات و برقراری ارتباطات است. به نظر می رسد رسالت نظام آموزش، تعلیم و تربیت انسانی است که بتواند با توجه به اطلاعاتی که در هر لحظه در دست دارد، بهترین انتخاب را انجام دهد و راه های بهتر آموختن را فراگیرد و ترقی و پیشرفت خود را فراهم سازد.

پژوهش های انجام شده در زمینه فناوری های نوین ارتباطی، سواد رسانه‌ای و رشد اخلاقی در جوامع مختلف آماری، تاکنون نتوانستند تمامی عوامل و متغیرهای یاد شده را به صورت هم زمان و در ارتباط متقابل مورد بررسی قرار دهند. این نکته از جمله خلأهایی بود که پژوهش حاضر بر آن تمرکز داشت. همچنین تا پیش از این مطالعه، تحقیقی که رابطه میزان استفاده از فناوری های نوین ارتباطی را با سواد رسانه‌ای و رشد اخلاقی در میان دانشجویان و اعضای هیات علمی مورد بررسی قرار داده باشد، انجام نشده بود. همین مسئله وجه نوآوری این پژوهش را برجسته ساخت. از دیگر دلایل ضرورت اجرای این تحقیق، فراهم آوردن امکان درک بهتر اهمیت آموزش های سواد رسانه‌ای برای مسئولان آموزشی بود؛ عاملی که می توانست زمینه ساز طراحی و ارائه برنامه های آموزشی مناسب به منظور ارتقای فرایند آموزش باشد. بر این اساس، هدف کلی پژوهش حاضر بررسی رابطه میان میزان استفاده از فناوری های نوین ارتباطی با سواد رسانه‌ای و رشد اخلاقی در میان دانشجویان و اعضای هیات علمی دانشگاه پیام نور مرکز کرمان بود. این مطالعه به طور خاص، به بررسی دو بعد اساسی پرداخت: نخست، ارتباط میان استفاده از فناوری های نوین ارتباطی و سواد رسانه‌ای و دوم، رابطه میان استفاده از این فناوری ها و رشد اخلاقی در میان اعضای جامعه آماری پژوهش. در مجموع، این پژوهش با هدف تحلیل پیوند میان استفاده از فناوری های ارتباطی نوین، سطح سواد رسانه‌ای و رشد اخلاقی در دانشگاه ها انجام شد.

در تبیین این موضوع (Bolboli & Torbati, 2014) در پژوهشی با عنوان " رابطه میزان استفاده از تکنولوژی های نوین ارتباطی و سواد رسانه ای " نشان دادند بین میزان استفاده از تکنولوژی های نوین ارتباطی و سواد رسانه ای رابطه معناداری وجود دارد و بواقع هرچه میزان استفاده از تکنولوژی های ارتباطی بیشتر شود سطح سواد رسانه ای افراد هم بالاتر می رود. براساس نتایج به دست آمده می توان گفت 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 رسانه ای افراد شده اند به طوری که مخاطب به واسطه بهره مندی از این تکنولوژی ها و از آنجا که سریع تر از گذشته می تواند 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 برد و از اعمال تغییرات 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 نهایتاً سواد رسانه ای وی افزایش می یابد. همچنین (Jonas, 2014) نیز در مقاله ای دیگر با عنوان "نقش تکنولوژی های نوین ارتباطی و تاثیر آنها در فرآیند یادگیری " نشان دادند که آموزش از طریق فناوری های نوین ارتباطی فرآیند یادگیری را تسهیل می کند و آنچه را که مربوط به فرایند و مدیریت یادگیری است بهبود می بخشد. از طرفی دیگر (Bakhtiari, 2015) در تحقیق مرتبط دیگری نشان دادند که اینترنت بی طرف و خنثی نیست؛ بلکه هم فرصت است و هم تهدید. اینترنت را باید پذیرفت و از آن بهره گرفت. لذا بسترسازی مناسب فرهنگی برای استفاده سنجیده از ابزارهای نوین ارتباطی مانند اینترنت در جامعه و برخورد علمی و آگاهانه با دست آوردهای نوین علمی در به حداقل رساندن مضرات و خطرات ناشی از آن در جامعه بسیار اثرگذار است. همچنین فرهنگ سازی و اطلاع رسانی شفاف و منطبق بر خطوط قرمز واقعی نه سلیقه ای اشخاص، بهره گیری گسترده از دیدگاه کارشناسی صاحب نظران علوم ارتباطات، ضرورت امروز جامعه است. علاوه بر آن، (Saedi & Jafari, 2018) در تحقیق دیگری با عنوان " بررسی نقش فناوری نوین ارتباطی بر درگیرشدگی مدنی " نشان دادند که فناوری های نوین ارتباطی بر درگیرشدگی مدنی شهروندان شهر اردبیل تاثیرگذار است. هم چنین نتایج این تحقیق نشان داد که فناوری های ارتباطی به ویژه پیامرسان ها نیز از درگیرشدگی مدنی با اثرگذاری بالایی برخوردار هستند. بر این اساس فناوری های نوین ارتباطی وسیله ای برای مشارکت های اجتماعی و مدنی تلقی می شوند که با پیدایش رسانه ها در عصر مدرن چشم انداز جدیدی برای تعاملات انسانی تصور می گردد (Tehrani, Kabootarkhani, Peyman, & Vahedian-Shahroodi, 2016). از طرفی پورمحدث و همکاران (Pourmohaddes, Khoeini, & Almadani, 2022) نیز در مقاله ای با عنوان " تاثیرات فناوری های نوین ارتباطی بر مدیریت رسانه " نتیجه گیری کردند که سیاست های کلان رسانه و نیز سودآوری اقتصادی، کلیت تعامل را تحت تاثیر قرار می دهند تا مدیریت رسانه منطبق با الزامات ناشی از فناوری های نوین اجرا شود. نقیب السادات و قائم نیز تحقیق دیگری را عنوان " سنجش رابطه بهره برداری از فناوری های نوین ارتباطی (اینترنت و ماهواره) و گرایش به آسیب های اجتماعی " انجام دادند و نتایج این تحقیق نشان داد که نوع استفاده از فناوری های نوین ارتباطی بیش از متغیرهای دیگر در تغییرات گرایش به اعتیاد سهم دارد و در میان فناوری های نوین ارتباطی، اینترنت بیش از ماهواره در گرایش به اعتیاد نقش دارد. (Niroomand & Bakht, 2012) در تحقیقی با عنوان " جایگاه تکنولوژی های نوین ارتباطی (مدارس هوشمند) در آموزش و پرورش " نشان دادند که در روش مدرن آموزش به دلیل همراهی تکنولوژی اطلاعات و شبکه رسانه ای منابع و محتوای آموزشی در اختیار یادگیرندگان از حالت تک بعدی به حالت چند منبعی گسترش یافته است؛ در نظام متداول آموزشی اختیار یادگیرندگان از حالت تک بعدی به حالت چند منبعی گسترش یافته است و در نظام متداول آموزشی مدرسه ای هر آنچه که تدریس و آموخته می شود مکالماتی عموماً یک سویه غیرتفاهمی و رسمی است که از معلم به شاگرد می رسد و شاگردان موظف به حفظ همان مفاهیم و ارائه آن در جلسه امتحان هستند. دنیای ذهنی دانشجویان و دانش آموزان تحت تعلیم نظام آموزش سنتی به مراتب محدودتر و بسته تر از تصویر ذهنی است که آنها در روش نوین آموزشی دریافت می کنند. دانشجویان و دانش آموزانی که در شرایط جدید و با بهره گیری از نرم افزارها، اینترنت و جهان آموزش های چندرسانه ای فرایند یادگیری را طی می کنند، از

اطلاعات وسیع تر و بالاتری برخوردارند و به دلیل تنوع منابع و محتوای آموزشی که در اختیار دارند، توانایی بیشتری برای انتخاب پیدا می کنند. بر اساس مرور پیشینه پژوهشی استنباط می شود که ورود هر نوع تکنولوژی ارتباطی بر مخاطب تاثیرگذار بوده و به نظر می رسد هر نوع رسانه به خودی خود، به عنوان ابزاری از تکنولوژی ارتباطی، در کنار محتوای پیام، می تواند تاثیرات قابل توجهی بر دانشجویان و دانش آموزان و مخاطبین خود داشته باشد و درک و فهم مخاطب را دستخوش تغییر نماید و بر طرز تفکر و قدرت تجزیه و تحلیل و ارزیابی مخاطب از رسانه مورد نظرش تاثیر بگذارد؛ لذا پس از واکاوی و بررسی تحقیقات انجام شده مرتبط در این زمینه مشاهده شد که تا کنون تحقیقی با این ترکیب متغیرها انجام نشده است و لزوم انجام این پژوهش، خصوصا در شرایط کنونی و دنیای فناوری اطلاعات و ارتباطات بسیار احساس می شد و همین مساله خلا موجود پژوهشی را نشان داده است و پژوهش حاضر به رابطه تکنولوژی های نوین ارتباطی با سواد رسانه و رشد اخلاقی در دانشجویان و اعضای هیات پرداخته شده است، لذا مهمترین خصوصیت و ویژگی تکنولوژی های نوین ارتباطی تکیه بر تولید، اشاعه و پردازش اطلاعات، در دسترس قرار دادن آن برای همگان در کمترین زمان ممکن با حداقل هزینه ها و در هر زمان و مکان است.

### روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر یک مطالعه توصیفی-همبستگی بود. جامعه آماری شامل کلیه دانشجویان و اعضای هیئت علمی دانشگاه پیام نور مرکز کرمان بود. تعداد دانشجویان این مرکز حدود ۳۹۰۰ نفر بود که بر اساس جدول مورگان، ۳۵۱ نفر به روش نمونه گیری تصادفی ساده به عنوان نمونه انتخاب شدند. تمامی ۵۴ نفر اعضای هیئت علمی نیز به دلیل محدود بودن حجم جامعه، در پژوهش شرکت داشتند. برای گردآوری مبنای نظری و پیشینه پژوهش از منابع کتابخانه‌ای شامل کتاب‌ها، مقالات علمی، پایان نامه‌ها و پایگاه‌های اینترنتی استفاده شد. همچنین برای گردآوری داده‌های میدانی، پرسشنامه‌ها توزیع و پس از تکمیل، جمع‌آوری شدند. در این پژوهش از سه پرسشنامه سواد رسانه‌ای، تکنولوژی‌های نوین ارتباطی و رشد اخلاقی استفاده شد. برای انجام این پژوهش و تکمیل پرسشنامه‌ها بعد از هماهنگی با معاونت آموزشی دانشگاه پیام نور مرکز کرمان و اخذ مجوزهای لازم به محل اجرای طرح مراجعه شد. پس از انتخاب مشارکت‌کنندگان ابتدا به آن‌ها در خصوص هدف پژوهش و فواید شرکت در آن توضیح داده شد. برای رعایت ملاحظات اخلاقی، عنوان پژوهش به مشارکت‌کنندگان توضیح داده شد و به جهت محرمانه ماندن اطلاعات اطمینان داده شد و حتی اسامی افراد اخذ نگردید و کد اختصاصی جایگزین آن شد. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی و استنباطی با استفاده از بسته نرم افزاری SPSS نسخه ۲۶ استفاده شد. در بخش آمار توصیفی از شاخص‌های مرکزی و پراکندگی و جداول توزیع فراوانی مربوط به داده‌ها و در بخش آمار استنباطی از روش همبستگی پیرسون و رگرسیون چندگانه استفاده گردید.

### الف- پرسشنامه سواد رسانه‌ای

پرسشنامه استاندارد سواد رسانه‌ای توسط فلسفی در سال ۱۳۹۳ ساخته شد و پرسشنامه دارای ۲۰ سوال در ۵ مولفه است. سوالات پرسشنامه بر اساس طیف پنج گزینه ای لیکرت (خیلی کم تا خیلی زیاد) طراحی شده است. پرسشنامه سواد رسانه‌ای مجموعه دیدگاه‌ها و مهارت‌ها درباره کنترل مخاطب بر خود به هنگام مواجهه با رسانه است. به بیان دیگر سواد رسانه‌ای تفسیر آگاهانه فرد از مفاهیم پیام‌های رسانه‌ای است. در این پژوهش منظور از سواد رسانه‌ای دیدگاه و مهارت‌هایی است که نوجوانان و جوانان با داشتن آن‌ها نسبت به رسانه و تولیداتش نگاهی تفسیری، ترجیحی و منتقدانه پیدا کرده‌اند؛ رابطه‌ای متوازن بین خود و رسانه تعریف شده است. مولفه‌های پرسشنامه درک محتوای پیام‌های رسانه‌ای، آگاهی از اهداف پنهان پیام‌های رسانه‌ای، گزینش آگاهانه پیام‌های رسانه‌ای، نگاه انتقادی به پیام‌های رسانه‌ای، تجزیه و تحلیل پیام‌های رسانه‌ای می‌باشند. الفای کرونباخ این پرسشنامه (۰.۷۸) گزارش شده است.

### ب- پرسشنامه تکنولوژی های نوین ارتباطی

پرسشنامه‌ی تکنولوژی‌های نوین ارتباطی به صورت محقق ساخته در سال ۱۳۹۳ تدوین شده و شامل ۲۰ سؤال است. مؤلفه‌های آن شامل سطح دسترسی و استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی، نوع و میزان کاربرد ابزارهای ارتباطی، میزان مهارت و توانمندی در استفاده از رسانه‌های دیجیتال، نگرش و تمایل به بهره‌گیری از فناوری‌های ارتباطی، و اثرات اجتماعی و آموزشی ناشی از استفاده از این فناوری‌ها می‌باشد. نحوه‌ی پاسخ‌دهی به سؤالات بر اساس مقیاس پنج‌درجه‌ای لیکرت تنظیم شده است. پایایی پرسشنامه با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ (۰.۸۹) مورد تأیید قرار گرفت و روایی محتوایی آن نیز با نظر متخصصان گروه‌های علوم تربیتی و روان‌شناسی دانشکده تأیید شد.

### ج- پرسشنامه بنیان‌های اخلاقی هایت و گراهام

پرسشنامه‌ی بنیان‌های اخلاقی هایت و گراهام در ابتدا توسط هایت و گراهام (۲۰۰۷) طراحی شد و برای سنجش پنج بعد اصلی اخلاق به کار می‌رود: آسیب/مراقبت، انصاف/عدالت، وفاداری به گروه، احترام به مرجعیت، و پاکی/خلوص. این مقیاس شامل ۳۲ عبارت است که ارزیابی هر یک از ابعاد پنج‌گانه‌ی اخلاق را ممکن می‌سازد. پاسخ‌گویی به آیت‌ها بر اساس طیف لیکرت پنج‌درجه‌ای (از کاملاً مخالف تا کاملاً موافق) صورت می‌گیرد. نسخه‌ی فارسی این پرسشنامه توسط محمودآبادی و نیکوگفتار (۱۴۰۱) بومی‌سازی و روایی و پایایی آن بررسی شده است (Mahmoudabadi & Nikoogoftar, 2022). در پژوهش خجیان، فرهنگی و حداوینیه مقدار آلفای کرونباخ (۰.۸۵) برای جامعه‌ی ایرانی گزارش شد و در بررسی محمودآبادی و نیکوگفتار روایی محتوایی تأیید و مقدار آلفای کرونباخ بیش از (۰.۹۲) به دست آمد. همچنین در مطالعات بین‌المللی ضریب آلفای کرونباخ این ابزار بالاتر از (۰.۹۰) گزارش شده است که نشان‌دهنده‌ی پایایی بالای پرسشنامه است (Novak, 2017).

### یافته ها

متغیرهای موجود در این پژوهش میزان استفاده از تکنولوژی‌های نوین ارتباطی، سواد رسانه‌ای و رشد اخلاقی بودند. از بین ۳۵۱ نفر از دانشجویان دانشگاه پیام نور کرمان کرمان که مورد بررسی قرار گرفتند، ۲۰۱ نفر دختر و ۱۵۰ نفر پسر بودند، همچنین از بین ۵۴ نفر از اعضا هیات علمی دانشگاه پیام نور کرمان ۳۰ نفر زن و ۲۴ نفر مرد بودند. از بین ۳۵۱ نفر از دانشجویان که مورد بررسی قرار گرفتند، ۵۶ نفر رشته‌های فنی و مهندسی، ۱۱۳ نفر رشته‌های علوم پایه و ۱۸۲ نفر رشته‌های علوم انسانی بودند. برای توصیف متغیر میزان استفاده از تکنولوژی‌های نوین ارتباطی دانشجویان و اعضا هیات علمی، داده‌های مربوط به میزان استفاده از تکنولوژی‌های نوین ارتباطی در پنج رده خیلی کم، کم، متوسط، زیاد و خیلی زیاد مورد بررسی قرار گرفتند. با توجه به نتایج، از ۴۰۵ نفر از دانشجویان و اعضا هیات علمی دانشگاه پیام نور شهر کرمان، ۱۴ نفر از دانشجویان و اعضا هیات علمی میزان استفاده از تکنولوژی‌های نوین ارتباطی را کم، ۲۲۰ نفر از دانشجویان و اعضا هیات علمی میزان استفاده از تکنولوژی‌های نوین ارتباطی را متوسط، ۱۴۰ نفر از دانشجویان و اعضا هیات علمی میزان استفاده از تکنولوژی‌های نوین ارتباطی را زیاد و ۲۹ نفر از دانشجویان و اعضا هیات علمی میزان استفاده از تکنولوژی‌های نوین ارتباطی را خیلی زیاد کرده‌اند. برای توصیف متغیر سواد رسانه دانشجویان و اعضا هیات علمی، داده‌های مربوط به سواد رسانه در پنج رده خیلی کم، کم، متوسط، زیاد و خیلی زیاد مورد بررسی قرار گرفتند. با توجه به نتایج، از ۴۰۵ نفر از دانشجویان و اعضا هیات علمی دانشگاه پیام نور کرمان شهر کرمان، ۱ نفر از دانشجویان و اعضا هیات علمی میزان سواد رسانه را خیلی کم، ۳۱ نفر از دانشجویان و اعضا هیات علمی میزان سواد رسانه را کم، ۲۶۸ نفر از دانشجویان و اعضا هیات علمی میزان سواد رسانه را متوسط، ۷۳ نفر از دانشجویان و اعضا هیات علمی میزان سواد رسانه را زیاد و ۳۰ نفر از دانشجویان و اعضا هیات علمی میزان سواد رسانه را خیلی زیاد گزارش کرده‌اند. برای توصیف متغیر رشد اخلاقی دانشجویان و اعضا هیات علمی، داده‌های مربوط به رشد اخلاقی در پنج رده خیلی کم، کم، متوسط، زیاد و خیلی زیاد مورد بررسی قرار گرفتند. با توجه به نتایج، از ۴۰۵ نفر از دانشجویان و اعضا هیات علمی دانشگاه پیام نور کرمان شهر کرمان، ۳۳ نفر از دانشجویان و اعضا هیات علمی میزان رشد اخلاقی را کم، ۱۲۳ نفر از دانشجویان و اعضا هیات علمی میزان رشد اخلاقی را متوسط، ۲۱۰ نفر از دانشجویان و اعضا هیات علمی میزان رشد اخلاقی را زیاد و ۳۷ نفر از دانشجویان و اعضا هیات علمی میزان رشد اخلاقی را خیلی زیاد گزارش کرده‌اند.

قبل از انجام سایر تحلیل ها کجی و کشیدگی مقیاس ها بررسی شد تا در صورت کجی و کشیدگی زیاد تبدیل های لازم انجام شود. مطابق با نظر تاباچینگ و فیدل (۲۰۰۱) اگر کجی و کشیدگی مقیاس ها کمتر از ۲ باشد، نیازی به تبدیل متغیرها نمی باشد و ادامه روند تحلیل های آماری با این مقیاس ها خللی در نتایج ایجاد نمی کند. نتایج بررسی گرافیکی باقیمانده‌ها نیز نرمال بودن را تأیید کردند.

جدول ۱. شاخص های توصیفی متغیرهای اصلی پژوهش

متغیرها	میانگین	واریانس	انحراف معیار	حداقل	حداکثر	چولگی	کشیدگی
تکنولوژی های نوین ارتباطی	۳/۵۶	۰/۷۶	۰/۶۸	۲	۵	-۰/۳۵	-۰/۱۷
سواد رسانه	۳/۲۵	۰/۵۱	۰/۷۱	۲	۵	-۰/۸۱	-۰/۹۷
رشد اخلاقی	۳/۶۲	۰/۵۸	۰/۷۶	۲	۵	-۰/۳۵	-۰/۱۷

نتایج جدول (۱) نشان داد که شاخص های کجی و کشیدگی متغیرها بین  $\pm 2$  بوده که نشان دهنده مطلوب بودن داده ها در وضعیت نرمال می باشند و در ادامه به بررسی فرضیه های پژوهش پرداخته شد.

به منظور بررسی رابطه بین میزان استفاده از تکنولوژی های نوین ارتباطی و سواد رسانه دانشجویان و اعضای هیات علمی از روش تحلیل رگرسیون استفاده شد. اعتبار مدل آماری (نرمال بودن توزیع خطاها) با استفاده از نظر (Reynolds, Scott, & Austin, 2000) مورد بررسی قرار گرفت. همانطور که نتایج جدول (۱) نشان داد شاخص های کجی و کشیدگی متغیرها بین  $\pm 2$  بوده که نشان دهنده مطلوب بودن داده ها در وضعیت نرمال می باشند، بنابراین فرض نرمال بودن توزیع خطاها رد نشده است و در نتیجه تخطی از الگوی آماری صورت نگرفته است و می توان از آزمون تحلیل رگرسیون استفاده کرد. به منظور بررسی استقلال خطاها از یکدیگر از آزمون دوربین-واتسون استفاده شد. با توجه به نتایج جدول (۲) و میزان آماره دوربین-واتسون که در بازه ۱/۵ تا ۲/۵ قرار گرفته است، بنابراین فرض استقلال خطاها پذیرفته می شود. همچنین نتایج ضریب تحمل نشان می دهد که مفروضه هم خطی چندگانه نیز در مدل رگرسیون رعایت شده است.

جدول ۲. جدول ضرایب مدل تکنولوژی نوین ارتباطی با سواد رسانه

ضریب همبستگی	ضریب تعیین $R^2$	ضریب تعیین تصحیح شده	آماره F	آماره دوربین-واتسون	-P مقدار
۰/۵۲۱	۰/۲۷۲	۰/۲۷	۱۴۹/۶۴۹	۱/۸۶۷	۰/۰۰۱

با توجه به نتایج جدول (۲) ضریب همبستگی در این معادله رگرسیونی ۰/۵۲۱ و همچنین ضریب تعیین ۰/۲۷۲ می باشد. بدین معنی که متغیر میزان استفاده از تکنولوژی های نوین ارتباطی به میزان ۲۷ درصد قادر به تبیین متغیر سواد رسانه می باشند و -p مقدار معنی دار بودن مدل رگرسیونی ۰/۰۰۱ می باشد، بنابراین مدل در سطح ۰/۰۵ معنی دار می باشد.

جدول ۳. جدول تحلیل واریانس مدل رگرسیونی سواد رسانه

منبع تغییرات	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	آماره آزمون	-p مقدار
رگرسیون	۵۵/۲۲	۱	۵۵/۲۲	۱۴۹/۶۴۹	۰/۰۰۱
خطا	۱۴۷/۹۶۷	۴۰۱	۰/۳۶۹	-	-
کل	۲۰۳/۱۸۶	۴۰۲	-	-	-

جدول ۴. جدول ضرایب رگرسیونی متغیر سواد رسانه

مدل	ضرایب استاندارد نشده	خطای استاندارد	ضرایب استاندارد شده	آماره t	P- مقدار	آماره Tolerance
	B		$\beta$			
ثابت	۱/۳۶۵	۰/۱۵۷	-	۸/۶۹۸	۰/۰۰۱	-
تکنولوژی نوین ارتباطی	۰/۵۴۵	۰/۰۴۵	۰/۵۲۱	۱۲/۲۳۳	۰/۰۰۱	۱

نتایج به دست آمده از جدول ضرایب رگرسیونی (۴) نشان داد که متغیر میزان استفاده از تکنولوژی نوین ارتباطی ( $\beta = ۰/۵۲۱$ )، به طور مثبت و معناداری متغیر سواد رسانه را پیش بینی می کند، بدین معنی که با افزایش میزان استفاده از تکنولوژی نوین ارتباطی، پیش بینی می شود که سواد رسانه افزایش می یابد. بنابراین می توان گفت فرضیه صفر در سطح معناداری ۰/۰۵ رد می شود و می توان گفت بین میزان استفاده از تکنولوژی های نوین ارتباطی و سواد رسانه دانشجویان و اعضای هیات علمی دانشگاه پیام نور کرمان رابطه معنادار وجود دارد.

به منظور بررسی رابطه بین میزان استفاده از تکنولوژی های نوین ارتباطی و رشد اخلاقی دانشجویان و اعضای هیات علمی از روش تحلیل رگرسیون استفاده شد. اعتبار مدل آماری (نرمال بودن توزیع خطاها) با استفاده از نظر تاباچینگ و فیدل (۲۰۰۱) مورد بررسی قرار گرفته است. با توجه به نتایج جدول (۱) نشان داد که شاخص های کجی و کشیدگی متغیرها بین  $\pm ۲$  بوده که نشان دهنده مطلوب بودن داده ها در وضعیت نرمال می باشند، بنابراین فرض نرمال بودن توزیع خطاها رد نشده است و در نتیجه تخطی از الگوی آماری صورت نگرفته است و می توان از آزمون تحلیل رگرسیون استفاده کرد. به منظور بررسی استقلال خطاها از یکدیگر از آزمون دوربین-واتسون استفاده شد. با توجه به نتایج جدول (۵) و میزان آماره دوربین - واتسون که در بازه ۱/۵ تا ۲/۵ قرار گرفته است، بنابراین فرض استقلال خطاها پذیرفته می شود. همچنین نتایج ضریب تحمل نشان می دهد که مفروضه هم خطی چندگانه نیز در مدل رگرسیون رعایت شده است.

جدول ۵. جدول ضرایب مدل تکنولوژی نوین ارتباطی با رشد اخلاقی

ضریب همبستگی	ضریب تعیین R <sup>2</sup>	ضریب تعیین تصحیح شده	آماره F	آماره دوربین - واتسون	P- مقدار
R		شده	Change		
۰/۴۱۸	۰/۱۷۵	۰/۱۷۳	۸۵/۰۶۸	۱/۹۳۳	۰/۰۰۱

با توجه به نتایج جدول (۵) ضریب همبستگی در این معادله رگرسیونی ۰/۴۱۸ و همچنین ضریب تعیین ۰/۱۷۵ می باشد بدین معنی که متغیر میزان استفاده از تکنولوژی های نوین ارتباطی به میزان ۱۷/۳ درصد قادر به تبیین متغیر رشد اخلاقی می باشند و P- مقدار معنی دار بودن مدل رگرسیونی ۰/۰۰۱ می باشد، بنابراین مدل در سطح ۰/۰۵ معنی دار می باشد. جدول تحلیل واریانس مدل رگرسیونی و جدول ضرایب رگرسیونی در زیر آمده است.

جدول ۶. جدول تحلیل واریانس مدل رگرسیونی رشد اخلاقی

منبع تغییرات	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	آماره آزمون	p- مقدار
رگرسیون	۴۱/۰۷	۱	۴۱/۰۷	۸۵/۰۶۸	۰/۰۰۱
خطا	۱۹۳/۶۰	۴۰۱	۰/۴۸۳	-	-
کل	۲۳۴/۶۷	۴۰۲	-	-	-

جدول ۷. جدول ضرایب رگرسیونی متغیر رشد اخلاقی

مدل	ضرایب استاندارد نشده	خطای استاندارد	ضرایب استاندارد شده	آماره t	P- مقدار	آماره Tolerance
	B		$\beta$			
ثابت	۱/۹۹۹	۰/۱۷۹	-	۱۱/۱۳۵	۰/۰۰۱	-
تکنولوژی نوین ارتباطی	۰/۴۷	۰/۰۵۱	۰/۴۱۸	۹/۲۲۳	۰/۰۰۱	۱

\* متغیر ملاک: رشد اخلاقی

نتایج به دست آمده از جدول ضرایب رگرسیونی (۷) نشان داد که متغیر میزان استفاده از تکنولوژی نوین ارتباطی ( $\beta = 0/418$ )،  $(P= 0/001)$  به طور مثبت و معناداری متغیر رشد اخلاقی را پیش بینی می کند، بدین معنی که با افزایش میزان استفاده از تکنولوژی نوین ارتباطی، پیش بینی می شود که رشد اخلاقی افزایش می یابد. بنابراین می توان گفت فرضیه صفر در سطح معناداری ۰/۰۵ رد می شود و می توان گفت بین میزان استفاده از تکنولوژی های نوین ارتباطی و رشد اخلاقی دانشجویان و اعضای هیات علمی دانشگاه پیام نور کرمان رابطه معنادار وجود دارد.

نتایج آزمون های رگرسیون نشان داد بین میزان استفاده از فناوری های نوین ارتباطی و دو متغیر سواد رسانه ای و رشد اخلاقی رابطه ای مثبت و معنادار وجود دارد؛ به گونه ای که فناوری های نوین ارتباطی توانستند به ترتیب ۲۷ درصد از واریانس سواد رسانه ای و ۱۷/۵ درصد از واریانس رشد اخلاقی را پیش بینی کنند.

### بحث و نتیجه گیری

این تحقیق با هدف بررسی رابطه تکنولوژی های نوین ارتباطی با سواد رسانه ای و رشد اخلاقی در اعضای هیات علمی و دانشجویان دانشگاه پیام نور مرکز کرمان انجام شد و فرضیه های تحقیق مورد بحث و بررسی قرار گرفتند. بر اساس تجزیه و تحلیل داده ها نتیجه گیری شد که بین تکنولوژی های نوین ارتباطی با سواد رسانه ای در اعضای هیات علمی و دانشجویان دانشگاه پیام نور رابطه وجود دارد. به این معنا که هرچه میزان استفاده از تکنولوژی های نوین ارتباطی در میان دانشجویان و اعضای هیات علمی افزایش یابد موجب افزایش سواد رسانه ای در آنها خواهد شد. نتایج این پژوهش با پژوهش های (Bolboli & Torbati, 2014)، (Basirian Jahromi & Basirian Jahromi, 2007)، (Bakhtiari, 2015)، (Saeedi & Jafari, 2018) و (Tehrani et al., 2016) و (Iranian, 1983) همسویی دارد. در تبیین این نتایج می توان این طور بیان کرد که تکنولوژی به درونی ترین زوایای وجود انسان راه می یابد و شیوه دانستن، اندیشیدن و اراده فرد را دگرگون می سازد. استفاده از تکنولوژی نوین ارتباطی به طور مثبت و معناداری متغیر رشد اخلاقی را پیش بینی می کند، بدین معنی که با افزایش میزان استفاده از تکنولوژی نوین ارتباطی، پیش بینی می شود که رشد اخلاقی افزایش می یابد. بنابراین می توان بیان کرد که فرضیه صفر در سطح معناداری ۰/۰۵ رد می شود و می توان گفت بین میزان استفاده از تکنولوژی های نوین ارتباطی و رشد اخلاقی دانشجویان و اعضای هیات علمی دانشگاه پیام نور کرمان رابطه معنادار وجود دارد. این یافته بیانگر آن است که فناوری های نوین ارتباطی، صرفاً ابزار انتقال داده نیستند، بلکه نقش فعالی در شکل دهی به الگوهای درک، داوری و کنش اخلاقی افراد ایفا می کنند. هرچه تعامل اعضای جامعه دانشگاهی با این فناوری ها سنجیده تر و مبتنی بر تفکر انتقادی باشد، فرصت های بیشتری برای تمرین مسئولیت پذیری، خودنظم دهی و احترام به ارزش های جمعی فراهم می شود. استفاده آگاهانه و اخلاق محور از رسانه های نوین می تواند رشد اخلاقی را از سطح شناختی به سطح رفتاری ارتقا دهد؛ زیرا فرایند تعامل با محتوای متنوع، زمینه ی بازاندیشی در ارزش ها و تقویت حساسیت اخلاقی را ایجاد می کند. از سوی دیگر، اگر بهره گیری از فناوری بدون هدایت تربیتی و سواد رسانه ای کافی باشد، همین ابزار می تواند موجب آشفتگی ارزشی و ضعف در داوری های اخلاقی گردد. بنابراین، سطح سواد رسانه ای نقش میانجی حیاتی در جهت گیری اثر فناوری های ارتباطی بر رشد اخلاقی دارد. این نتیجه لزوم برنامه ریزی هدفمند در نظام آموزش عالی، برای تلفیق آموزش اخلاق حرفه ای با مهارت های دیجیتال و رسانه ای را گوشزد می کند تا دانشگاه پیام نور بتواند از ظرفیت فناوری در جهت پرورش شهروندانی با تفکر نقاد و رفتار اخلاقی بهره گیرد. نتایج این پژوهش همچنین با

پژوهش های (Abbasi & Abbasi, 2018)، (Aghajani, Rasouli, & Khorsand, 2011)، (Niroomand & Bakht, 2012) و (Novak, 2017) همسویی دارد.

در تبیین این فرضیه می‌توان گفت بر پایه دیدگاه‌های مک‌لوهان، گسترش فناوری‌های ارتباطی نوین نه تنها حجم عظیمی از اطلاعات و پیام‌ها را در اختیار مخاطبان قرار می‌دهد، بلکه به نحو بنیادین شیوه‌ی تفکر، درک، شعور و ارتباط انسان با جهان پیرامون را دگرگون می‌سازد. نوع فناوری ارتباطی رایج در یک جامعه، «محیط ادراکی» تازه‌ای خلق می‌کند که در آن ارزش‌ها و معانی اجتماعی بازتعریف می‌شوند. از این‌رو، تغییر در ابزار ارتباطی می‌تواند نگرش‌های اخلاقی و رسانه‌ای افراد را متحول سازد؛ بنابراین افزایش استفاده آگاهانه از فناوری‌های نوین ارتباطی می‌تواند به ارتقای سواد رسانه‌ای و در نهایت رشد اخلاقی، به‌ویژه در میان دانشجویان و اعضای هیئت علمی، منجر شود. همچنان‌که نوآک (Novak, 2017) تأکید می‌کند، فناوری در ذات خود تجلی یکی از حالات وجود انسان است — پیش‌زمینه‌ای نامرئی که واقعیت‌های جهان بر پایه‌ی آن آشکار می‌شوند. هر فناوری جدید در حقیقت امتداد انسان است و محیط تازه‌ای می‌آفریند که فناوری‌های پیشین را درون خود بازآرایی می‌کند. این دیدگاه، تعبیر معروف مک‌لوهان «رسانه همان پیام است» را تأیید می‌کند؛ چراکه نوع فناوری، خود حامل پیام و معناست. بدین ترتیب، افزایش دسترسی و تعامل معنادار با فناوری‌های نوین ارتباطی، با فراهم کردن بستر شناختی جدید، موجب ارتقای سواد رسانه‌ای و نیز رشد اخلاقی کاربران می‌شود؛ زیرا تجربه، قضاوت و مسئولیت‌پذیری اخلاقی آنان در فضای رسانه‌ای شکل می‌گیرد.

بر اساس نتایج آماری پژوهش حاضر، متغیر «میزان استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی» توانست به‌طور مثبت و معنادار متغیر رشد اخلاقی را پیش‌بینی کند؛ یعنی با افزایش سطح استفاده‌ی سنجیده از فناوری‌های ارتباطی، رشد اخلاقی در میان دانشجویان و اعضای هیئت علمی نیز افزایش می‌یابد. از این‌رو، فرضیه صفر در سطح معناداری ۰.۰۵ رد شد و می‌توان گفت بین میزان استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی و رشد اخلاقی جامعه‌ی دانشگاهی پیام‌نور کرمان رابطه‌ای معنادار و پایدار وجود دارد.

### پیشنهاد‌های کاربردی پژوهش

کاهش طول ابزار سنجش: در پژوهش‌های آتی و استفاده از روش‌های ترکیبی مصاحبه و مشاهده برای افزایش اعتبار داده‌ها گسترش جامعه‌ی آماری: به سایر مراکز آموزش عالی کشور جهت بررسی الگوی مشترک اثر فناوری بر اخلاق و سواد رسانه‌ای طراحی دوره‌های آموزشی و کارگاه‌های دانش‌افزایی: در دانشگاه‌ها برای آموزش صحیح استفاده از فناوری‌های ارتباطی و شبکه‌های اجتماعی به دانشجویان و اعضای هیئت علمی  
تلفیق آموزش سواد رسانه‌ای با تربیت اخلاق حرفه‌ای: در برنامه‌های درسی دانشگاه‌ها تا کاربران فناوری بتوانند در تعاملات دیجیتال، تصمیم‌های اخلاقی و مسئولانه اتخاذ کنند  
زمینه‌سازی فرهنگی و سیاست‌گذاری آموزشی: از سوی مسئولان و فرهنگ‌سازان برای ایجاد رفتارهای اخلاقی پایدار در فضای رسانه‌ای و ترویج استفاده مسئولانه از فناوری‌های نوین ارتباطی

### محدودیت های پژوهش

از مهم‌ترین محدودیت‌های این پژوهش، دامنه‌ی جامعه‌ی آماری است که صرفاً شامل دانشجویان و اعضای هیئت علمی دانشگاه پیام‌نور مرکز کرمان بوده و ممکن است الگوهای رفتاری در سایر دانشگاه‌ها یا استان‌ها متفاوت باشد؛ از این‌رو تعمیم نتایج باید با احتیاط انجام شود.

تعداد پرسشنامه‌های زیاد ممکن است موجب خستگی پاسخ‌دهندگان و در نتیجه کاهش دقت در پاسخ‌ها شده باشد. همچنین استفاده‌ی صرف از پرسشنامه به‌عنوان ابزار خودسنجی می‌تواند بر دقت ارزیابی واقعی متغیرهای اخلاقی تأثیر بگذارد.

## ملاحظات اخلاقی

در این پژوهش، هدف مطالعه و ماهیت پرسشنامه‌ها پیش از اجرا به‌طور کامل برای همه‌ی شرکت‌کنندگان (دانشجویان و اعضای هیئت علمی دانشگاه پیام‌نور مرکز کرمان) توضیح داده شد. مشارکت در مطالعه کاملاً داوطلبانه بود و افراد پس از آگاهی از اهداف تحقیق، رضایت آگاهانه خود را برای شرکت و استفاده از داده‌هایشان در تحلیل‌های پژوهش اعلام کردند. اطلاعات حاصل از پرسشنامه‌ها به‌صورت ناشناس جمع‌آوری شد و کلیه پاسخ‌ها محرمانه تلقی گردید. پژوهش حاضر هیچ‌گونه مداخله یا آسیب روانی-اجتماعی برای شرکت‌کنندگان نداشت و تمام مراحل اجرای آن مطابق با اصول اخلاق پژوهش وزارت علوم، تحقیقات و فناوری و کدهای رفتاری حرفه‌ای در تحقیقات دانشگاهی رعایت گردید.

## حامی مالی

هزینه‌های مطالعه حاضر توسط نویسندگان مقاله تامین شد.

## تعارض منافع

بنابر اظهار نویسندگان مقاله حاضر فاقد هرگونه تعارض منافع بوده است.

## References

- Abbasi, S. M. T., & Abbasi, A. P. (2018). Internet, Networked Family and Family Time: How new communication technologies Influence family relations?
- Aghajani, C. N., Rasouli, M., & Khorsand, M. (2011). Study of Consequences of New Communication Technologies and Their Impact on Human Relations.
- Bakhtiari, A. (2015). The Effect of New Technologies on Young People (Internet).
- Basirian Jahromi, H., & Basirian Jahromi, R. (2007). An introduction to media literacy and critical thinking. *Media Quarterly*, 68, 33-50.
- Berger, C. R. (1991). Communication theories and other curios. *Communications Monographs*, 58(1), 101-113.
- Bolboli, E. S., & Torbati, S. (2014). Investigation Into The Relationship Between The Use Of New Communication Technologies And Media Literacy.
- Burton, L. J., Summers, J., Lawrence, J., Noble, K., & Gibbings, P. (2015). Digital literacy in higher education: The rhetoric and the reality. In *Myths in education, learning and teaching: Policies, practices and principles* (pp. 151-172): Springer.
- Dahl, A. (2019). The science of early moral development: On defining, constructing, and studying morality from birth. *Advances in child development and behavior*, 56, 1-35.
- Farajzadeh, G., & Jafari, A. (2023). Adolescents' Lived Experiences of the Role of Traditional and New Media in National Identity. *National Studies Journal*, 24(94), 35-54.
- Inglehart, R. (1994). Cultural transformation in the advanced industrial society. *Translated by M. Vatr. Tehran: Kavir Publications.(Persian)*.
- Iranian, N. (1983). Ali Montazeri (Moghaddam) Professor of Public Health and Epidemiology. *Iran University of Medical Sciences*.
- Jonas, H. (2014). Technology and responsibility: Reflections on the new tasks of ethics. In *Ethics and emerging technologies* (pp. 37-47): Springer.
- Khoban, S. Z. K., & Chaboki, S. A. Relationship between family function and identity styles in high school female students in Karaj.
- Koc, M., & Barut, E. (2016). Development and validation of New Media Literacy Scale (NMLS) for university students. *Computers in human behavior*, 63, 834-843.
- Mahmoudabadi, R., & Nikoogoftar, M. (2022). The role of personality factors and moral growth in predicting emotional empathy of nurses.
- Malik, A., Bashir, F., & Mahmood, K. (2023). Antecedents and consequences of misinformation sharing behavior among adults on social media during COVID-19. *Sage Open*, 13(1), 21582440221147022.
- Mokhatri-Hesari, P., Moezzi, B., & Montazeri, A. (2020). Infodemic, misinformation and the COVID-19. *Payesh (Health Monitor)*, 19(3), 349-353.
- Nejad, A. B., Hosseinpour, M., & Mehralizadeh, Y. (2013). Adolescent and Youth Psychological Studies.
- Niazi, M., & Shafaiemoghaddam, E. (2012). A Study of the Effects of Mass Communication Media on Tendencies Toward National Identity.

- Nieuważny, J., Nowakowski, K., Ptaszyński, M., Masui, F., Rzepka, R., & Araki, K. (2021). Does change in ethical education influence core moral values? Towards history-and culture-aware morality model with application in automatic moral reasoning. *Cognitive Systems Research*, 66, 89-99.
- Niroomand, G., & Bakht, A. N. (2012). The Position of New Communication Technology on Intelligent Schools in Tehran.
- Novak, R. (2017). Heim M, The metaphysics of virtual reality. In: SAGE Publications Sage UK: London, England.
- Potter, W. J. (2010). The state of media literacy. *Journal of broadcasting & electronic media*, 54(4), 675-696.
- Potter, W. J. (2013). Review of literature on media literacy. *Sociology Compass*, 7(6), 417-435.
- Pourmohaddes, G., Khoeini, F., & Almadani, S. A. H. (2022). Developing a Causal Model of Media Literacy based on Metacognitive Skills, Self-Regulation Learning Strategies and Self-Efficacy with the Mediation of Critical Thinking in Students. *Islamic lifestyle with a focus on health*, 6(5), 256-265.
- Reynolds, Scott, & Austin, W. (2000). Nursing, empathy and perception of the moral. *Journal of Advanced Nursing*, 32(1), 235-242.
- Saeedi, S. R., & Jafari, A. (2018). The Role of Modern Communication Technologies on Civil Engagement Ardabil City.
- Singh, J. (2012). *Placing media and information literacy at the core of instruction*. Paper presented at the International Conference on Media and Information Literacy for Knowledge Societies.
- Tehrani, H., Kabootarkhani, M. H., Peyman, N., & Vahedian-Shahroodi, M. (2016). The impact of new communications technology on promoting women's physical activity. *Payesh (Health Monitor)*, 15(3), 293-300.