

آسیب‌شناسی مصرف سواد رسانه‌ای
در بین اقشار مختلف جامعه
(مورد مطالعه استان هرمزگان)
(صفحات ۷۳ تا ۹۸)

DOR:20.1001.1.17358663.1401.17.50.3.6

نوع مقاله: پژوهشی

مختار ذاکری^۱ * محمود صباچی زاده^۲

پذیرش: ۱۴۰۱/۰۲/۲۶

دریافت: ۱۴۰۰/۱۱/۱۱

چکیده

با توجه به گستردگی فضای مجازی و چالش‌های مواجهه با این فضا، بایست، ضمن توسعه‌ی سواد رسانه‌ای، نحوه‌ی مواجهه با رسانه‌های موجود به‌طور دقیق و با همه‌ی ظرفیت، مورد شناسایی و آسیب‌شناسی واقع شود. هدف این مطالعه، آسیب‌شناسی مصرف سواد رسانه‌ای در بین اقشار مختلف جامعه بود. روش پژوهش کیفی و جامعه‌ی پژوهش شامل اقشار مختلف مردم در استان هرمزگان است. نتایج نشان داد، به‌طور کلی، آسیب‌های سواد رسانه‌ای شامل پنج مقوله‌ی آسیب‌های ذهنی - عقیدتی، آسیب‌های مالی، آسیب‌های روانی، آسیب‌های اجتماعی و آسیب‌های اخلاقی است. در این بین، مقوله‌ی آسیب‌های ذهنی - عقیدتی، آسیب‌های اجتماعی و آسیب‌های اخلاقی، دارای بیشترین بسامد است و آسیب‌های مالی و آسیب‌های روانی در درجات بعدی قرار می‌گیرند. شش مقوله‌ی ضعف در زیرساخت‌های ارتباطی، تبلیغات رسانه‌ای معاند خارجی، ضعف در روابط انسانی در جامعه، ضعف دانشی، ضعف در حوزه‌ی برنامه‌ریزی و نظارت ارگان‌های ارتباطی و اعتیاد رسانه‌ای، دلایل بروز آسیب‌های سواد رسانه‌ای هستند. در این میان، مؤلفه‌های تبلیغات رسانه‌ای معاند خارجی و ضعف دانشی، دارای بیشترین بسامد هستند و سایر مؤلفه‌ها در درجات بعدی قرار می‌گیرند. چهار مقوله‌ی ارتقای دانش رسانه‌ای، ارتقای روابط انسانی رودررو در سطح جامعه، مدیریت فضای مجازی و تقویت انگیزه‌ی حمایت و بهره‌گیری از فضای مجازی داخلی، راه کارهای پیشگیری از آسیب‌های سواد رسانه‌ای هستند. مؤلفه‌های ارتقای دانش رسانه‌ای و مدیریت فضای مجازی، بیشترین برجستگی را در این بین دارا هستند و مقوله‌های ارتقای روابط انسانی رودررو در سطح جامعه و تقویت انگیزه‌ی حمایت و بهره‌گیری از فضای مجازی در درجات بعدی اهمیت قرار می‌گیرند.

واژگان کلیدی: آسیب‌شناسی رسانه‌ای، سواد رسانه‌ای، جامعه‌ی استان هرمزگان.

1. استادیار، گروه علوم تربیتی، دانشگاه فرهنگیان
mokhtarzakeri365@gmail.com

2. استادیار، گروه علوم تربیتی، واحد بندرعباس، دانشگاه آزاد اسلامی، بندرعباس، ایران (نویسنده مسئول).

mahmoudsabahi@yahoo.com

۱- بیان مسأله

اگر بخواهیم در حوزه‌ی سواد رسانه و فضای مجازی، کار جدی انجام دهیم، باید رسانه‌های موجود را به‌طور دقیق و با همه‌ی ظرفیت‌های موجود بشناسیم و در نهایت تلاش همه‌ی افراد در این جبهه باید برای خوب جنگیدن و مؤثر واقع شدن در سواد رسانه‌ای^۱ و فضای مجازی باشد و الزمه‌ی آن‌هم این است که اقتضائات این فضا را خوب بشناسیم و در بحث صیانت از حریم خانواده‌ها خوب عمل کنیم. پس سواد رسانه‌ای ما باید افزایش پیدا کند و یک فرد مؤثر و فعال در فضای مجازی باشیم. سواد رسانه‌ای یک نوع درک متکی بر مهارت است که می‌توان براساس آن انواع رسانه‌ها را از یکدیگر تمیز داد، انواع تولیدات رسانه‌ای را از یکدیگر تفکیک و شناسایی کرد. همچنین سواد رسانه‌ای آمیزه‌ای از تکنیک‌های بهره‌وری مؤثر از رسانه‌ها و کسب بیش و درک برای تشخیص رسانه‌ها از یکدیگر است. (نکته‌دان، ۱۳۸۶)

رسانه در دنیای امروز، نقش و اهمیت انکارناپذیری دارد. آلودین تافلر وسایل ارتباطی را در فرایند عملیات روانی و عرصه‌ی نبرد آینده از گلوله‌های سلاح‌های جنگی مرگبارتر می‌داند. به تعبیر کاستلز، رسانه در دنیای امروز تجربه‌ی انسانی را از واقعیت دگرگون و گرچه او را با واقعیت آشنا می‌سازد، حس انسان را از برخورد بی‌واسطه با واقعیت بازداشته و درواقع او را به برداشتی ثانویه از واقعیت رسانده است. (کاستلز، ۱۳۹۶)

پیچیدگی‌های جوامع عصر حاضر و نقش غیرقابل‌انکار رسانه‌ها در شکل‌دهی افکار عمومی باعث شده تا از این ابزار در زمینه‌های فرهنگی، اقتصادی، سیاسی و نظامی بیشتر از گذشته استفاده شود. قدرت رسانه و ابزار رسانه در جنگ کاربردهای فراوانی دارد. در فضای کنونی رسانه‌ها یکی از ابزارهای بسیار مهم در گستره‌ی سیاست است. در این میان امکانات رسانه‌ای جدید همچون اینترنت و فضای مجازی، تأثیرگذاری بر افکار عمومی را که تاکنون فقط در انحصار دولت‌ها بوده است، برای افراد و گروه‌های دیگر نیز ممکن کرده است. (پاکباز، ۱۳۹۷)

از آنجا که رسانه‌ها در عصر ارتباطات بیشترین تأثیرگذاری را بر افکار عمومی دارند، مهم‌ترین بستر برای پیشبرد هدف‌های سیاسی، نظامی، اجتماعی و فرهنگی‌اند. فعالیت

^۱ . Media Literacy

آزادانه و گسترده‌ی گروه‌ها در شبکه‌های اجتماعی، دستیابی به هر هدفی را تسهیل می‌کند. از این رو این رسانه‌ها به‌ویژه فضای مجازی می‌توانند در ظهور و تداوم پدیده‌های سیاسی عصر حاضر نقش پررنگی ایفا کنند. درهم تنیدگی تروریسم با فضای مجازی موجب شکل‌گیری تروریسم پسامدرن شده است که این امر لزوم آسیب‌شناسی سواد رسانه‌ای که در واقع سپر محافظ در برابر این فضای غیرقابل انکار هست، وجود دارد که نگارنده در این پژوهش این مهم را دنبال می‌کند.

رسانه‌ها نه تنها واقعیت، بلکه مهم‌تر از آن، ادراک مردم از واقعیت را تغییر می‌دهند. این قدرت رسانه‌ای به قدری است که برخی از متفکران معتقدند رسانه‌ها حاکمیت و قدرت تعیین سرنوشت انسان‌ها را از آنان سلب کرده و در اختیار خود گرفته‌اند و بر اندیشه، ادراک و احساس افراد مسلط شده‌اند. به عقیده‌ی نوام چامسکی که معتقد است: «در دنیای امروز هیچ کنش جمعی و جنبش اجتماعی شکل نمی‌گیرد و یا استمرار نمی‌یابد مگر آن که یک یا چند رسانه‌ی جمعی آتش تهیه‌ی آن را فراهم کنند.» (آسپارووا^۱، ۲۰۱۹)

با این حال در کنار اثرات مثبت، رسانه‌های اجتماعی، در عین حال می‌توانند اثرات و نتایج منفی داشته باشند. به عبارت دیگر، در چنین شرایطی، شبکه‌های اجتماعی که می‌توانند کارکردهایی چون اشتراک دانش، انتقال اطلاعات، گفتمان‌سازی، ایجاد همبستگی و تعامل سازنده، داشته باشند، به دلایلی که به آن‌ها اشاره شد، تبدیل به دغدغه و معضلی ناخواسته می‌شوند. با عملکردهایی که تاکنون از شبکه‌های اجتماعی در صحنه تحولات جهانی شاهد بوده‌ایم، آسیب‌شناسی تعامل در این شبکه‌ها را می‌توان از جنبه‌های گوناگونی مورد اشاره قرار داد. این پژوهش با رویکردی تفسیری در پی آن است که نقش رسانه‌ها و فضای مجازی در دنیای معاصر و نقش ارتباطات و تکنولوژی که به طرز چشمگیری رشد یافته و همچنان در حال افزایش است، مدنظر قرار گیرد. لذا با توجه به این که امروزه در جهانی زندگی می‌کنیم که عنصر خشونت و خشونت‌طلبی در بین جریان‌های گوناگون به‌ویژه با تمرکز بر منطقه‌ی خاورمیانه در حال افزایش است، نیاز به کاوش در این زمینه، ضروری به نظر می‌رسد. از این رو در این پژوهش به دنبال آن هستیم که آسیب‌های مصرف سواد رسانه‌ای را شناسایی نموده و راهکارهایی را جهت

^۱ . Asparouhova

بهبود وضعیت در این خصوص ارائه دهیم.

هدف اصلی پژوهش پیش رو عبارت است از؛ بررسی آسیب‌های مصرف سواد رسانه‌ای در بین اقشار مختلف جامعه در شهرستان میناب. پیرو این هدف، سؤالات پژوهش عبارت‌اند از:

۱. مهم‌ترین آسیب‌های مصرف سواد رسانه‌ای در بین اقشار مختلف جامعه در استان هرمزگان کدامند؟
۲. دلایل بروز آسیب‌های مصرف سواد رسانه‌ای در بین اقشار مختلف جامعه در استان هرمزگان چیست؟
۳. راه‌های پیشگیری از بروز آسیب‌های مصرف سواد رسانه‌ای در بین اقشار مختلف جامعه در استان هرمزگان چیست؟

۲. ادبیات پژوهش

۲-۱. ادبیات تجربی

پژوهش‌های متعددی در خصوص موضوع رسانه و سواد رسانه‌ای به انجام رسیده است که بخشی از آن به شرح زیر است:

نتایج پژوهش شجاعی و همکاران (۱۳۹۸) با عنوان تأثیر سواد رسانه‌ای بر سرمایه فرهنگی نشان داد که دو گروه از نظر میانگین نمره نگرش به خشونت دارای تفاوت معنی‌داری در مرحله قبل از مداخله نیستند. اما یک ماه بعد از مداخله آموزشی میانگین نمره نگرش به خشونت در گروه آزمون نسبت به گروه کنترل تفاوت معنی‌دار داشته و در گروه آزمون نگرش مثبت به خشونت کمتر شده است. بحث و نتیجه‌گیری: آموزش سواد رسانه‌ای می‌تواند تأثیر بازی‌های رایانه‌ای خشن را بر ایجاد نگرش مثبت کاربران نوجوان به خشونت کاهش دهد. گنجاندن مبانی سواد رسانه‌ای در متون درسی و برنامه‌های پیشگیرانه در این زمینه ضرورت دارد.

یافته‌های تحقیق رضوی و همکاران (۱۳۹۷)، با عنوان بررسی رابطه سواد رسانه‌ای و تهاجم فرهنگی در شبکه‌های اجتماعی نشان می‌دهد، رابطه معکوسی بین سواد رسانه‌ای و تهاجم فرهنگی در میان کاربران وجود دارد. همچنین بین سن کاربران و تهاجم فرهنگی رابطه معکوسی وجود داشت. نتایج به‌دست آمده، بر تفاوت معناداری میان دو متغیر

جنسیت و تحصیلات کاربران با تهاجم فرهنگی دلالت دارد. همچنین آزمون تحلیل مسیر، تأییدکننده تأثیر متغیرهای سن، تحصیلات، سواد رسانه‌ای و میزان استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام بر تهاجم فرهنگی است.

پاکباز (۱۳۹۷)، در پژوهشی با عنوان ارائه مدل راهبردی بحران در سواد رسانه‌ای و بررسی رابطه میان سواد رسانه‌ای مخاطبان و مصونیت و آگاهی هوشمندانه در مقابله با جنگ رسانه‌ای، تأثیرپذیری از تغییرات اجتماعی منفی و قدرت تحلیل فرهنگی سیاسی و اقتصادی نشان داد که فرضیه فرعی تأثیر سکولاریسم بر مصونیت و آگاهی هوشمندانه در مقابله با جنگ رسانه‌ای با ضریب ۰/۸۳ دارای بیشترین تأثیر است.

بر اساس نتایج تحقیق آذریان و همکاران (۱۳۹۶)، میانگین قوم‌گرایی در بین شهروندان شهر تبریز ۷۴/۵۴ می‌باشد که نشان می‌دهد به نسبت بالایی از پاسخ‌دهندگان پایبند هویت ملی و ارزش‌های ملی خود می‌باشند. نتایج تحلیل رگرسیون چند متغیره نشان می‌دهد، متغیرهای شبکه‌های ماهواره‌ای، شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌ها ۲۲/۸ درصد تغییرات متغیر تعلق‌پذیری ملی را تبیین می‌کنند.

یافته‌های پژوهش مقدس زاده و صفاهیه (۱۳۹۶)، نشان داد که در مجموع میزان سواد رسانه‌ای کارکنان مورد بررسی بالاتر از حد متوسط بوده است. بین میزان سواد رسانه‌ای کارکنان با میزان استفاده‌ی آن‌ها از شبکه‌های اجتماعی رابطه مثبت و معناداری وجود داشته است. همچنین رابطه مثبت و معناداری بین میزان سواد رسانه‌ای و آگاهی کارکنان مورد بررسی نسبت به آسیب‌های شبکه‌های اجتماعی (فرهنگی، اجتماعی، خانوادگی و فردی- روانی) وجود داشته است. در دنیای دیجیتالی و اطلاعاتی امروز، مجهز بودن افراد به مهارت‌ها و سوادهای جدید از جمله سواد رسانه‌ای از اهمیت ویژه‌ای برخوردار بوده و افراد باید برای فراگیری این مهارت‌ها اقدام نمایند.

فاضلی و همکاران (۱۳۹۶)، در مقاله‌ای با عنوان «مزیت‌ها و کارکردهای شبکه‌های اجتماعی برای گروه‌های تروریستی (مطالعه‌ی موردی: استفاده گروه داعش از توییتر و فیس‌بوک)» نشان می‌دهند که برای مقابله با چالش‌های ناشی از تروریسم رسانه‌ای در شبکه‌های اجتماعی دو استراتژی ایجابی و سلبی وجود دارد؛ استراتژی ایجابی شامل تولید محتوا و مشتمل بر فرهنگ‌سازی (جامعه‌پذیری، الگوسازی رفتاری، آموزش کاربران و اطلاع‌رسانی) و برای تحقق این استراتژی، به کارگیری راهکارهایی مانند

تشکیل تیم‌های تخصصی، شبکه‌های اجتماعی، راه‌اندازی کمپین تبلیغاتی درباره‌ی تضعیف گفتمان تروریستی، آموزش‌های اجتماعی و فرهنگی، مطبوعات، رادیو و تلویزیون، آموزش سواد رسانه‌ای و دیجیتال، مهارت‌آموزی، تشکیل کارگروه‌های آموزشی و اطلاع‌رسانی دقیق و کارگزاران این راهکارها، رسانه‌ها، خانواده‌ها، نهادهای آموزشی، تبلیغی و مدنی و کاربران هستند. در دسته راهبردهای سلبی، سیاست‌گذاری و مقررات‌گذاری و همچنین کاربرست فرایند دروازه‌بانی اطلاعات کاربران در شبکه‌ها توصیه شده است. برخی راهکارهای اجرایی این استراتژی مشتمل بر تعیین الگوهای رفتاری، ارزش‌ها و بایدها و نبایدها، تعیین نهاد سیاست‌گذار شبکه‌های اجتماعی، ایجاد مرکز ذخیره‌ی اطلاعات، سیستم بازیابی اطلاعات و... توصیه شده است.

فرهنگی و عباسی (۱۳۹۷)، در تحقیقی به تبیین چالش‌های ناشی از تروریسم رسانه-ای در شبکه‌های اجتماعی و ارائه‌ی مدلی برای مقابله با آنان پرداخته‌اند. نویسندگان در این مقاله بیان داشتند که گروه تروریستی داعش به‌عنوان کشگری که با گفتمان تروریستی، بازگیری اجتماعی را با هم‌نشینی توأم فضای واقعی و فضای مجازی فعالانه به‌پیش می‌برد. نمایش انگاره‌های مرگ این گروه تروریستی در شبکه‌های اجتماعی در ترویج خشونت سیاسی در فجیع‌ترین حالات ممکن تأثیری زهرآگین در اذهان عمومی به‌جای می‌گذارد که چالش‌آفرین هستند و برای رفع این چالش‌ها که روند امور هر کشوری را مختل می‌کند، دو شیوه‌ی سلبی و ایجابی پیشنهاد شده است. در شیوه‌ی ایجابی راهبردهای تولید محتوا مشتمل بر فرهنگ‌سازی، آموزش و اطلاع‌رسانی و در روش سلبی از طریق مقررات‌گذاری و سیاست‌گذاری کشورها محدودیت‌های خاصی را چارچوب‌بندی می‌کنند.

نجات پور و همکاران (۱۳۹۶)، در کتاب «کالبدشکافی داعش از ظهور تا افول»، به بررسی مسائلی چون مبانی فکری و ایدئولوژیک، زمینه‌های شکل‌گیری، ساختار تشکیلاتی، تاکتیک‌ها، راهبردها، چالش‌ها و فرصت‌های داعش برای ایران و همچنین آینده و راهکارهای مقابله با آن را به‌طور کامل مورد واکاوی قرار می‌دهد. از نظر نویسنده‌ی کتاب، در چند دهه‌ی اخیر یکی از پدیده‌های نوینی که منطقه را با تنش و بحران مواجه ساخته، رشد و فعالیت جریان‌های اسلامی رادیکال همچون داعش است که فصل نوینی از تحركات تروریستی را در تاریخ روابط بین‌الملل گشوده است که با اعلام خلافت اسلامی،

مناطق گسترده‌ای از عراق و سوریه را تصرف نموده است. در فصل پنجم از این کتاب ضمن اشاره به سایر شبکه‌های اجتماعی مورد توجه داعش از جمله؛ یوتیوب و فیس بوک و همچنین انتشارات داعش نظیر؛ نشریه‌های دابق و رومیه، رویکرد رسانه‌های عربی و غربی درباره‌ی این گروه به صورت جداگانه مورد بررسی قرار گرفته است. این پژوهش بیشتر حول تاریخچه‌ی حضور و افول داعش پرداخته شده و به ویژه مباحث تاریخی این اثر در فصل سوم این پژوهش که از مباحث تاریخی برخوردار است، مورد بهره قرار گرفته است. لکن نکته‌ی اساسی حول این اثر، فاقد بحث علمی بودن در زمینه‌ی تأثیرگذاری رسانه و تروریست است. از این رو نیاز جامعه‌ی علمی به این ایده در پژوهش‌هایی که به رابطه‌ی مستقیم رسانه و تروریست می‌پردازند بیش از پیش احساس می‌شود.

یافته‌ها و نتایج پژوهش اسپاروهوا (۲۰۱۹)، در زمینه‌ی چگونگی تأثیر سواد رسانه‌ای و هنجارهای اجتماعی بر استفاده کودکان انگلیسی از شبکه‌های اجتماعی نشان داد که کودکان مورد بررسی، از سواد رسانه‌ای پایینی برخوردار بوده و هنجارهای اجتماعی و سواد رسانه‌ای کودکان تأثیر معناداری بر انتخاب کانال‌های ارتباطی و به اشتراک گذاری اطلاعات از سوی آن‌ها دارد.

در پژوهشی ال ساتد، فیروز و دژامتوسکا (۲۰۱۸)، به بررسی میزان استفاده‌ی زنان اماراتی از شبکه‌های اجتماعی پرداخته‌اند. یافته‌های پژوهش نشان داد که تغییرات اجتماعی زیاد رخ داده و استفاده از شبکه‌های اجتماعی توسط زنان اماراتی به سرعت در حال افزایش بوده و زنان نسبت به مردان بیشتر از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند. افزایش مهارت‌های سواد رسانه‌ای یکی از راه‌هایی است که می‌تواند کودکان را از آسیب‌ها و ریسک‌های شبکه‌های اجتماعی در امان نگاه دارد که موضوع مقاله لیویکستون (۲۰۱۶) بوده است. یافته‌ها نشان داد که کودکان با این سؤال روبه‌رو می‌شوند که چیزهایی که با آن مواجه می‌شوند حقیقت دارد یا نه؟

یافته‌های پژوهش پایاپاهو (۲۰۱۴)، نشان داد که دانش آموزان مورد بررسی مهارت‌های فنی برای کار با شبکه‌های اجتماعی از جمله فیس بوک را دارند، ولی مهارت کافی برای جست‌وجوی انتقادی و ارزیابی اطلاعات را نداشته و نسبت به مقررات و قوانین رسانه‌ها نیز آگاهی کافی ندارند. همچنین معلمان بر این باورند که استفاده از شبکه‌های اجتماعی می‌تواند اثرات مخربی بر دانش آموزان آن‌ها داشته باشد، از این رو

آموزش مهارت‌های سواد رسانه‌ای را برای دانش آموزان خود ضروری می‌دانند. نتایج پژوهش فانگ (۲۰۱۲)، نشان داد افرادی که در دوره‌های آموزش سواد رسانه‌ای شرکت کرده‌اند، میزان آگاهی بیشتر و تفکر انتقادی بالاتری نسبت به افراد عادی داشته و می‌توانند با دید انتقادی بیشتری به مطالب مندرج در رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی داشته باشند.

گرچه پژوهش‌های فوق، دانش مفیدی در خصوص موضوعاتی از جمله تأثیر سواد رسانه‌ای بر سرمایه و تهاجم فرهنگی، مدل راهبردی بحران در سواد رسانه‌ای و مزیت و کارکردهای شبکه‌های اجتماعی فراهم آورده‌اند، اما همچنان در حوزه‌ی آسیب‌شناسی سواد رسانه‌ای در بین اقشار مختلف جامعه و ارائه‌ی راه کارهای تقویت این مهم، خلأ پژوهشی حس می‌شود که پژوهش پیش‌رو، این مسئله را دنبال می‌کند.

۲.۲. ادبیات نظری

دانشمندان زیادی چارچوب‌های نظری را برای سواد رسانه‌ای پیشنهاد داده‌اند. رنه هابز سه فریم را برای معرفی سواد رسانه‌ای به زبان آموزان مشخص می‌کند: نویسندگان و مخاطبان (AA)، پیام‌ها و معانی (MM) و بازنمایی و واقعیت (RR). وی در سنتز ادبیات از سواد رسانه‌ای، سواد اطلاعاتی، سواد بصری و سواد جدید، این ایده‌های اصلی را شناسایی می‌کند که زمینه‌ی نظری برای سواد رسانه‌ای را تشکیل می‌دهد (باکینگهام، ۲۰۰۳).

دیوید باکینگهام چهار مفهوم اساسی را ارائه داده است که «یک چارچوب نظری را ارائه می‌دهد که می‌تواند برای کل رسانه‌های معاصر و همچنین برای رسانه‌های قدیمی نیز استفاده شود: تولید، زبان، بازنمایی و مخاطب.» هنری جنکینز با تشریح مفاهیم ارائه‌شده توسط دیوید باکینگهام، ظهور یک فرهنگ مشارکتی را مورد بحث قرار می‌دهد و بر اهمیت «سواد رسانه‌های جدید» تأکید می‌کند - مجموعه‌ای از شایستگی‌های فرهنگی و مهارت‌های اجتماعی که جوانان در چشم‌انداز رسانه جدید به آن نیاز دارند (باکینگهام، ۲۰۰۳).

داگلاس کلنر و جف سهم چهار رویکرد متفاوت در زمینه آموزش رسانه را

طبقه‌بندی کرده‌اند: رویکرد حمایت‌گرایی، آموزش هنر رسانه‌ای، جنبش سواد رسانه‌ای و سواد انتقادی رسانه‌ای. رویکرد حمایت‌گرایانه مخاطبان رسانه‌های جمعی را در معرض نفوذ فرهنگی، عقیدتی یا اخلاقی قرار می‌دهد و به‌وسیله آموزش نیاز به حمایت دارد. رویکرد آموزش هنر رسانه‌ای بر تولید خلاقانه اشکال مختلف رسانه‌ای توسط زبان‌آموزان متمرکز است. نهضت سواد رسانه‌ای تلاشی است برای تحقق بخشیدن به جنبه‌های سنتی سوادآموزی از حوزه آموزشی و استفاده از آن در رسانه. سواد رسانه‌ای انتقادی با هدف تجزیه و تحلیل و درک ساختارهای قدرت که بازنمایی رسانه‌ها را شکل می‌دهد و شیوه‌هایی که مخاطبان برای ایجاد معنا از طریق قرائت‌های غالب، مخالف و مذاکره شده از رسانه تلاش می‌کنند، هستند. (باکینهام، ۲۰۰۳)

آموزش سواد رسانه‌ای غالباً از یک الگوی آموزشی مبتنی بر پرس‌وجو استفاده می‌کند که افراد را ترغیب می‌کند در مورد آنچه تماشا می‌کنند، می‌شنوند و می‌خوانند سؤال کنند. آموزش سواد رسانه‌ای ابزاری برای کمک به افراد در تجزیه و تحلیل انتقادی پیام‌ها، فرصت‌هایی را برای زبان‌آموزان فراهم می‌کند تا تجربه‌ی خود را از رسانه گسترش دهند و به آن‌ها در توسعه‌ی مهارت‌های خلاقانه در ساخت پیام‌های رسانه‌ای خود کمک می‌کند. تحلیل‌های انتقادی می‌تواند شامل شناسایی نویسنده، هدف و نقطه‌نظر، بررسی تکنیک‌های ساختمانی و ژانرها، بررسی الگوهای نمایندگی رسانه‌ها و کشف تبلیغات، سانسور و تعصب در برنامه‌های خبری و روابط عمومی (و دلایل این موارد) باشد. آموزش سواد رسانه‌ای ممکن است چگونگی تأثیرگذاری ویژگی‌های ساختاری - مانند مالکیت رسانه‌ها یا مدل تأمین اعتبار آن - بر اطلاعات ارائه‌شده را کشف کند. (روگوی، ۲۰۰۹، ۱)

در آمریکای شمالی و اروپا سواد رسانه‌ای هم چشم‌انداز توانمندسازی و هم حمایت را شامل می‌شود. افراد با سواد رسانه‌ای باید بتوانند به‌صورت ماهرانه پیام‌های رسانه‌ای را ایجاد کرده و تولید کنند، هم برای نشان دادن درک خصوصیات خاص هر رسانه و هم برای ایجاد رسانه و مشارکت به‌عنوان شهروندان فعال. سواد رسانه‌ای می‌تواند به‌عنوان مفهومی برای گسترش سواد، درمان رسانه‌های جمعی، فرهنگ‌عامه و رسانه‌های دیجیتال

1. Rogow

به‌عنوان انواع جدیدی از «متون» که نیاز به تجزیه و تحلیل و ارزیابی دارند، دیده شود. با تبدیل فرایند مصرف رسانه‌ها به یک فرایند فعال و حساس، مردم آگاهی بیشتری از پتانسیل سوء تفکر و دستکاری و آگاهی بیشتر کسب می‌کنند و نقش رسانه‌های جمعی و رسانه‌های مشارکتی را در ساختن دیدگاه‌های واقعیت درک می‌کنند. آموزش سواد رسانه‌ای گاهی به‌عنوان روشی برای پرداختن به ابعاد منفی رسانه‌ها، از جمله دستکاری رسانه‌ها، اطلاعات غلط، کلیشه‌های جنسیتی و نژادی، جنسی کردن کودکان و نگرانی در مورد از بین رفتن حریم شخصی، حمله سایبری و شکارچیان اینترنت مفهوم‌سازی می‌شود. با ایجاد دانش و شایستگی در استفاده از رسانه و فناوری، آموزش سواد رسانه‌ای می‌تواند با کمک به آن‌ها در انتخاب مناسب در عادات مصرف رسانه و الگوهای استفاده، نوعی محافظت از کودکان و جوانان را فراهم کند. (ال استید، ۱، ۲۰۱۵)

۳. روش پژوهش

این پژوهش در قالب پارادایم کیفی انجام شده است. طرح پژوهش، طرحی پدیدایشی است، زیرا مؤلفه‌ها در حین پژوهش به دست آمده‌اند. رویکرد تجزیه و تحلیل داده‌ها رویکرد توصیفی-تفسیری است. این رویکرد، مستلزم حدودی از تفسیر و نیز پیش از آن انتخاب اطلاعات است.

جامعه‌ی پژوهشی اقشار مختلف مردم در استان هرمزگان از گروه‌های سنی مختلف است. ۲۵ نفر از گروه‌های مختلف مردم استان هرمزگان بر اساس ملاک‌های سن، شغلی و تحصیلات با بهره‌گیری از نمونه‌گیری هدفمند و رعایت اصل اشباع‌شدگی و حداکثر تنوع انتخاب شدند.

روش جمع‌آوری داده‌ها در این پژوهش، مصاحبه‌ی عمیق است. پژوهش‌گر به‌عنوان ابزار پژوهش به‌منظور جمع‌آوری داده‌ها، از روش مصاحبه‌ی عمیق و مشاهده بهره برده است. در پژوهش کیفی، پژوهش‌گر هم به‌عنوان گردآورنده‌ی داده‌ها و هم به‌عنوان گوینده‌ی معنای داده‌ها ایفای نقش می‌کند. (میکات و مورهاوس، ۱۹۹۴: ۴۶)

روش تجزیه و تحلیل داده‌ها در این پژوهش، روش تحلیل استقرایی و تحلیل محتوای مفهومی است. در روش استقرایی، پژوهشگر با مقایسه‌ی مستمر داده‌ها به ساخت مفاهیم

اقدام می‌کند به این صورت که پس از نوشتن متن مصاحبه و داده‌های حاصل از مشاهده مستقیم با نگاه اجمالی به داده‌ها، زمینه‌ی سازواری داده‌ها، مفاهیم و به ساخت مفاهیم اقدام گردیده و همزمان با ساخت مفاهیم، نکات کلیدی مرتبط با موضوع پژوهش از متن مصاحبه‌ها به شیوه کدگذاری باز استخراج و کدهای مربوط به هر نکته مشخص می‌شوند. در مرحله بعد، با کنار هم قرار دادن نکات کلیدی و مقایسه مستمر داده مفاهیم اولیه و به‌طور همزمان مقوله‌های اولیه شکل گرفتند. سپس با استفاده از روش کدگذاری محوری، مقوله‌های مرکزی مشخص می‌شوند. در مرحله‌ی نهایی، پژوهشگر با استفاده از شیوه‌ی کدگذاری انتخابی به استخراج مقوله‌های اصلی و مفهوم‌پردازی اقدام می‌کند. برای افزایش اعتبار پژوهش، نتایج تحلیل تعدادی از مصاحبه‌ها در اختیار چندی از مشارکت‌کنندگان در پژوهش قرار گرفت و نظرات آن‌ها در جهت اصلاح برخی موارد اعمال شد. همچنین نتایج تحلیل و بررسی پس از اعمال نظر سه نفر از صاحب‌نظران و خبرگان عرصه‌ی سواد رسانه‌ای استان، جمع‌بندی و اصلاحات لازم صورت گرفت.

۴. تحلیل تجربی

یافته‌های پژوهش

در پاسخ به پرسش اول پژوهش در خصوص آسیب‌های سواد رسانه‌ای، با تحلیل انجام گرفته بر روی متن مصاحبه‌ها، پس از سه مرحله کدگذاری جدول زیر حاصل شد. هر یک از ستون‌های زیر برآمده از یک مرحله از کدگذاری است:

جدول شماره‌ی ۱. یافته‌های پرسش اول

کدگذاری باز	کدگذاری محوری	کدگذاری گزینشی
- فریب خوردن مردم و زود باری - فریب جذابیت ظواهر افسراد شدن در محیط	گمراه‌سازی مخاطبان	آسیب‌های ذهنی - عقیدتی
- شایعه و دروغ‌پراکنی - ترویج شایعات - داغ شدن بازار شایعات - نشر اکاذیب در فضای مجازی و رسانه	شایعه‌پراکنی	
- اعتیاد اینترنتی	اعتیاد اینترنتی	

		<ul style="list-style-type: none"> - اعتیاد - اعتیاد بیش از حد خانواده‌ها از برنامه‌های شبکه‌ها
	شبهه آفرینی اعتقادی	<ul style="list-style-type: none"> - ترویج شبهات اعتقادی
	تضعیف قدرت اندیشه ورزی	<ul style="list-style-type: none"> - عدم توانایی فکر کردن به صورت روشن و منطقی
	تضعیف اعتقادی مخاطبان	<ul style="list-style-type: none"> - تغییر باورهای درونی - اطاعت‌پذیری کمتر می‌شود
	عضوسازی در شبکه‌های معاند	<ul style="list-style-type: none"> - ورود به شبکه‌های خارجی و معاند - عدم آگاهی از ورود به شبکه‌های اجتماعی
آسیب‌های مالی	سرقت اینترنتی	<ul style="list-style-type: none"> - سرقت اینترنتی - سرقت‌های اینترنتی و بانکی
	کلاهبرداری از مخاطبان	<ul style="list-style-type: none"> - آسیب اقتصادی شامل کلاهبرداری
	از دست دادن شغل	<ul style="list-style-type: none"> - بعضی‌ها کار خود را به خاطر اعتیاد به این موضوع از دست بدهند
آسیب‌های روانی	تضعیف روحیه مخاطبان	<ul style="list-style-type: none"> - کاهش قدرت کنترل اراده و بازداری مغز - آسیب روانی - آسیب روانی
	تخریب روابط انسانی	<ul style="list-style-type: none"> - کاهش احساسات بین مردم - کاهش احساسات
	تخریب روانی مخاطبان	<ul style="list-style-type: none"> - آسیب‌های روانی - تضعیف شخصیت قشر نوجوان و جوان - اثرات روحی و روانی می‌تواند در بر داشته باشد
آسیب‌های اجتماعی	منزوی‌شدگی از	<ul style="list-style-type: none"> - انزوا و گوشه‌نشینی

اجتماع	
هدرروی اوقات فراغت	<ul style="list-style-type: none"> - عدم استفاده درست از سرگرمی های بعد از محیط کار - عدم اشتغال مناسب برای جوانان و نوجوانان - وقت و زمان با توجه به دسترس بودن این فضا محدودیت ندارد
تضعیف تعهد کاری	<ul style="list-style-type: none"> - عدم تمرکز کافی بر روی کار و مسئولیت
تضعیف روابط خانوادگی	<ul style="list-style-type: none"> - تزلزل در خانواده به وجود بیاید - از بین رفتن مبانی اصلی ارتباط بین یکدیگر - رفتار، نگرش، نحوه برقراری ارتباط و تعامل با خانواده
ترک تحصیل	<ul style="list-style-type: none"> - ترک تحصیل زود هنگام
ایجاد تضاد فرهنگی	<ul style="list-style-type: none"> - تضاد فرهنگی بین دهه های مختلف جدید و قدیم - تشدید اختلافات قومی و مذهبی در بین اهالی کمتر توسعه یافته - ایجاد یک شکاف نسلی
جایگزین سازی روابط غیر حضوری به جای حضوری	<ul style="list-style-type: none"> - تمایل بیشتر افراد به ارتباط های پیامکی و غیر حضوری به جای ارتباط چهره به چهره
تخریب سبک زندگی اسلامی ایرانی	<ul style="list-style-type: none"> - تغییر سبک زندگی مردم - عدم توجه به فرهنگ اصیل ایرانی اسلامی در بعضی از ادارات - تأثیر پذیری از فرهنگ اشراف گرایی غربی در بعضی از ادارات با رؤیت شبکه های بیگانه

		<ul style="list-style-type: none"> - تغییر فرهنگ و روش تربیتی کودکان و نوجوانان - توقعات فرزندان خانواده اینترنتی شود
	ایجاد ناامنی اجتماعی	- گسترش ناامنی‌های اجتماعی
آسیب‌های اخلاقی	رویارویی با محتوای غیر اخلاقی	<ul style="list-style-type: none"> - دیدن تصاویر و فیلم‌های مستهجن - دیدن فیلم‌های سینمایی خاص - استفاده از ماهواره‌ها - ماهواره‌ها
	مقدمه سازی روابط نامشروع	<ul style="list-style-type: none"> - ارتباط صمیمانه با نامحرم - ارتباط بیش از حد با نامحرم - ارتباط با فردی که معلوم نیست چه شخصیتی دارد
	سرقت هویتی	- ورود به حوزه خصوصی دیگران
	انحرافات اخلاقی	<ul style="list-style-type: none"> - انحرافات اخلاقی - ترویج فساد اخلاقی در بین مردم کم‌سواد

همان‌طور که در جدول فوق مشاهده می‌شود، به‌طور کلی آسیب‌های سواد رسانه‌ای شامل پنج مقوله آسیب‌های ذهنی- عقیدتی، آسیب‌های مالی، آسیب‌های روانی، آسیب‌های اجتماعی و آسیب‌های اخلاقی است. در این بین، مقوله‌های آسیب‌های ذهنی- عقیدتی، آسیب‌های اجتماعی و آسیب‌های اخلاقی، دارای بیشترین بسامد و برجستگی است و آسیب‌های مالی و آسیب‌های روانی در درجات بعدی قرار می‌گیرد. در پاسخ به پرسش دوم پژوهش در خصوص دلایل بروز آسیب‌های سواد رسانه‌ای، با تحلیل انجام گرفته بر روی متن مصاحبه‌ها، پس از چهار مرحله کدگذاری جدول زیر حاصل شد. هر یک از ستون‌های زیر برآمده از یک مرحله از کدگذاری است:

جدول شماره ۲. یافته‌های پرسش دوم

کدگذاری گزینشی	کدگذاری محوری	کدگذاری باز
ضعف در زیرساخت‌های ارتباطی	نبود زیرساخت‌های شبکه‌های فضای مجازی داخلی	<ul style="list-style-type: none"> - نبود زیرساخت‌های کافی و وافی شبکه‌های داخلی ایرانی - محرومیت مردم از کمبود زیرساخت‌های رسانه‌ای - نداشتن محتوای مناسب در شبکه‌های داخلی - نبود زیرساخت‌ها
	کمبود نیروی متخصص فضای مجازی	<ul style="list-style-type: none"> - کمبود نیروی متخصص در حوزه رسانه
تبلیغات رسانه‌ای معاند خارجی	اقبال از فضای مجازی خارجی	<ul style="list-style-type: none"> - روی آوردن مردم به ماهواره‌ها و شبکه‌های خارجی - عدم سواد کافی در این زمینه
	گمراه‌سازی رسانه‌ای	<ul style="list-style-type: none"> - فریب رسانه‌ای - تهاجم فرهنگی - گسترش فرق و اندیشه‌های انحرافی
	تضعیف عقیدتی افراد جامعه	<ul style="list-style-type: none"> - گسترش شبهات و تضعیف بنیان‌های دینی
	توطئه نظام‌های معاند	<ul style="list-style-type: none"> - توطئه دشمن - هجوم حملات کشورهای حاشیه‌نشین
ضعف در روابط انسانی در جامعه	روابط خانوادگی ضعیف	<ul style="list-style-type: none"> - گسست روابط خانوادگی
	تضعیف روابط چهره به چهره در جامعه	<ul style="list-style-type: none"> - افراد با وجود امکانات ارتباطی اهمیت به کیفیت روابط نمی‌دهند
ضعف دانشی	کمبود دانش تکنولوژیکی	<ul style="list-style-type: none"> - عدم آشنایی کافی زنان و مردان بزرگ‌سال به تکنولوژی - کافی نبودن شناخت از سایت‌های اینترنتی

		<ul style="list-style-type: none"> - عدم سواد کافی مردم از مصرف سواد رسانه‌ای - عدم داشتن سواد کافی نسل‌های قدیمی به سواد رسانه‌ای به سبک نوین - عدم سواد کافی در این زمینه
	کمبود برنامه آموزشی مرتبط با فضای مجازی	<ul style="list-style-type: none"> - عدم آموزش به اقشار مختلف مردم - عدم آموزش درست نسل جدید توسط دولت‌مردان و کارشناسان
	تنوع محتوایی در فضای مجازی	<ul style="list-style-type: none"> - وجود اطلاعات متفاوت و گسترده در این فضا
ضعف در حوزه برنامه‌ریزی و نظارت ارگان‌های ارتباطی	بی‌برنامگی سازمان‌های مرتبط با فضای مجازی	<ul style="list-style-type: none"> - بی‌برنامگی - عدم توجه مسئولین امر به کنترل - عدم مدیریت رشد سریع تجهیزات و تکنولوژی
	ضعف در حوزه نظارت فضای مجازی	<ul style="list-style-type: none"> - عدم بررسی و نظارت بر رسانه‌های فراگیر
اعتیاد رسانه‌ای	اعتیاد رسانه‌ای	- اعتیاد رسانه‌ای

داده‌های مربوط به جدول فوق نشان می‌دهد که شش مقوله ضعف در زیرساخت‌های ارتباطی، تبلیغات رسانه‌ای معاند خارجی، ضعف در روابط انسانی در جامعه، ضعف دانشی، ضعف در حوزه‌ی برنامه‌ریزی و نظارت ارگان‌های ارتباطی و اعتیاد رسانه‌ای، دلایل بروز آسیب‌های سواد رسانه‌ای هستند. در این میان، مؤلفه‌های تبلیغات رسانه‌ای معاند خارجی و ضعف دانشی دارای بیشترین بسامد هستند و سایر مؤلفه‌ها در درجات بعدی قرار می‌گیرند.

در پاسخ به پرسش سوم پژوهش در خصوص راهکارهای پیشگیری از آسیب‌های سواد رسانه‌ای، با تحلیل انجام گرفته بر روی متن مصاحبه‌ها، پس از سه مرحله کدگذاری جدول زیر حاصل شد. هر یک از ستون‌های زیر برآمده از یک مرحله از کدگذاری است:

جدول شماره‌ی ۳. یافته‌های پرسش سوم

کدگذاری باز	کدگذاری محوری	کدگذاری گزینشی
<ul style="list-style-type: none"> - رادیو و تلویزیون در رسانه‌های جمعی آسیب را در شبکه‌های مختلف برای مردم بازگو کنند 	<p>آگاه‌سازی مردم نسبت به آسیب‌های حوزه فضای مجازی</p>	
<ul style="list-style-type: none"> - معایب و محاسن و طریقه مصرف آن را نیز شرح دهند. - کارشناسان به صورت نشست بصیرتی مطالب را آموزش و بازگو کنند. - استفاده از ظرفیت‌های بالقوه فضای مجازی 	<p>هوشمندسازی مردم نسبت به نقاط قوت و ضعف فضای مجازی</p>	
<ul style="list-style-type: none"> - بالابردن سطح سواد رسانه‌ای مردم در تمام اقشار جامعه خصوصاً خانواده - آموزش دادن استفاده صحیح از فضای مجازی - آموزش دادن مردم در تمام سطوح از جامعه - آموزش به اقشار مختلف - سواد رسانه‌ای در بین اقشار مختلف جامعه بالا بردن - دادن علم کافی به نسل‌های قدیم و جدید 	<p>آموزش سواد رسانه‌ای</p>	<p>ارتقای دانش رسانه‌ای</p>

		<p>- ساخت کلیپ کوتاه درباره نحوی استفاده از چگونگی مصرف رسانه به شکل صحیح</p> <p>- برگزاری کلاس‌های آموزشی در مدارس جهت آگاهی دادن به نوجوانان</p> <p>- استفاده از ظرفیت‌های دیداری و شنیداری و روزنامه برای نهادینه کردن سواد رسانه‌ای</p> <p>- برگزاری کلاس‌های آموزشی در مدارس با استفاده از نرم افزارهای داخلی</p> <p>- برگزاری کلاس‌های آموزشی در مدارس با استفاده از نرم افزارهای داخلی</p> <p>- آموزش و بالا بردن سطح سواد رسانه ای مردم به وسیله ابزارهای مختلف</p> <p>- آموزش مردم جامعه در تمام اقشار</p>
	<p>آشناسازی اقشار مردم با رسانه‌های اجتماعی</p>	<p>- شناخت و معرفی رسانه‌های خاص که محتوای ارزشی دارند</p> <p>- نگاه آموزشی جهادی به سبک و شیوه‌های استفاده از فضای مجازی و اینترنت توسط دانشجویان و اساتید انقلابی</p>
	<p>آشنایی با جدیدترین تحولات</p>	<p>- رصد جدیدترین تحولات حوزه</p>

	فضای مجازی	ارتباطات و فضای مجازی شهر
	تشکیل کمیته‌های آموزشی	- راه‌اندازی کمیته برنامه‌ریزی کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت برای فعالیت‌های سلبی در این زمینه
ارتقای روابط انسانی رودررو در سطح جامعه	تقویت روابط انسانی	- تسهیل و تسریع در ارتباطات
	تقویت مشارکت‌های مستقیم اجتماعی افراد جامعه	- تشویق به شرکت در فعالیت‌های اجتماعی و تقویت این گونه رفتارها توسط والدین
مدیریت فضای مجازی	کنترل فضای مجازی از سوی دست‌اندرکاران	- اعمال محدودیت‌ها در بعضی از رسانه‌ها برای اجرا و دیدن آن رسانه
	تقوای رسانه‌ای	- رعایت حدود شرعی یا به عبارتی تقوای رسانه‌ای
	کنترل زمان استفاده از فضای مجازی	- اولویت‌بندی نیازمندی‌های ورود به اینترنت
تقویت انگیزه‌های حمایت و بهره‌گیری از فضای مجازی داخلی	تشویق اقشار مردم برای استفاده از فضای مجازی داخلی	- تشویق مردم به استفاده از رسانه‌های صوتی و فراگیر ایرانی
فضای مجازی داخلی	حمایت مالی از حوزه آموزش و فرهنگ‌سازی سواد رسانه‌ای	- شناسایی خیرین برای حمایت مالی در خصوص آموزش و فرهنگ استفاده

داده‌های مندرج در جدول فوق بیان‌گر این است که چهار مقوله‌ی ارتقای دانش رسانه‌ای، ارتقای روابط انسانی رودررو در سطح جامعه، مدیریت فضای مجازی و تقویت انگیزه‌ی حمایت و بهره‌گیری از فضای مجازی داخلی، راهکارهای پیشگیری از آسیب‌های سواد رسانه‌ای هستند. مؤلفه‌های ارتقای دانش رسانه‌ای و مدیریت فضای مجازی، بیشترین برجستگی را در این بین دارند و مقوله‌های ارتقای روابط انسانی رودررو در سطح جامعه و تقویت انگیزه‌ی حمایت و بهره‌گیری از فضای مجازی، در درجات بعدی اهمیت واقع می‌گردند.

۵. نتیجه‌گیری

در این پژوهش به‌طور کلی به دنبال پاسخ‌گویی به سه سؤال اساسی بودیم. در پاسخ به سؤال اول مشخص گردید، آسیب‌های سواد رسانه‌ای شامل پنج مقوله آسیب‌های ذهنی - عقیدتی، آسیب‌های مالی، آسیب‌های روانی، آسیب‌های اجتماعی و آسیب‌های اخلاقی است. در این بین، مقوله‌های آسیب‌های ذهنی - عقیدتی، آسیب‌های اجتماعی و آسیب‌های اخلاقی دارای بیشترین بسامد و برجستگی است و آسیب‌های مالی و آسیب‌های روانی در درجات بعدی قرار می‌گیرد. در تبیین نتایج این پرسش می‌توان گفت، منظور از آسیب‌های ذهنی - عقیدتی این است که فریب دادن کاربران فضای مجازی با ظاهرسازی‌ها، بزرگ‌نمایی‌ها و گمراه‌سازی آن‌ها، نشر اخبار کذب و شایعات، اعتیاد ذهنی پیدا کردن به فضای مجازی، ایجاد شبهات و برداشت‌های نادرست و ترویج آن‌ها، پایین آوردن قدرت تشخیص اخبار درست از نادرست، پرنرنگ کردن کاستی‌ها و کم‌رننگ کردن برجستگی‌های نظام، تضعیف نظام اعتقادی افراد، وارد کردن کاربران در شبکه‌های اجتماعی مخالف نظام اسلامی، موجبات آسیب رسیدن به مخاطبان فضای مجازی را ایجاد می‌کند. منظور از آسیب‌های مالی این است که فضای مجازی در برخی از موارد زمینه‌های سرقت اینترنتی، کلاهبرداری و حتی از دست رفتن شغل افراد را موجب می‌شود. منظور از آسیب‌های روانی این است که استفاده‌ی نادرست از فضای مجازی موجب تضعیف روحیه، از بین رفتن روابط انسانی صمیمانه و تخریب روان کاربران را فراهم می‌کند. منظور از آسیب‌های اجتماعی این است که فضای مجازی در مواردی موجب انزوای افراد جامعه، هدر رفتن وقت ایشان، از بین بردن مسئولیت‌پذیری و تعهد اجتماعی و شغلی، تضعیف روابط خانوادگی، ترک و افت تحصیلی، تضادهای قومی، مذهبی و فرهنگی، از بین رفتن برخوردهای رودرروی افراد در جامعه و نابودی سبک زندگی اسلامی - ایرانی را فراهم می‌کند. منظور از آسیب‌های اخلاقی این است که استفاده‌ی ناصحیح از فضای مجازی موجب شروع روابط غیراخلاقی، ترویج محتوای غیراخلاقی، سرقت هویتی افراد و انحرافات اخلاقی را فراهم می‌کند. نتایج این پرسش با نتایج پژوهش‌های رضوی و همکاران (۱۳۹۷) و پاکباز (۱۳۹۷) و مقدس زاده و صفاحیه (۱۳۹۶) مطابقت دارد.

یافته‌های پرسش دوم نشام داد، شش مقوله ضعف در زیرساخت‌های ارتباطی،

تبلیغات رسانه‌ای معاند خارجی، ضعف در روابط انسانی در جامعه، ضعف دانشی، ضعف در حوزه برنامه‌ریزی و نظارت ارگان‌های ارتباطی و اعتیاد رسانه‌ای دلایل بروز آسیب‌های سواد رسانه‌ای هستند. در این میان، مؤلفه‌های تبلیغات رسانه‌ای معاند خارجی و ضعف دانشی دارای بیشترین بسامد هستند و سایر مؤلفه‌ها در درجات بعدی قرار می‌گیرند. مقصود از مؤلفه ضعف در زیرساخت‌های ارتباطی این است که ساختارهای اولیه ایجاد فضای مجازی امن و غنی و همچنین نیروهای متخصص در این زمینه ضعیف است. مؤلفه‌ی تبلیغات رسانه‌ای معاند گویای این است که کشورهای معاند نظام جمهوری اسلامی به دنبال ناامن سازی و مسموم سازی فضای مجازی بوده، اخبار و برنامه‌های گمراه‌کننده در فضای مجازی وجود داشته و تضعیف نظام عقیدتی افراد جامعه و از طرفی بزرگ‌نمایی رسانه‌ها و امکانات فضای مجازی بیگانه از عوامل بروز چالش در فضای مجازی هستند. مقوله‌ی ضعف در روابط انسانی بیانگر این است که تضعیف روابط خانوادگی سنتی و افت شدید ملاقات‌های رودررو به بروز آسیب در فضای مجازی می‌انجامد. منظور از مقوله ضعف دانشی این است که نبود سواد رسانه‌ای در بین اقشار جامعه و دانش ارتباطی و تکنولوژیکی در این خصوص، وجود اخبار متنوع و بعضاً متناقض و نبود شناخت کافی از فضای مجازی باعث بروز مشکلاتی در استفاده از فضای مجازی می‌شود. همچنین بی‌برنامگی نهادهای مرتبط با فضای مجازی و عدم مدیریت و کنترل و نظارت صحیح از این فضا و به وجود آمدن عادت مداوم به استفاده از اینترنت و ترجیح فضای مجازی به حقیقی از سوی اقشار جامعه، آسیب‌زاست.

نتایج این پژوهش با پژوهش‌های لیاقت دار (۱۳۹۴) و اکبری تبار (۱۳۹۰) همراستا هست.

داده‌های پرسش سوم بیان‌گر این بود که چهار مقوله ارتقای دانش رسانه‌ای، ارتقای روابط انسانی رودررو در سطح جامعه، مدیریت فضای مجازی و تقویت انگیزه‌ی حمایت و بهره‌گیری از فضای مجازی داخلی راهکارهای پیشگیری از آسیب‌های سواد رسانه‌ای هستند. مؤلفه‌های ارتقای دانش رسانه‌ای و مدیریت فضای مجازی بیشترین برجستگی را در این بین داراست و مقوله‌های ارتقای روابط انسانی رودررو در سطح جامعه و تقویت انگیزه حمایت و بهره‌گیری از فضای مجازی در درجات بعدی اهمیت واقع می‌گردند. منظور از مقوله ارتقای دانش رسانه‌ای این است که ضمن آگاه‌سازی اقشار جامعه نسبت

به نقاط قوت و ضعف و آسیب‌ها و فرصت‌ها و تهدیدات فضای مجازی، با تشکیل نهادها و کمیته‌های آموزشی در این حوزه سواد رسانه‌ای افراد ارتقا یافته و تحولات فضای مجازی مدام برای افراد جامعه اطلاع‌رسانی شود. مقوله‌ی ارتقای روابط انسانی رودررو در سطح جامعه این است که افزایش مشارکت‌های اجتماعی مستقیم و چهره به چهره و به عبارتی فیزیکی یا حقیقی و تقویت روابط انسانی و اجتماعی در سطح جامعه تقویت شود. همچنین کنترل و فیلترسازی فضای مجازی و تنظیم زمان بهره‌گیری افراد از فضای مجازی و آموزش تحلیل محتوا در فضای مجازی و حمایت‌های مالی و معنوی از حوزه اجرایی فضای مجازی در دستور کار مسئولان قرار گیرد. نتایج این سؤال با نتایج پژوهش‌های دوران (۱۳۸۳) و حاتمی (۱۳۹۴) مطابقت دارد.

در ادامه پیشنهادهای کاربردی و پژوهشی و محدودیت‌ها را به‌عنوان بخش پایانی پژوهش از نظر می‌گذرانیم.

درخصوص سؤال اول پژوهش پیشنهاد می‌شود که ظاهرسازی‌ها، بزرگ‌نمایی‌ها، اخبار کذب و شایعات از سوی دست‌اندرکاران نظارت و کنترل فضای مجازی رصد شده و به مردم اطلاع‌رسانی شود. در ارتباط با شبهات و برداشت‌های نادرست، تشخیص اخبار درست از نادرست، پررنگ کردن کاستی‌ها و کم‌رنگ کردن برجستگی‌های نظام آگاه‌سازی‌های لازم برای کاربران و مخاطبان فضای مجازی صورت پذیرد. فیلترهای لازم برای ممانعت از وارد کردن کاربران در شبکه‌های اجتماعی مخالف نظام اسلامی ایجاد شود. امنیت لازم در کانال‌ها، سایت‌ها و شبکه‌های مجازی برای جلوگیری از سرقت اینترنتی، کلاهبرداری ایجاد شود. همچنین سایت‌های غیراخلاقی و هر نوع محتوای غیراخلاقی بدون هرگونه ملاحظاتی مسدود گردد.

درخصوص سؤال دوم پیشنهاد می‌شود؛ زیرساخت‌های اولیه‌ی ایجاد فضای مجازی امن و غنی و همچنین نیروهای متخصص در این زمینه تقویت گردد. همچنین اقشار جامعه از اخبار و برنامه‌های گمراه‌کننده در فضای مجازی بزرگ‌نمایی رسانه‌ها و امکانات فضای مجازی بیگانه آگاه شوند. روابط خانوادگی سنتی و ملاقات‌های رودررو افزایش یابد. سواد رسانه‌ای در بین اقشار جامعه و دانش ارتباطی و تکنولوژیکی در این خصوص ارتقا یابد. همچنین نهادهای مرتبط با فضای مجازی و مدیریت و کنترل و نظارت صحیح از این فضا مورد توجه قرار گیرد.

درخصوص سؤال سوم پیشنهاد می‌شود ضمن آگاه‌سازی اقشار جامعه نسبت به نقاط قوت و ضعف و آسیب‌ها و فرصت‌ها و تهدیدات فضای مجازی، با تشکیل نهادها و کمیته‌های آموزشی در این حوزه سواد رسانه‌ای افراد ارتقا یافته و تحولات فضای مجازی مدام برای افراد جامعه اطلاع‌رسانی شود. افزایش مشارکت‌های اجتماعی مستقیم و چهره به چهره و به عبارتی فیزیکی یا حقیقی و تقویت روابط انسانی و اجتماعی در سطح جامعه تقویت شود. همچنین کنترل و فیلترسازی فضای مجازی و تنظیم زمان بهره‌گیری افراد از فضای مجازی و آموزش تحلیل محتوا در فضای مجازی و حمایت‌های مالی و معنوی از حوزه اجرایی فضای مجازی در دستور کار مسئولان قرار گیرد.

نظر به تأثیرگذاری فضای مجازی در لایه‌های مختلف جامعه لازم است، با بهره‌گیری از مؤلفه‌های معرفی‌شده در این پژوهش، وضعیت بهره‌گیری از فضای مجازی در سایر مناطق و استان‌ها مورد بررسی قرار گیرد.

باتوجه به مهم بودن مقوله فضای مجازی پیشنهاد می‌شود، در مورد تمامی بخش‌های مرتبط با فضای مجازی پژوهش‌هایی به انجام رسد تا آسیب‌های این حوزه بیش‌ازپیش شناخته شود.

منابع

- آذریان، علی، ساروخانی، باقر و نوابخش، مهرداد (۱۳۹۶)، رسانه و تعلق پذیری ملی: مطالعه‌ای در باب تأثیر رسانه‌های جمعی بر تعلق‌پذیری ملی، فصلنامه مطالعات میان فرهنگی، دوره ۱۲، شماره ۳۱، صص ۹۳-۱۱۵.
- پاکباز خسروشاهی، علی (۱۳۹۷)، طراحی الگوی مدیریت بحران در رسانه، مجله رسانه، شماره ۱۱۲، صص ۱۲۵-۱۴۶.
- حاتمی، محمدرضا (۱۳۹۴)، شکل‌گیری داعش در کانون پویش جهانی شدن، مطالعات روابط بین‌الملل (پژوهشنامه روابط بین‌الملل)، دوره ۸، شماره ۳۰، صص ۱۴۷-۱۶۹.
- حیدری، عباسعلی، فاضلی، فاضل (۱۳۹۶)، آسیب‌شناسی فضای مجازی از منظر فقهی و اخلاقی، ششمین کنگره سراسری فناوریهای نوین ایران با هدف دستیابی به توسعه پایدار.
- شاه علی، احمدرضا، احسان موحدیان (۱۳۹۱)، تروریسم دولتی در فضای مجازی و راهکارهای مقابله با آن، مجله رسانه، شماره ۲، پیاپی ۸۷، صص ۱۰۱-۱۲۳.
- فرهنگی، علی اکبر، عباسی، حجت‌الله (۱۳۹۷)، طراحی مدل مقابله با چالشهای تروریسم رسانه‌ای، مجله دین و ارتباطات شماره ۱، صص ۲۵-۴۶.
- لیاقت دار، محمد جواد، نظری، حسین، موسوی، ستاره (۱۳۹۴)، بررسی فرصت‌ها و تهدیدهای ناشی از کاربرد فناوری اطلاعات در سبک زندگی دینی دانشجویان (مطالعه موردی: دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه اصفهان)، مجله مطالعات رسانه و امت، شماره ۲، صص ۱۱۷ تا ۱۴۰.
- نجات پور، مجید، جمیل میلانی، سید علی نجات (۱۳۹۳)، پدیده داعش و شگردهای رسانه‌ای، نشریه مطالعات رسانه و امت، پیاپی ۱، ص ۸۹.
- مقدس زاده، حسن، صفاهیه، هاجر (۱۳۹۶)، سواد رسانه‌ای و آگاهی از آسیب‌های شبکه‌های اجتماعی، مجله مطالعات رسانه‌ای، شماره ۳۹، صص ۲۵-۳۵.
- نکته‌دان، حوریه، حافظه سیفی آتشگاه (۱۳۸۶)، اینترنت و تأثیر آن بر فعالیت‌های القاعده، مجله علوم سیاسی، شماره ۷، صص ۵۶-۷۸.
- شجاعی و همکاران (۱۳۹۸)، تأثیر سواد رسانه‌ای بر سرمایه فرهنگی، مجله مطالعات رسانه‌ای، شماره ۴۵، صص ۵۶-۷۷.
- کاستلز، مانوئل (۱۳۹۶)، قدرت ارتباطات، ترجمه‌ی حسین بصیریان، تهران،

انتشارات علمی فرهنگی.

-Asparouhova, K (2019), Tweens logged in: How social norms and media literacy relate to children's usage of social media, Master Thesis, Department of Media and Communication, School of Economics and Political Science, London.

-Buckingham, D (2003) ,Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture. Cambridge: Polity Press. Kress,

-Rogow, Faith (2009), "Teaching Media Literacy in Less Than an Hour" *Journal of Media Literacy Education*, 72-74

-El-Sated, H., Firoz, M. & Dzamtoska, S (2015), Social changes & social media usage amongst Emirati female. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, Special Issue, December, 102-116.

-Livingstone, S (2014), Developing social media literacy: How children learn to interpret risky opportunities on social network sites. *Communications*, 39 (3), 283-303.

-Maykut. P. and Morehouse, R (1994), *Beginning Qualitative Research*. London: The Falmer press

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

-Asparouhova, K (2019), Tweens logged in: How social norms and media literacy relate to children's usage of social media, Master Thesis, Department of Media and Communication, School of Economics and Political Science, London.

-El-Sated, H., Firoz, M. & Dzamtoska, S (2018), Social changes & social media usage amongst Emirati female. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, Special Issue, December, 102-116. ^

-Livingstone, S (2014), Developing social media literacy: How children learn to interpret risky opportunities on social network sites. *Communications*, 39 (3), 283-303.

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

-Phang, A (2005), Add a dose of media literacy in the media diplomas curriculum and syllabus. Retrieved July 13, 2016, website: www.esd.sp.edu.sg/eetc/eetc07/docs/JTP/Medialiteracy_annaphang.pdf.

