

Research Paper

Studying the scales measuring adolescent - media relationship: A systematic qualitative review

Zahra Ojagh¹

Received: Jun, 9, 2025; Accepted: Dec, 16, 2025

Abstract

Media – Child Relationships is at the top of the agenda for research and education today in developing evidence-based policy making to optimally and efficiently regulate this relationship, realistic understanding of its nature, and taking the necessary measures. However, there are few validated research instruments for researchers and educators to examine how parents mediate adolescents relation to media and how adolescents develop and perceive their relations to media. So, a systematic review method was used in this study. Because most social media emerged by 2013, this year was chosen as the starting point for the study. Using keywords, 55 articles were identified, and after screening according to the PRISMA guidelines, 12 articles remained. This review identified 13 scales measuring adolescent-media relationships. The trend of publication of articles has grown significantly since 2023. After reviewing the literature on Media- Child relationships questionnaires, the goals for introducing scales were categorized in two categories: understanding how adolescents use media and the methods and effects of media parenting. The scales assess adolescent - media relationship in four dimensions: the first dimension is cognitive with three sub-dimensions: information about the amount and manner of adolescent media consumption, parental media literacy, and adolescent media literacy. The second dimension is behavioral and includes items that measure parental media parenting. The third dimension is consequence with three sub-dimensions: digital well-being, media addiction, and using media to cope with inappropriate situations. The fourth dimension is intentional, which includes four sub-dimensions: consuming, relating, creating, and sharing.

Keywords: Media – Child relationship, Scale, Systematic Review, Parenting

¹ Associate Prof., Department of Communication of Science and Technology, Faculty of Cultural Studies and Communication, Institute for Humanities and Cultural Studies, z.ojagh@ihcs.ac.ir

Problem Statement

The relationship between adolescents and media, as a group that rapidly adopts new technologies (van den Eijnden, Lemmens & Valkenburg, 2016), has raised increasing concerns. Excessive media use affects adolescents' real-world relationships as well as their interactions within digital environments (Ojagh, 2019). Consequently, assessing adolescents' relationship with smartphones is essential for understanding the effects of media consumption on their development and well-being. Such assessments should include both the duration of use and the type of content consumed, as these dimensions can also address parental anxiety about their child's uncontrolled smartphone use.

Developing and utilizing reliable tools to measure the extent and patterns of adolescents' media engagement can play a crucial role in managing these challenges. The results of such assessments provide the foundation for more precise policy-making and planning, help to delineate the boundary between normal and problematic use, and contribute to shaping a more realistic image of adolescents in the minds of parents, policymakers, and society as a whole.

Previous studies indicate that parents and their parenting styles are among the most influential factors in shaping adolescents' media behavior (Granich et al., 2011; You et al., 2023). Research has demonstrated that parental mediation in children's media use can help allocate cognitive resources, regulate emotions, strengthen family relationships, and mitigate the negative effects of media exposure. However, findings remain inconsistent regarding the extent to which parental mediation effectively reduces the intensity or harmfulness of media use (Lukavska et al., 2021).

According to Self-Determination Theory (Deci & Ryan, 2000), the experience of autonomy and choice is a fundamental condition for human development. This theory posits that adolescents gradually internalize societal values and norms during family socialization, provided that the process supports their autonomy. It emphasizes the role of social factors—such as rewards, punishments, and behavioral models—in activating or suppressing intrinsic motivation. To facilitate this internalization, parents should foster cognitive development by providing explanations and rationales for behavioral norms (Dehnad, 2021). Supportive self-determination parenting, therefore, involves offering structure and guidance while respecting adolescents' growing capacity for independent decision-making.

Nevertheless, parental mediation of media use presents particular challenges compared to other behavioral domains. Social Domain Theory (Smetana, 1995) suggests that the effectiveness of parental rules depends largely on adolescents' perceptions of parental authority as legitimate. Adolescents tend to accept parental authority within moral (e.g., stealing, lying) and conventional (e.g., chores, swearing) domains but are less likely to perceive it as legitimate in personal domains such as friendships, dress, or media use. These personal domains pertain to individual preferences rather than collective norms, and adolescents often view parental interference in these areas as unjust.

Despite the significance of this issue, few studies in Iran have conceptualized the potentially harmful relationship between adolescents and the media, and no comprehensive research has yet been conducted to develop or validate relevant measurement scales. Therefore, the present study aims to identify scales developed and validated in the past decade and to extract the conceptual dimensions that define the adolescent–media relationship. Specifically, the study addresses the following research questions:

1. What were the main objectives behind the creation, validation, and application of the scales designed to measure the adolescent–media relationship?
2. What are the conceptual dimensions and items included in each scale?
3. How have these scales been validated?
4. What have been the outcomes of their implementation?

Methodology

This study was conducted as a systematic review following the four-step PRISMA guideline (Moher et al., 2009). The review process comprised the following stages:

(1) Identification.

Based on the research questions, specific inclusion and exclusion criteria were established to guide the selection of articles. The search was performed using the keywords “Measuring Child–Media Relationships,” “Media–Child Communication Scale,” “Measuring Adolescent and Media Relations,” and “Adolescent–Media Relations Scale.” Searches were conducted in both Persian and English across multiple databases, including Google, Google Scholar, Sage, ResearchGate, PubMed, and Springer. The selected time frame for the literature search was 2013 to 2023. As a result, 55 related articles were initially identified.

(2) Screening.

In the screening phase, the titles, keywords, and abstracts of all identified articles were reviewed to assess their relevance to the research questions. After excluding 40 irrelevant items, 15 articles were retained for further examination.

(3) Eligibility.

During this stage, the full texts of the selected articles were read in detail. It was found that two of the articles were revalidations of a previously introduced scale, and one focused on the effects of scales as antecedents or consequences. Consequently, 12 articles remained, within which 13 adolescent-specific scales were identified and examined.

(4) Final Inclusion.

In the final inclusion phase, the selected articles were reviewed once more to ensure consistency with the research questions. No additional irrelevant articles were identified during this stage, and thus, 12 articles were ultimately included in the systematic review.

For data analysis, the constant comparative method (Glaser, 1965) was employed to identify and categorize patterns across studies. To ensure the validity of the analysis, and due to financial constraints, the researcher personally read all the selected texts two to three times, checking and verifying the coding process independently. No significant discrepancies were observed in identifying or determining the codes.

Findings

From the twelve relevant articles identified through database searches, none were published in Persian. Overall, the number of studies addressing scales designed to measure the relationship between adolescents and the media has increased notably in recent years. Specifically, five articles were published in 2023 and 2024, while seven articles appeared between 2013 and 2023. This trend indicates that the importance of developing standardized tools for obtaining an objective and evidence-based understanding of adolescents' relationship with media has only recently been recognized, marking it as a new and emerging area of research.

Geographically, four scales were developed in the Netherlands, and five of the reviewed articles reported research conducted in that country. In terms of research purpose, all the identified studies focused on developing and introducing measurement scales. Some articles were primarily methodological, detailing the design and validation process, while most also reported empirical findings derived from applying these scales to sample populations.

Among the authors, Patti M. Valkenburg from the University of Amsterdam (the Netherlands) emerged as the most active researcher, contributing to four publications. Following her, Mark D. Griffiths from Nottingham Trent University (England) and van den Eijnden from Utrecht University (the Netherlands) each authored two articles.

By systematically analyzing and comparing the findings to address the four research questions, this study compiled detailed insights on the development, validation, and application of adolescent–media relationship scales. The conclusions of this research are derived directly from these comparative analyses and are presented in the subsequent section.

Conclusion

With respect to the research objectives, the reviewed studies revealed that scholars have primarily pursued two main goals in developing and introducing scales measuring adolescents' relationships with media:

1. Understanding how adolescents use media, and
2. Evaluating the methods and effects of media parenting.

A review of the literature underscores the crucial role of media parenting and highlights the need for parents to remain sensitive, active, and aware of their children's media consumption patterns. Such involvement not only facilitates the transmission of cultural norms and values to younger generations but also helps prevent potential harm, time loss, and misuse of media. The effectiveness of media parenting, as shown in the reviewed studies, depends on three theoretical foundations: (1) adolescents' perception of parental intervention as legitimate; (2) parents' recognition of their children's autonomy and decision-making capacity; and (3) the necessity of understanding the current landscape of media use and parenting practices to design contextually appropriate media education programs within each society.

In terms of theoretical orientation, some of the identified scales are exploratory in nature, while others—such as the Social Media Disorder Scale—assume a specific condition such as addiction. The latter group of scales tends to emphasize the deterministic power of media, often overlooking adolescents' agency and volition in their media consumption behaviors.

Across studies, scales measuring adolescents' relationship with media have been found to focus on four major dimensions:

- Cognitive (knowledge and awareness related to media),
- Behavioral (patterns and frequency of use),

- Consequential (psychological and social outcomes), and
- Intentional (motivations and goals behind media engagement).

From a methodological perspective, this systematic review led to three key conclusions:

1. Most scales rely primarily on self-report instruments for data collection.
2. Newer scales offer more precise and nuanced assessments of adolescents' media use, extending beyond surface-level descriptions of screen time.
3. When multiple scales are applied within the same study, the order of administration matters, as the first scale can exert a priming effect on participants' responses to subsequent scales.

Finally, the results derived from the implementation of these scales can be categorized into four main outcome domains:

1. Information-seeking and cognitive awareness: Adolescents tend to disclose rather than conceal their social media activities. The extent of parental awareness of adolescents' media use depends largely on the quality of communication between parents and children.
2. Parenting behaviors and mediation styles: It is not merely the presence of restrictive or active mediation that shapes adolescents' media habits, but rather the style and tone in which these strategies are applied—specifically, the degree to which parents acknowledge and respect adolescents' autonomy.
3. Consequences of media consumption: The amount of screen time alone does not yield meaningful insights into the psychosocial impacts of smartphone use. However, increased screen exposure has been associated with lower cognitive performance, reduced academic achievement, and diminished productivity.
4. Emotional and social functions: Adolescents use smartphones not only as tools to alleviate negative emotions but also as means to seek emotional support, maintain social connections, and find solutions to personal problems.

References

- Asadi, N. (2020). Investigating the ways of parental intervention in children's use of media. *Rasaneh*, 31 (3), 83-110. [20.1001.1.10227180.1399.31.3.4.2](https://doi.org/10.1001.1.10227180.1399.31.3.4.2) (In Persian)
- Aslani. Gh. R.; Azimi. S.A.; Soleimani, N. (2020). Relationship between Parenting Styles and Internet safety of Children among Male and Female Students of Dezful. *Technology of Education Journal*, 14 (1), 211-220, <https://doi.org/10.22061/jte.2018.3959.1969> (In Persian)

- Beyens, I., Keijsers, L., & Valkenburg, P. M. (2024). Development, validity, and reliability of the parent-adolescent communication about adolescents' social media use scale (PACAS). *Journal of Children and Media*, 18(2), 159-177. DOI: 10.1080/17482798.2023.2299828
- Boer, M., Stevens, G. W., Finkenauer, C., Koning, I. M., & van den Eijnden, R. J. (2022). Validation of the social media disorder scale in adolescents: findings from a large-scale nationally representative sample. *Assessment*, 29(8), 1658-1675, DOI: 10.1177/10731911211027232
- Browne, D. T., May, S. S., Colucci, L., Hurst-Della Pietra, P., Christakis, D., Asamoah, T., ... & Prime, H. (2021). From screen time to the digital level of analysis: a scoping review of measures for digital media use in children and adolescents. *BMJ open*, 11(5), e046367. Doi: 10.1136/bmjopen-2020-046367
- Collier, K. M., Coyne, S. M., Rasmussen, E. E., Hawkins, A. J., Padilla-Walker, L. M., Erickson, S. E., & Memmott-Elison, M. K. (2016). Does parental mediation of media influence child outcomes? A meta-analysis on media time, aggression, substance use, and sexual behavior. *Developmental psychology*, 52(5), 798 – 812.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). The “what” and “why” of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychological Inquiry*, 11, 227–268. Doi: 10.1207/S15327965PLI1104_01
- Dehnad, V. (2021). The theory of self-determination and its link to the theory of goal setting, *Rooyesh-e-Ravanshenasi Journal (RRJ)*, 10 (3), 171-182.
- Den Hamer, A. H., Konijn, E. A., Plaisier, X. S., Keijer, M. G., Krabbendam, L. C., & Bushman, B. J. (2017). The content-based media exposure scale (C-ME): development and validation. *Computers in human behavior*, 72, 549-557. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.02.050>
- Glaser, B.G. (1965). The Constant Comparative Method of Qualitative Analysis. *Social Problems*, 12 (4), 436-445. <http://www.jstor.org/stable/798843>
- Granich, J., Rosenberg, M., Knuiman, M.W. & Timperio, A. (2011). Individual, social, and physical environment factors associated with electronic media use among children: sedentary behavior at home. *Journal of Physical Activity and Health*, 8(5), 613-25. doi: 10.1123/jpah.8.5.613.
- Huang, S., Lai, X., Ke, L., Qin, X., Yan, J. J., Xie, Y., ... & Wang, Y. (2023). Coping styles among Chinese adolescents: The development and validation of a smartphone coping style scale. *Journal of Children and Media*, 17(4), 488-505. DOI: 10.1080/17482798.2023.2239951

- Kuldas, S., Sargioti, A., Milosevic, T., & Norman, J. O. H. (2021). A review and content validation of 10 measurement scales for parental mediation of children's Internet use. *International Journal of Communication*, 15, 23.4062–4084. 1932–8036/20210005
- Laupichler, M. C., Aster, A., & Raupach, T. (2023). Delphi study for the development and preliminary validation of an item set for the assessment of non-experts' AI literacy. *Computers and Education: Artificial Intelligence*, 4, 100126.
- Lin, C. Y., Broström, A., Nilsen, P., Griffiths, M. D., & Pakpour, A. H. (2017). Psychometric validation of the Persian Bergen Social Media Addiction Scale using classic test theory and Rasch models. *Journal of behavioral addictions*, 6(4), 620-629. DOI: 10.1556/2006.6.2017.071
- Lintner, T. (2024). A systematic review of AI literacy scales. *npj Science of Learning*, 9(1), 50. <https://doi.org/10.1038/s41539-024-00264-4>.
- Lu, J., Luo, J., Liang, L., & Jing, M. (2019). Measuring adolescents' social media behavior outside and inside of school: Development and validation of two scales. *Journal of Educational Computing Research*, 57(5), 1108-1130. 1–23, DOI: 10.1177/0735633118786851
- Mieczkowski, H., Lee, A. Y., & Hancock, J. T. (2020). Priming effects of social media use scales on well-being outcomes: the influence of intensity and addiction scales on self-reported depression. *Social Media+ Society*, 6(4), 2056305120961784. , DOI: 10.1177/2056305120961784
- Nikken, P., & Jansz, J. (2013). Developing scales to measure parental mediation of young children's internet use. *Learning, Media and Technology*, 39(2), 250–266. <https://doi.org/10.1080/17439884.2013.782038>
- Nimrod, G., Elias, N. & Lemish, D. (2019). Measuring Mediation of Children's Media Use, *International Journal of Communication* 13(2019), 342–358
- Ojagh, S.Z. (2019). Media Education for Children: True Content for School Children, *Cultural Studies and Communication*, 14 (53), 221-247,
- Perez, O., Garza, T., Hinderer, O., Beltran, A., Musaad, S.M., Dibbs, T., et al. (2023) Validated assessment tools for screen media use: A systematic review. *PLoS ONE*, 18(4): e0283714. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0283714>
- Rich, M., Bickham, D.S. & Shrier, L.A. (2015). Measuring Youth Media Exposure: A Multimodal Method for Investigating the Influence of Media on Digital Natives, *American Behavioral Scientist*, 59(14), 1736–1754, DOI: 10.1177/0002764215596558

- Rosič, J., Carbone, L., Vanden Abeele, M. M., Lobe, B., & Vandenbosch, L. (2024). Measuring digital well-being in everyday life among Slovenian adolescents: The perceived digital well-being in adolescence scale. *Journal of Children and Media*, 18(1), 99-119. <https://doi.org/10.1080/17482798.2023.2272651>
- Sheshjavani, H.; Sohrabi, Z. & et al., (2017). Children and Cellphones: Children's media consumption. Research Center for Cultural and Creative Industries. (In Persian)
- Smetana, J. G. (1995). Parenting styles and conceptions of parental authority during adolescence. *Child Development*, 66, 299-316. doi: 10.1111/j.1467-8624.1995.tb00872.x
- Subaşı, S., Korkmaz, Ö., & Kukul, V. (2024). Social media parenting scale: Validity and reliability study. *Education and Information Technologies*, 29(18), 25093-25121. <https://doi.org/10.1007/s10639-024-12833-6>
- Solgi, M.; Ahad, M.; Javaheri, F.; Kerman, E.; Bahmani, M. & et al., (2021). Children and Media in Iran (Opportunities and Threats), Research Center for Culture, Art And Communications. (In Persian)
- Suh, B., Kirkorian ,H., Barr, R., Kucker, S.C., Torres, C. & Radesky, J.S. (2024). Measuring parents' regulatory media use for themselves and their children. *Frontiers in Developmental Psychology*. 2(1377998). Doi: 10.3389/fdpys.2024.1377998
- Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2011). Adolescents' online communication: An integrative model of its attraction, opportunities, and risks. *Journal of Adolescent Health*, 48, 121-127. doi: 10.1016/j.jadohealth.2010.08.020
- Valkenburg, P. M., Piotrowski, J.T., Hermanns, J., & de Leeuw, R. (2013). Development and Validation of the Perceived Parental mediation Scale: A Self-Determination Perspective. *Human Communication Research*, 39(4), doi 10.1111/hcre.12010
- van den Eijnden, R.J.J.M.; Lemmens, J.S.; Valkenburg, P.M. (2016). The Social Media Disorder Scale. *Computers in Human Behavior*, 61, 478-487. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.038>
- World Health Organization (2025), *Adolescent health*, Retrieved from https://www.who.int/health-topics/adolescent-health#tab=tab_1 (10 march 2025)
- Yahyaei, S. (2019). Media consumption mechanism in adolescents. *New Media Studies*, 5 (19), 291-323. <https://doi.org/10.22054/nms.2020.43753.767> (In Persian)

- You, Y., Yang, J., Raat, H. & Grieken, A.V. (2023). Factors of heavy social media use among 13-year-old adolescents on weekdays and weekends. *World Journal of Pediatrics*, 19(4).DOI:10.1007/s12519-023-00690-1
- Zapf, H. et al. (2023). A Systematic Review of Parent-Child Communication Measures: Instruments and Their Psychometric Properties. *Clinical Child and Family Psychology Review*, 26(1),121-142 DOI: 10.1007/s10567-022-00414-3
- Zhang, J. (2022). Qualitative Systematic Review in Applied Linguistics: A Synthesis. *International Journal of Language and Literary Studies*. 5(1).156-174.
<http://doi.org/10.36892/ijlls.v5i1.1208>

مقاله پژوهشی

شناسایی و تحلیل مقیاس‌های سنجش رابطه نوجوانان با رسانه:

مرور منظم کیفی

سیده زهرا اجاق^۱

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۸/۰۴؛ تاریخ تایید: ۱۴۰۴/۹/۲۵

چکیده

رابطه نوجوان و رسانه در سال‌های اخیر به یکی از محورهای اصلی پژوهش‌های ارتباطی و آموزشی تبدیل شده است، زیرا درک واقع‌بینانه از ماهیت این رابطه برای تدوین سیاست‌گذاری‌های شواهدمحور ضروری است. در این زمینه، ابزارهای کمی معتبر می‌توانند به پژوهشگران و آموزش‌دهندگان در مطالعه‌ی میانجی‌گری والدین، شیوه‌های گسترش رابطه نوجوان با رسانه و درک متقابل آنان کمک کنند. با توجه به نبود مقیاس‌های بومی در ایران، این مطالعه با روش مرور نظام‌مند انجام شد. با استفاده از کلیدواژه‌های مرتبط، در ابتدا ۵۵ مقاله شناسایی شد که پس از غربالگری بر اساس دستورالعمل PRISMA، ۱۲ مقاله واجد شرایط نهایی انتخاب شدند. در این مرور، ۱۳ مقیاس مرتبط با سنجش رابطه نوجوان و رسانه شناسایی شد. نتایج نشان داد که روند انتشار مقالات از سال ۲۰۲۳ به‌طور قابل‌توجهی افزایش یافته است. مرور و تحلیل مقالات انتخاب‌شده با روش مقایسه‌ای مستمر گلاسز نشان داد دو هدف اصلی پژوهشگران در تدوین این مقیاس‌ها عبارت‌اند از: (۱) فهم نحوه استفاده نوجوانان از رسانه‌ها و (۲) بررسی شیوه‌ها و پیامدهای والدگری رسانه‌ای. این مقیاس‌ها رابطه نوجوان-رسانه را در چهار بُعد اصلی می‌سنجند: بُعد شناختی (با سه خرده‌بعد شامل میزان و شیوه مصرف رسانه‌ای، سواد رسانه‌ای والدین و سواد رسانه‌ای نوجوان)، بُعد رفتاری (والدگری رسانه‌ای)، بُعد پیامدی (با خرده‌بعد نیک‌بودگی دیجیتال، اعتیاد رسانه‌ای و استفاده مقابله‌ای از رسانه) و بُعد نیابتی (با خرده‌بعد مصرف، ارتباط، خلق و به‌اشتراک‌گذاری). یافته‌های این مرور می‌تواند مبنایی برای ساخت و اعتبارسنجی مقیاس‌های بومی سنجش رابطه نوجوان-رسانه در ایران فراهم سازد.

کلیدواژه‌ها: رابطه نوجوان-رسانه، مقیاس، مرور منظم، والدگری.

^۱ گروه ارتباطات علم و فناوری، پژوهشکده مطالعات فرهنگی و ارتباطات، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
z.ojagh@ihcs.ac.ir

اینترنت پویایی‌های اجتماعی جدیدی پدید آورده است. با ظهور گوشی‌های هوشمند، هر فرد می‌تواند اینترنت را در دستان خود داشته باشد. عرضه واتساپ در سال ۲۰۰۹، اینستاگرام در سال ۲۰۱۰ و تلگرام در سال ۲۰۱۳ بسته نسبتاً کاملی از رسانه‌ها و پیام‌رسان‌های اجتماعی را در اختیار کاربران قرار داد و استفاده از تلفن هوشمند را دگرگون کرد. در دهه اخیر، رسانه‌های اجتماعی نه تنها جنبه‌های مختلف زندگی را اینترنتی کرده‌اند، بلکه خود به بخشی از سبک زندگی تبدیل شده‌اند. امروزه این رسانه‌های نوین در کنار رسانه‌های سنتی به جزء جدایی‌ناپذیر زندگی انسان بدل شده‌اند.

در این میان، استفاده نوجوانان - به عنوان گروهی که فناوری‌های نو را به سرعت می‌پذیرند (van den Eijnden, Lemmens & Valkenburg, 2016) - نگرانی‌هایی برانگیخته است. استفاده بیش از حد از رسانه‌ها، روابط آنان را در دنیای واقعی و نیز در تعامل با رسانه‌ها تحت تأثیر قرار می‌دهد (Ojagh, 2019). از این رو، سنجش رابطه نوجوان با گوشی هوشمند برای فهم اثرات مصرف رسانه‌ای بر رشد و نیک‌بودگی آنان اهمیت دارد. این سنجش باید هم مدت‌زمان مصرف و هم نوع محتوای مصرف‌شده را دربر گیرد. پژوهشگران برای تشخیص مرز میان استفاده نرمال و پرخطر از تلفن هوشمند، به ساخت و اعتباریابی مقیاس‌هایی روی آورده‌اند که رابطه نوجوان و رسانه را قابل اندازه‌گیری می‌سازد.

بر اساس پیمایش رفتارهای مصرفی کودکان در حوزه موبایل در ایران، ۹۷ درصد نوجوانان و ۶۶ درصد کودکان در مراکز استان‌ها در سال ۱۳۹۶ از موبایل یا تبلت استفاده می‌کردند (شش‌جوانی، سهرابی و همکاران، ۱۳۹۶). چهار سال بعد، پژوهشی در پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات نشان داد که نخستین تجربه استفاده از اینترنت برای ۱/۵۹ درصد کودکان و نوجوانان، در ده سالگی یا پیش از آن رخ داده است. از میان آنان، ۱۰ درصد به صورت تمام‌وقت از اینترنت استفاده می‌کنند. «خواستن اما نتوانستن برای کاهش مصرف» (۹/۳۱٪)، «بروز مشکلات» (۳/۳۰٪)، «تعارض با خانواده و دوستان» (۴/۲۵٪)، «افت تحصیلی» (۷/۲۲٪) و «کاهش خواب و خوراک» (۲/۱۹٪) از پیامدهای گزارش شده هستند. این نسبت‌ها در میان نوجوانان (۱۳ تا ۱۷ سال) به مراتب بالاتر است (سلگی و همکاران، ۱۴۰۰).

پژوهش‌های دیگر نشان داده‌اند که استفاده از رسانه‌ها می‌تواند بر شاخص‌های فیزیولوژیکی کنترل بازدارنده و حافظه کاری تأثیر مثبت داشته باشد (Perez et al., 2023). همچنین افراد

برای غلبه بر احساساتی چون اضطراب، خشم، خجالت و بی‌حوصلگی از رسانه‌ها بهره می‌گیرند؛ والدین نیز برای نظم‌بخشی، سرگرمی یا خواباندن فرزندان از رسانه‌ها استفاده می‌کنند (Suh et al., 2024). با وجود این، استفاده کنترل‌نشده و افراطی از تلفن هوشمند موجب اضطراب والدین درباره میزان مصرف فرزند نوجوان می‌شود. وجود ابزارهایی برای سنجش میزان و شیوه ارتباط نوجوان با رسانه‌ها می‌تواند به مدیریت این وضعیت کمک کند. نتایج حاصل از چنین سنجش‌هایی، زمینه سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی دقیق‌تر را فراهم می‌سازد، مرز میان استفاده نرمال و مشکل‌ساز را روشن می‌کند و به شکل‌گیری تصویر واقع‌بینانه‌تری از نوجوان در ذهن خود، والدین و جامعه یاری می‌رساند.

مطالعات نشان می‌دهد که در بررسی رابطه نوجوان و رسانه، والدین و شیوه والدگری آنان مهم‌ترین عوامل اثرگذار هستند (Granich et al., 2011; You et al., 2023). از آن‌جا که نوجوانان بیشتر زمان خود را در خانه می‌گذرانند، خانواده بستر اصلی دسترسی آنان به اینترنت است. از این منظر، خانواده‌های امروزی را می‌توان «خانوارهای شبکه‌ای»^۱ دانست که در آن هر عضو به‌عنوان بازیگر نیمه‌خودمختار^۲ بر اساس دستورکار خود عمل می‌کند (Nikken & Jansz, 2013). پژوهش‌ها نشان داده‌اند که میانجی‌گری والدین در استفاده رسانه‌ای فرزندان، به تخصیص منابع شناختی، مدیریت هیجانات، تقویت روابط خانوادگی و کاهش اثرات منفی رسانه کمک می‌کند. در ادبیات پژوهش سه نوع والدگری رسانه‌ای شایع است: میانجیگری محدودکننده^۳، میانجیگری آموزنده^۴ و تماشای مشترک^۵. با گسترش سریع رسانه‌های دیجیتال در میان کودکان و نوجوانان، راهبردهایی تازه مانند نظارت، رصد^۶ و استفاده مشترک^۷ (مصرف رسانه به‌صورت مشترک و به‌خواست فرزند) نیز معرفی شده‌اند (Nimrod, Elias & Lemish, 2019).

با این حال، یافته‌ها نشان می‌دهد والدگری رسانه‌ای اثر ثابت و قطعی بر شدت مصرف یا استفاده آسیب‌زا از رسانه ندارد (Lukavska et al., 2021). فراتحلیل Collier و همکاران (۲۰۱۶) نیز بیان می‌کند که میانجی‌گری محدود، فعال و تماشای مشترک تأثیر معناداری بر میزان مصرف رسانه، پرخاشگری، مصرف مواد یا رفتار جنسی ندارند؛ تنها تماشای مشترک تأثیر مثبت

1 Networked households

2 Semi-autonomous actor

3 Restrictive mediation

4 Instructive mediation

5 Social coviewing

6 Monitoring

7 Co-use

خفیفی بر مدت مصرف رسانه دارد. بنابراین، برای درک دقیق‌تر این پدیده باید دلایل زیربنایی را بررسی کرد.

مطابق با ادبیات اثرگذاری، کارآمدی والدگری رسانه‌ای به درک نوجوان از کنش‌های والدین بستگی دارد. به‌طور مثال، تعیین قانون روشن برای مدت‌زمان استفاده از صفحه نمایش، نمونه‌ای از میانجی‌گری مؤثر است، اما واداشتن ناگهانی کودک به ترک استفاده از دستگاه می‌تواند پیامدی منفی داشته باشد. والدگری رسانه‌ای در پی درونی‌سازی هنجارهای مصرف رسانه در فرزندان است و باید این فرایند را همراه با حفظ خودتعیین‌گری آنان پیش برد.

بر اساس نظریه خودتعیین‌گر (Deci & Ryan, 2000)، نیز بیان می‌کند که میانجی‌گری محدود، فعال و تماشای مشترک تأثیر معناداری بر میزان مصرف رسانه، پرخاشگری، مصرف مواد یا رفتار جنسی ندارند؛ تنها تماشای مشترک تأثیر مثبت خفیفی بر مدت مصرف رسانه دارد. بنابراین، برای درک دقیق‌تر این پدیده باید دلایل زیربنایی را بررسی کرد.

مطابق با ادبیات اثرگذاری، کارآمدی والدگری رسانه‌ای به درک نوجوان از کنش‌های والدین بستگی دارد. به‌طور مثال، تعیین قانون روشن برای مدت‌زمان استفاده از صفحه نمایش، نمونه‌ای از میانجی‌گری مؤثر است، اما واداشتن ناگهانی کودک به ترک استفاده از دستگاه می‌تواند پیامدی منفی داشته باشد. والدگری رسانه‌ای در پی درونی‌سازی هنجارهای مصرف رسانه در فرزندان است و باید این فرایند را همراه با حفظ خودتعیین‌گری آنان پیش برد (Dehnad, 2021). طبق نظریه خودتعیین‌گری، اکثر این رفتارها، حداقل در ابتدا، انگیزه‌های بیرونی مانند جلب رضایت والدین یا اجتناب از تحریم و تنبیه دارند. در نتیجه، خانواده از طریق والدین حامی خودتعیین‌گری نقش مهمی در تأثیرگذاری بر فرآیند درونی‌سازی دارد. ایده مهم پشت والدین حامی خودتعیین‌گری این است که والدین ساختار و راهنمایی را به فرزندان ارائه می‌دهند، اما زمانی که آن‌ها از نظر رشدی به‌اندازه کافی برای انتخاب کردن بالغ هستند، به انتخاب فرزندان خود نیز احترام می‌گذارند.

با این حال، میانجی‌گری والدین در استفاده رسانه‌ای دشوارتر از تنظیم سایر رفتارهاست. نظریه قلمرو اجتماعی (Smetana, 1995) تأکید می‌کند که کارآمدی قوانین والدین تا حد زیادی تحت تأثیر میزان مشروع تلقی کردن اقتدار والدین توسط نوجوانان است. نوجوانان اقتدار والدین را در حوزه‌های اخلاقی (دزدی و دروغ‌گویی) یا متعارف (انجام ندادن کارهای محوله و فحش دادن) مشروع می‌دانند، اما در حوزه‌های شخصی مانند دوستی، پوشش یا استفاده از رسانه‌ها، آن

را کمتر می‌پذیرند. این حوزه‌ها با ترجیحات فردی در ارتباطاند، نه با هنجارهای جمعی، و در نتیجه نوجوان دخالت والدین را در آن‌ها ناعادلانه تلقی می‌کند.

نوجوانان در مسیر جست‌وجوی هویت پایدار، به‌ویژه به اطلاعات مرتبط با هویت، همچون آشنایی، تمایلات جنسی، شوخ‌طبعی و راه‌های مقابله با مشکلات بین فردی حساس‌اند. آن‌ها برای یادگیری رفتارهای اجتماعی به رسانه‌های سرگرمی و اینترنت تکیه می‌کنند (Valkenburg & Peter, 2011). تمایل آنان به مشاهده محتوای نامطلوب از دید والدین، تلاشی برای آزمودن مرزها و تجربه خودتعیین‌گری است. ناهماهنگی میان ترجیحات رشدی نوجوان و هنجارهای خانوادگی، اهمیت مقیاس‌هایی را که بتوانند رابطه نوجوان و رسانه و نیز اثربخشی میانجی‌گری والدین را بسنجند، برجسته می‌سازد.

در ایران نیز مطالعه‌ای نشان داده است که سبک‌های نظارت اینترنتی والدین با امنیت اینترنتی فرزندان رابطه مستقیم دارند و بالاترین سطح امنیت در سبک اقتدارگرا مشاهده می‌شود (اصلانی، عظیمی و سلیمانی، ۱۳۹۸). پژوهش دیگری بیان می‌کند که والدین بیشتر از شیوه‌های مداخله فعال یا سازنده بهره می‌گیرند (اسدی، ۱۳۹۹). با این حال، بیشتر این مطالعات مصرف آسیب‌زای رسانه را مفروض گرفته و فاقد داده‌های زمینه‌ای درباره وضعیت واقعی هستند.

در مجموع، پژوهش‌های اندکی در ایران به مفهوم‌سازی رابطه آسیب‌زای نوجوان و رسانه پرداخته‌اند. تنها یک مطالعه، سازوکار مصرف رسانه‌ای نوجوانان را در پنج مؤلفه شامل آریتمی (مصرف انواع رسانه)، مواجهه فعال و گزینش‌گرانه، مصرف متون بزرگسالان، تمایزخواهی در مصرف و منازعات خانوادگی شناسایی کرده است (یحیائی، ۱۳۹۸). با این حال، تاکنون پژوهش جامعی با هدف ساخت یا اعتباریابی مقیاس‌ها انجام نشده است. ازاین‌رو، پژوهش حاضر با هدف شناسایی مقیاس‌های تدوین و اعتباریابی‌شده در دهه اخیر، به استخراج ابعاد مفهومی رابطه نوجوان و رسانه می‌پردازد.

این مطالعه چهار پرسش پژوهشی را دنبال می‌کند: ۱. اهداف اصلی از ایجاد، اعتباریابی و کاربرد مقیاس‌های معرفی‌شده برای سنجش رابطه نوجوانان-رسانه چه بوده‌اند؟ ۲. ابعاد و گویه‌های هر مقیاس چیست؟ ۳. نحوه اعتباریابی مقیاس‌ها چگونه بوده است؟ ۴. نتایج حاصل از اجرای این مقیاس‌ها چه بوده است؟



جستجوی پایگاه‌های داده‌ای برای دستیابی به مقاله‌ای که به موضوع مشابه این مطالعه پرداخته باشد، ثمری نداشت. علیرغم رواج مرور سیستماتیک در مقیاس‌های دیگر، مقیاس‌های اندازه‌گیری رابطه کودک و نوجوان با رسانه مورد توجه پژوهشگران واقع نشده است. طی جستجو، تنها چهار مقاله نزدیک به موضوع این مقاله با روش مرور منظم شناسایی شد که به شرح زیر هستند: مرور منظم بر مقیاس‌های ارتباط فرزندان و والدین از منظر روان‌شناسی (Zapf et al., 2022) که ابزارهای اندازه‌گیری کیفیت رابطه والدین با کودکان و نوجوانان ۸ تا ۲۱ ساله انجام شده است. در این مرور، ۱۲ ابزار شناسایی شد و مشخص شد که مقیاس ارتباط والدین-نوجوان ۱ در ۷۵٪ مطالعات به کار رفته است.

مطالعه دیگری (Kuldas et al., 2021) ۱۰ مقیاس اندازه‌گیری میانجی‌گری والدین در استفاده از اینترنت توسط کودکان را از نظر اعتباریابی بررسی کرد و نشان داد که این معیارها از نظر محتوا و تعاریف ناسازگارند و بنابراین فاقد اعتبار محتوایی هستند. بر اساس این ارزیابی، سه‌گانه‌ی میانجی‌گری والدین محدودکننده-توانمندساز-مراقب و تعاریف مفهومی مربوطه به‌عنوان چارچوب مفهومی سازگار پیشنهاد شده‌اند.

پژوهش دیگری (Suh et al., 2024) به مقیاس‌های استفاده از رسانه‌ها برای تنظیم‌گری ۲ تمرکز کرد که ارزیابی می‌کنند والدین چگونه از رسانه برای مدیریت احساسات، رفتارها یا توجه خود استفاده می‌کنند. مرور مقالات موجود نشان داد که این مقیاس‌ها، ابزارهای قابل‌اتکایی برای اندازه‌گیری نقش رسانه‌ها در تنظیم‌گری هستند.

مقاله دیگری (Browne et al., 2021) که از نظر روش مرور گستره‌ای ۳ یا گستره‌پژوهی است، به مقیاس‌های اندازه‌گیری رابطه‌ی میزان مصرف رسانه‌های دیجیتال کودکان و نوجوانان با نیک‌بودگی پرداخت و نیاز به توسعه و اجرای گسترده مقیاس‌های اندازه‌گیری جامع، چندروشی، چندسطحی و چنداطلاع‌دهنده را برجسته کرد؛ به‌طوری‌که خردسالان، کل خانواده‌ها، گروه‌های محروم و الگوها و انواع خاص استفاده را دربرگیرد.

1 Parent Adolescent Communication Scale (PACS)

2 Regulatory Media Use

3 Scoping Review

روش‌شناسی

این مطالعه به روش مرور منظم با استفاده از دستورالعمل چهارمرحله‌ای پریمز (Moher et al, 2009) انجام شده است. مرور منظم، روشی برای یکپارچه‌سازی یا مقایسه‌ی یافته‌های پژوهش‌های انجام‌شده است. دانش انباشته ناشی از این روند ممکن است به دستیابی به راهبردهای شواهدمحور (Tong et al., 2016) منجر شود. روش مرور منظم بر اساس چارچوب مشخصی انجام می‌شود: گام نخست در انجام چنین مطالعه‌ای، تدوین سؤالات پژوهشی است که قلمروی مطالعه را شکل می‌دهند و فرایند مرور نظام‌مند را هدایت می‌کنند (Zhang, 2022). هدف این پژوهش، شناسایی ابعاد و ویژگی‌های مقیاس‌های سنجش رابطه نوجوان-رسانه و فهم روند آن است. در این مطالعه، طبق تعریف سازمان بهداشت جهانی، نوجوان به مرحله‌ای از زندگی بین کودکی و بزرگسالی گفته می‌شود که افراد در سنین ۱۰ تا ۱۹ سال را دربرمی‌گیرد (WHO, 2025).

دستورالعمل پریمز برای مشخص کردن روند بررسی مقالات در پایگاه‌های داده‌ای شامل چهار مرحله است:

(۱) شناسایی: در این مرحله، مقالات حاصل از جستجو از نظر تکراری و فاقد متن بودن غربال می‌شوند.

(۲) غربالگری: مقالات باقیمانده از نظر عنوان و چکیده بررسی می‌شوند.

(۳) گزینش اولیه: مقالات به صورت کامل بررسی می‌شوند و مواردی که کیفیت پایینی دارند یا چیزی درباره پرسش‌های پژوهش نمی‌گویند، حذف می‌شوند.

(۴) گزینش ثانویه: مقالات باقیمانده به صورت کامل و چندباره در راستای پاسخگویی به سؤالات تحقیق خوانده می‌شوند.

در پژوهش حاضر برای مرحله شناسایی، بر اساس پرسش‌های مطرح‌شده، معیارهایی برای تعیین شمول یا خروج مقالات در نظر گرفته شد. برای جستجوی مقالات با استفاده از کلیدواژه‌های «اندازه‌گیری رابطه کودک-نوجوان و رسانه»، «مقیاس ارتباط کودک-نوجوان با رسانه»، «Measuring Child-Media relationships scale»، «Media-Child communication scale»، «Measuring Adolescent and Media relations scale»، «Adolescent-media relations scale» پایگاه‌های گوگل، گوگل اسکالر، سیج، ریسرچ‌گیت، پاب‌مد و اشپرینگر به فارسی و انگلیسی جستجو شد. بازه زمانی انتخاب‌شده برای جستجوی مقالات، سال‌های ۲۰۱۳ تا ۲۰۲۳ و ۱۳۹۴ و ...

تا ۱۴۰۳ بود. دلیل انتخاب سال ۲۰۱۳ این بود که در این سال پیام‌رسان تلگرام ایجاد شد و به دو پیام‌رسان واتس‌آپ و اینستاگرام اضافه شد و پس از آن، نوجوانان علاوه بر رسانه‌های سنتی و رسانه‌هایی چون بازی و اینترنت، به رسانه‌های اجتماعی پرکاربرد نیز دسترسی داشتند. برای شناسایی و پوشش بیشتر مقالات علاوه بر پایگاه‌های اطلاعاتی، تعدادی از مقالات به صورت مشخص و دستی جستجو شدند. سپس مقالات مطالعه شدند و در صورتی که معیار ورود به مطالعه را داشتند، در فهرست مقالات باقی ماندند.

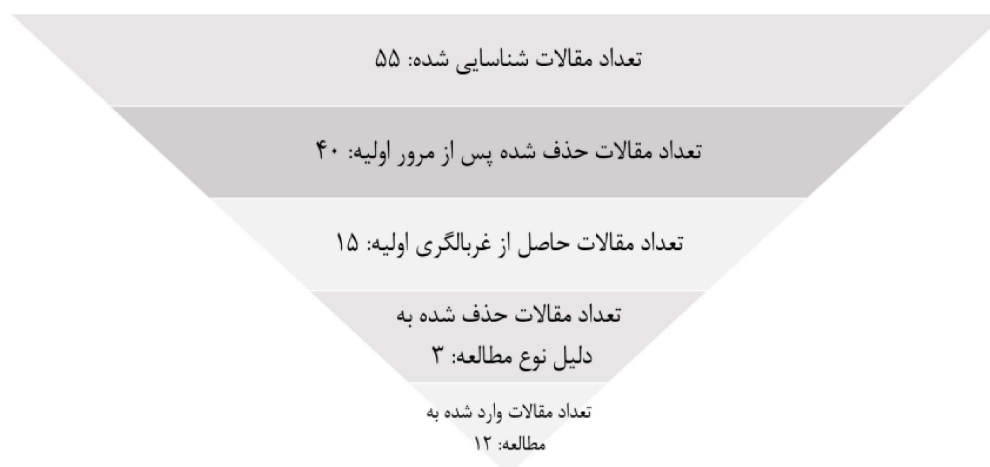
معیارهای ورود به مطالعه عبارت بودند از: انتشار مقاله در بازه ذکرشده، زبان فارسی یا انگلیسی، معرفی مقیاس برای اندازه‌گیری رابطه کودک-نوجوان با رسانه به طور کل یا یک رسانه‌ی خاص. معیارهای خروج نیز تکراری بودن و عدم معرفی مقیاس یا معرفی مقیاس غیرمرتبط بودند. در نتیجه جستجو تعداد ۵۵ مقاله مرتبط شناسایی شد (جدول ۱).

جدول ۱. فراوانی مقالات شناسایی و نهایی‌شده در فرایند مرور نظام‌مند

نام پایگاه اطلاعاتی	تعداد مقالات مرتبط تشخیص داده شده	تعداد مقالات تایید شده
گوگل	۱۸	۵
سیج	۱۴	۲
ریسرچ گیت	۸	۴
گوگل اسکالر	۸	۳
پاب مد	۲	-
اشپرینگر	۵	۱

در مرحله غربالگری، عنوان، کلمات کلیدی و چکیده بررسی شدند تا مشخص شود که بر اساس سؤالات تحقیق مطلوب هستند یا خیر، و با حذف ۴۰ مورد نامرتبط، ۱۵ مقاله مرتبط شناسایی شدند. در گزینش اولیه، متن کامل مقالات مطالعه و مشخص شد که دو تا از آن‌ها، اعتبارسنجی مجدد مقیاسی بودند که در مقاله دیگری معرفی شده بودند و یکی از آن‌ها اثر مقیاس‌ها را به صورت پیش‌آیند یا پس‌آیند مطالعه کرده بود. در ۱۲ مقاله باقیمانده، ۱۳ مقیاس خاص نوجوانان معرفی شده است. طی گزینش ثانویه، مقالات بر اساس رابطه‌شان با سؤالات پژوهش مرور شدند. در این مراحل مقاله نامرتبط شناسایی نشد و در نهایت ۱۲ مقاله به مرور منظم وارد شد (نمودار ۱).

برای استخراج داده‌ها ابتدا فرم استخراج داده به صورت دستی طراحی شد و اطلاعات مربوط به نام نویسنده، سال انتشار مقاله، کشور، جمعیت مورد مطالعه و... ثبت شدند. در نهایت، مقالات برای پاسخگویی به سؤالات تحقیق مطالعه شدند.

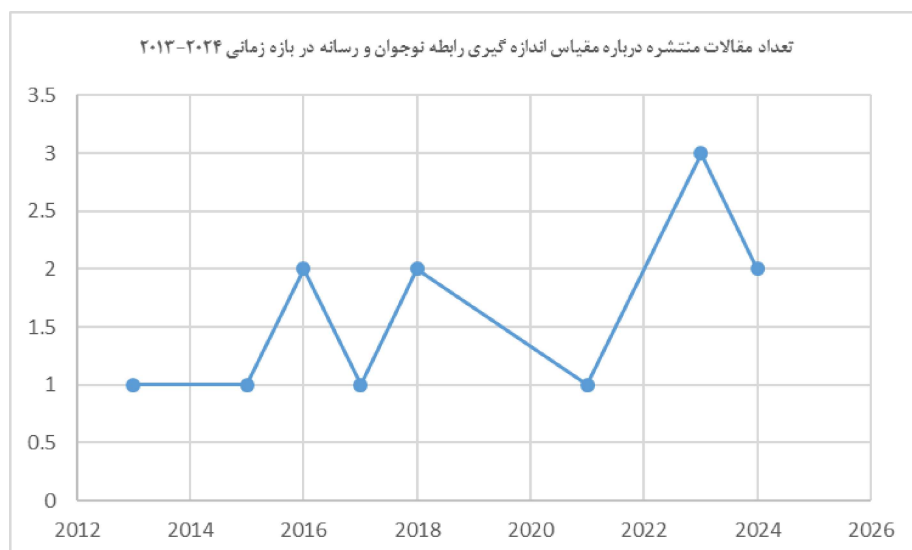


نمودار ۱. دیاگرام فرایند ۴ مرحله‌ای غربالگری مقالات بر اساس پریزما

در این پژوهش برای تحلیل مقالات از روش مقایسه‌ای مستمر (Glaser, 1965) استفاده شد. این روش در ۴ مرحله بدین شرح اجرا شد: (۱) مقایسه رویدادهای مرتبط با هر سؤال: تحلیلگر برای هر چهار پرسش، اطلاعات مرتبط را که در مقاله‌ها وجود داشت، ثبت کرد. مثلاً برای پرسش اول، ضمن خواندن تمام متن مقالات منتخب، هر جا که به صورت تصریحی یا تلویحی به هدف ساخت مقیاس اشاره شده است، کدگذاری می‌شود. کدهای جدید مدام با کدهای شناسایی شده قبل مقایسه می‌شود. (۲) ادغام کدها به طوری که مقوله‌های مرتبط با هر سؤال مشخص شوند. (۳) تعیین حدود هر پاسخ؛ برای این منظور، ویژگی‌های نامربوط حذف می‌شوند و جزئیات در دسته‌های مرتبط ادغام می‌شوند تا تقلیل صورت گیرد. یعنی مفهومی معرفی شود که جامع و تا حد امکان مختصر است. (۴) نوشتن: در این مرحله، پاسخ هر سؤال نگاشته می‌شود. به منظور اعتباریابی پژوهش نیز با توجه به محدودیت‌های مالی، پژوهشگر خود تمام متون را دو الی سه بار خوانده و کدها را چک کرده است. تفاوت چندانی در شناسایی و تعیین کدها مشاهده نشد.

یافته‌های پژوهش

برای دستیابی به بینش دقیق‌تر درباره موضوع، مقالات نهایی به صورت آماری هم تحلیل شدند. از میان ۱۲ مقاله مرتبط شناسایی شده در پایگاه‌های داده‌ای جستجو شده، هیچ‌یک به زبان فارسی منتشر نشده‌اند. در مجموع، تعداد مقالات مرتبط با مقیاس اندازه‌گیری رابطه نوجوانان و رسانه‌ها در سال‌های اخیر رشد داشته است؛ به‌طوری‌که ۵ مقاله در سال‌های ۲۰۲۳ و ۲۰۲۴، و هفت مقاله در حواصل سال‌های ۲۰۱۳ تا ۲۰۲۳ منتشر شده‌اند (نمودار ۱). این موضوع نشان می‌دهد که اهمیت ساخت ابزاری استاندارد برای فهم عینی و شواهدمحور رابطه نوجوان و رسانه به‌تازگی درک شده و موضوع مطالعاتی بسیار نوپا و جدید است.



نمودار ۱. روند انتشار مقالات مرتبط با مقیاس اندازه‌گیری رابطه نوجوان-رسانه (۲۰۲۴-۲۰۱۳)

قابل توجه است که تعداد ۴ مقیاس در هلند ساخته شده‌اند و ۵ مقاله درباره پژوهش‌های اجرا شده در این کشور منتشر شده‌اند. از نظر هدف، تمام مقالات به ساخت و معرفی مقیاس پرداخته‌اند. محتوای برخی مقالات صرفاً به گزارش روش‌شناسی کار پرداخته‌اند، ولی بیشتر مقالات، نتایج اندازه‌گیری حاصل از اجرای مقیاس‌ها بر جمعیت نمونه را نیز گزارش کرده‌اند. پتی ام. والکنبورگ از دانشگاه آمستردام (هلند) فعال‌ترین نویسنده بوده است و در نگارش ۴ مقاله حضور داشته است. پس از او مارک دی. گریفیث از دانشگاه ناتینگهام ترنت (انگلستان)، و ون دن ایندن از دانشگاه یوترکت (هلند) با نگارش ۲ مقاله قرار دارند. گریفیث عضو تیم پژوهشی بوده است که شیوع اعتیاد اینترنتی بین نوجوانان قزوینی را مطالعه کرده‌اند.

مرور ناشران و حوزه‌های تخصصی نشریات نشان می‌دهد که روتلج، السویر و سیج، ناشران اصلی هستند که نشریات فعال در این موضوع را انتشار داده‌اند. علاوه بر این، عمده این نشریات، دیدگاه‌های بین و میان‌رشته‌ای دارند و این موضوع حاکی از آن است که رشته‌های گوناگون با رویکردهای مختلف به رابطه کودک-رسانه و نقش والدین در شکل دادن به این رابطه توجه دارند (جدول ۵).

جدول ۵. مشخصات نشریات منتشرکننده مقالات منتخب در این مطالعه

ردیف	نام نشریه	انتشارات	حوزه تخصصی
۱	Journal of Children and Media	روتلج	بین‌رشته‌ای
۲	Journal of Children and Media	روتلج	بین‌رشته‌ای
۳	Journal of Children and Media	روتلج	بین‌رشته‌ای
۴	Journal of Children and Media	روتلج	بین‌رشته‌ای
۵	Technology, Mind, and Behavior	انجمن روانشناسی آمریکا	بین‌رشته‌ای
۶	International Journal of Environmental Research and Public Health	Multidisciplinary Digital Publishing Institute (MDPI)	میان‌رشته‌ای
۷	Human Communication Research	انجمن بین‌المللی ارتباطات، انتشارات دانشگاه آکسفورد	علوم اجتماعی
۸	Computers in Human Behavior	السویر	روانشناسی ارتباطات باواسطه کامپیوتر
۹	Computers in Human Behavior	السویر	روانشناسی ارتباطات باواسطه کامپیوتر
۱۰	Addictive Behaviors Reports	السویر	بین‌رشته‌ای
۱۱	Journal of Behavioral Addictions	Akadémiai Kiadó	بین‌رشته‌ای
۱۲	Assessment	سیج	روانشناسی
۱۳	American Behavioral Scientist	سیج	علوم رفتاری و اجتماعی
۱۴	Journal of Educational Computing Research	سیج	بین‌رشته‌ای
۱۵	Education and Information Technologies	IFIP Technical Committee on Education	نقش فناوری اطلاعات در آموزش

در ادامه، نتایج حاصل برای پاسخ به ۴ سؤال اصلی مقاله بر اساس نتایج حاصل از مرور نظام‌یافته شرح داده شده‌اند.

سؤال اول: اهداف اصلی از ایجاد، اعتباریابی و کاربرد مقیاس‌های معرفی‌شده برای سنجش رابطه نوجوانان- رسانه چه بوده‌اند؟

مطالعه‌ی دقیق مقالات نشان می‌دهد که پژوهشگران با ساخت و به‌کارگیری مقیاس‌هایی برای اندازه‌گیری رابطه‌ی نوجوانان و رسانه‌ها، کوشیده‌اند به پرسش‌ها و ابهامات خود در حوزه‌های گوناگون پاسخ دهند. در ادامه، کدهای استخراج‌شده برای هر پرسش ارائه می‌شود. این کدها مسیر دستیابی به مقولات اصلی را فراهم می‌کنند که پاسخ‌های کلی و جامع این مرور نظام‌مند به‌شمار می‌روند.

در سال ۲۰۱۳، هدف اصلی استفاده از مقیاس‌ها، بررسی ادراک و برداشت نوجوانان از راهبردهای والدگری والدین هنگام مصرف رسانه بود. در سال ۲۰۱۵، مقیاس‌های سنجش رابطه‌ی نوجوان و رسانه برای شناسایی میزان مصرف رسانه‌ای نوجوانان و درک ارتباط میان مصرف رسانه و سلامت آنان به‌کار رفت. در سال ۲۰۱۶، تمرکز پژوهش‌ها بر شناسایی و ارزیابی مصرف‌های مشکل‌ساز، مانند اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی بود. در این دوره، مقیاس‌هایی طراحی شد تا میزان ابتلا یا عدم ابتلا به این نوع اعتیاد را نشان دهند.

در سال ۲۰۱۷، پژوهشگران دریافتند که تنها میزان استفاده از رسانه تعیین‌کننده‌ی اثرات آن نیست، بلکه محتوای رسانه نیز اهمیت دارد. از این‌رو، مقیاس‌هایی برای سنجش میزان در معرض بودن نوجوانان نسبت به محتوای رسانه‌ای تدوین شد. گسترش رسانه‌های اجتماعی و تمایل نوجوانان به استفاده از آن‌ها، همراه با علاقه فعالان حوزه آموزش و فناوری آموزشی به بهره‌گیری از این ابزارها، موجب شد در سال ۲۰۱۸ پژوهشگران در پی طراحی و اعتباریابی مقیاس‌هایی برآیند که مصرف رسانه‌های اجتماعی در محیط مدرسه و خارج از آن را مقایسه کنند. اهمیت این موضوع با شیوع ویروس کرونا در اواخر سال ۲۰۱۹ دوچندان شد.

پس از پایان دوره قرنطینه و فروکش آسیب‌های ناشی از همه‌گیری که روابط میان نوجوان، والدین و رسانه را به‌شدت متأثر کرده بود، بار دیگر مسئله‌ی والدگری رسانه‌ای و بررسی اثر سبک‌های والدگری بر مصرف رسانه‌ای نوجوانان در مرکز توجه پژوهشگران قرار گرفت.

در سال ۲۰۲۳، که جهشی در معرفی مقیاس‌های سنجش رابطه‌ی نوجوان- رسانه رخ داد و بیشترین تعداد مقیاس‌ها منتشر شدند، رویکردی متعادل‌تر نسبت به تلفن هوشمند و رسانه‌های اجتماعی شکل گرفت. مقیاس‌های این سال بر سنجش ادراک نوجوانان از منافع و معایب استفاده از گوشی هوشمند، میزان دانش و مهارت آنان در به‌کارگیری رسانه‌های اجتماعی، و نقش گوشی

هوشمند در کنترل اضطراب متمرکز بودند. سرانجام در سال ۲۰۲۴، مقیاس‌هایی معرفی شد که هم به سنجش درک والدین از چابستی و چگونگی والدگری رسانه‌ای می‌پرداختند و هم میزان ارتباط والدین و نوجوانان درباره‌ی نحوه‌ی استفاده از رسانه‌های اجتماعی را اندازه‌گیری می‌کردند.

این مرور نشان می‌دهد که در گذر زمان، توجه پژوهش‌ها به رسانه‌های اجتماعی افزایش یافته است. با کنار هم قرار دادن کدهای استخراج‌شده، دو مقوله‌ی اصلی شناسایی شد: نخست، «فهم میزان، شیوه و کارکرد والدگری رسانه‌ای» که حدود یک‌سوم مقالات بر آن تمرکز داشته‌اند؛ و دوم، «والدگری در حوزه‌ی رسانه‌های اجتماعی» که به‌تدریج به مسئله‌ای مهم در اندازه‌گیری و پژوهش‌های این حوزه تبدیل شده است. این روند نشان می‌دهد رسانه‌های اجتماعی تأثیر قابل‌توجهی بر رابطه‌ی والدین و نوجوانان داشته‌اند و سنجش این رابطه نیازمند ابزارهای دقیق است.

نکته‌ی قابل‌تأمل دیگر آن است که مطالعات اخیر در زمینه‌ی ساخت مقیاس‌های رابطه‌ی نوجوان-رسانه، ابعاد گسترده‌تری از مصرف رسانه‌ای را در بر گرفته‌اند. در سال‌های ۲۰۲۳ و ۲۰۲۴، علاوه بر بررسی معایب رسانه‌های اجتماعی، به منافع آن‌ها، توانمندی‌های نوجوانان در استفاده از این رسانه‌ها و دلایل گرایش آنان نیز توجه شده است. این امر نشان‌دهنده‌ی اتخاذ رویکردی جامع‌تر و واقع‌بینانه‌تر به رابطه‌ی نوجوان و رسانه در پژوهش‌هاست.

در واقع، مقیاس‌های جدید به‌تدریج از پیش‌فرض «اثرات منفی رسانه بر نوجوان» فاصله گرفته‌اند. از این‌رو، این کدها در قالب مقوله‌ی «رویکرد واقع‌بینانه و همه‌جانبه به مصرف رسانه‌ای نوجوانان» نام‌گذاری شد. در مرحله‌ی بعد، با ترکیب و تقلیل مقولات شناسایی‌شده، مقوله‌ی کلی «ارتباط والدین و نوجوان» پدیدار شد؛ مفهومی که در نسبت با رسانه‌ها طی دوازده سال اخیر مورد توجه فزاینده‌ی پژوهشگران بوده و به‌تدریج گسترش یافته است.

سؤال دوم: ابعاد و گویه‌های هر مقیاس چیست؟

از نظر ماهیت، این مقیاس‌ها ابعاد مختلفی از موضوع را مورد توجه قرار داده‌اند و به دو مقوله‌ی اصلی قابل تقسیم هستند:

(اول) تعداد ۳ مورد از مقیاس‌ها به رابطه‌ی والدین با نوجوانان با تمرکز بر «اندازه‌گیری اثر نحوه‌ی والدگری بر مصرف رسانه‌ای نوجوانان» پرداخته‌اند که در ادامه کدهای مرتبط معرفی و توضیح داده می‌شوند:

پاکاس^۱ قیاسی برای اندازه‌گیری ارتباط والدین-نوجوان درباره مصرف رسانه‌های اجتماعی توسط نوجوان است که در سال ۲۰۲۴ معرفی شده است. این مقیاس از چهار عامل استفاده می‌کند که عبارتند از: (۱) افشاگری نوجوان؛ (۲) پنهان‌کاری نوجوان؛ (۳) درخواست والدین از نوجوان برای ارائه اطلاعات؛ و (۴) ادراک نوجوان درباره‌ی دانش والدین درباره مصرف رسانه‌ای آن‌ها. پاکاس شامل ۱۶ پرسش یا گویه است که با طیف لیکرت ۵ نقطه‌ای سنجش می‌شوند. درواقع، هر کدام از سه عامل دارای چهار گویه مشابه هستند که شامل موارد زیرند: (الف) کارهایی که نوجوان در رسانه‌های اجتماعی انجام می‌دهد (یعنی فعالیت در رسانه‌های اجتماعی)، (ب) افرادی که در رسانه‌های اجتماعی با آن‌ها تعامل دارد (یعنی معاشرت در رسانه‌های اجتماعی) و (ج) لذت‌بخش بودن فعالیت برای آن‌ها و (د) تجارب غیرلذت‌بخش در رسانه‌های اجتماعی (یعنی ارزش فعالیت‌ها).

میپا^۲، مقیاس اندازه‌گیری والدگری رسانه‌ای برای دانش‌آموزان است که دارای چهار بعد «میانجی‌گری محدودکننده»، «میانجی‌گری فعال»، «میانجی‌گری محدودکننده‌ی پرخطر» (والدین در اعمال فعالیت‌های محدودکننده زیاده‌روی می‌کنند) و «میانجی‌گری فعال پرخطر» (والدین کاملاً کنار می‌کشند و اختیار مدیریت رابطه را به نوجوان می‌سپارند) است. این مقیاس از ۳۶ گویه تشکیل شده و با طیف لیکرت ۵ نقطه‌ای سنجش می‌شود.

مقیاس والدگری رسانه‌های اجتماعی از ۶ عامل تشکیل شده است که دو مورد از آن‌ها به رفتار والدین نسبت به فرزند مربوط است و عبارتند از: (۱) به‌اشتراک‌گذاری عکس و فیلم و اطلاعات مربوط به فرزند^۳ و (۲) میانجی‌گری والدین که فرایندهای مربوط به تنظیم، نظارت، کنترل و محدود کردن استفاده کودکان از اینترنت توسط والدین است. تعداد ۴ عامل دیگر به والدین مربوط هستند و عبارتند از: (۳) والدین آموزش‌دهنده؛ ناظر بر والدینی است که از حساب‌های رسانه‌های اجتماعی برای شناسایی راه‌حلهایی برای چالش‌های فرزندپروری، ارائه‌ی کمک و پشتیبانی از مادران دیگر و بهره‌مندی از تجربیات خود و دیگران استفاده می‌کنند یا

1 Parent-Adolescent Communication about Adolescents' Social media use scale (PACAS)

2 MEdia PArenting Scale (MEPA)

3 Sharnting

برای دنبال‌کنندگان خود الگو هستند. (۴) والدین یادگیرنده؛ که از رسانه‌های اجتماعی برای کسب اطلاعات، دانش و مهارت درباره فرزندپروری استفاده می‌کنند. (۵) امنیت دیجیتال؛ به معنی داشتن شایستگی، سواد و دانش دیجیتال در مورد امنیت خود و فرزندشان در فضای دیجیتال است. (۶) استفاده‌ی والدین از رسانه‌های اجتماعی؛ بدین معنا که خود والدین چقدر از زمانشان را در رسانه‌های اجتماعی صرف می‌کنند. پرسش‌نامه‌ی این مقیاس دارای ۲۸ پرسش یا گویه است که با لیکرت ۵ نقطه‌ای توسط پاسخگویان پر می‌شوند.

(دوم) تعداد ۱۰ مقیاس به اندازه گیری «وضعیت رفتارهای مناسب یا نامناسب و مفید یا مضر نوجوانان در فضای رسانه‌ها به‌ویژه رسانه‌های اجتماعی» توجه دارند که مقوله دوم شناسایی می‌شود. کدهایی که به پدیداری این مقوله منجر شده‌اند، به شرح زیر هستند:

مقیاس پدوبا^۱ که نیک‌بودگی دیجیتال در زندگی روزمره نوجوانان را اندازه‌گیری می‌کند، از سه بعد «اجتماعی» (ارسال پیامک، تماس یا چت از طریق رسانه‌های اجتماعی و استفاده‌های تفریحی از تلفن‌های هوشمند)، «احساسی» (عزت‌نفس، رضایت از زندگی) و «شناختی-اطلاعاتی» (دسترسی به اطلاعات و اخبار) تشکیل شده است که تجربه ذهنی نوجوان درباره محاسن و معایب استفاده از گوشی هوشمند را در این سه حوزه سنجش می‌کند. پاسخ‌گویان با مقیاس ۵ نقطه‌ای افتراقی معنایی [۵] به ۱۷ پرسش پاسخ می‌دهند.

در مقیاس یسملی^۲ تعداد ۶ بعد، سطح سواد رسانه‌های اجتماعی نوجوانان ۹ تا ۱۳ ساله را می‌سنجند. ابعاد عبارتند از: تعادل رسانه‌ای که معادل احساسی است که مصرف رسانه‌های اجتماعی در فرد ایجاد می‌کند و رسانه‌های اجتماعی به صورت مثبت و متعادل توسط فرد استفاده می‌شوند. بعد دوم قلدری مجازی به این معناست که نوجوان نشانه‌های آن را تشخیص دهد و بداند چگونه به آن واکنش نشان دهد. بعد سوم، حریم خصوصی است و منظور این است که نوجوان یاد بگیرد که گونه رد پای دیجیتال مثبت تولید کند و حریم خصوصی خود را مدیریت کند. بعد چهارم، تبلیغات است یعنی نوجوان شیوه شناسایی و غلبه بر مقاصد آن‌ها را یاد بگیرد. خبر به عنوان بعد پنجم توانایی شناخت و ارزیابی و تشخیص جعل‌خبر است و بعد ششم یعنی فیشینگ به این معناست که نوجوان شیوه شناخت و اقدام در برابر کلاهبرداری فیشینگ را یاد بگیرد. هر بعد در مقیاس یسملی به‌صورت ۸ سؤال مشخص در هر بعد، نوجوان را

1 Perceived Digital Well-Being in Adolescence Scale (PDWBA)

2 Youth Social Media Literacy Inventory (YSMLI)

در موقعیتی قرار می‌دهد و از او می‌خواهد که به‌صورت چندگزینه‌ای یا غلط / درست، پاسخ درست را انتخاب کند. پرسش‌ها در هر بعد شامل سؤالات راحت، متوسط و سخت هستند. بدین ترتیب، این مقیاس، درک ذهنی نوجوان از سواد رسانه‌های اجتماعی را اندازه می‌گیرد.

مقیاس مقابله‌گری با استفاده از گوشی هوشمند^۱ در صدد است تا شیوه استفاده نوجوان از گوشی هوشمند را در مواجهه با اضطراب و شرایط اضطراب آور بسنجد. برای ساخت این مقیاس، ابتدا با نوجوانان چینی مصاحبه شده و تعداد ۱۰ راهبرد مقابله با شرایط اضطراب شناسایی شد. پس از تحلیل عاملی اکتشافی و تاییدی، این مقیاس با سه بعد معرفی شد: حل مشکلات روزانه، جستجوی حمایت اجتماعی و پرت کردن حواس از احساسات منفی. هر بعد دارای ۶ گویه و در مجموع پرسشنامه ۱۸ گویه دارد که براساس طیف لیکرت چهار نقطه‌ای سنجش می‌شود.

مقیاس پمس^۲ یا مقیاس میانجیگری ادراک‌شده والدین در رسانه‌ها یک مقیاس ۲۸ سؤالی است که ادراک نوجوانان از فراوانی میانجیگری محدودکننده و فعال والدین را اندازه‌گیری می‌کند. این دو درواقع، ابعاد اصلی این مقیاس هستند. همچنین ادراک آنها از سبک‌های مختلف میانجیگری محدودکننده (خودمختاری-حمایتی، ناهماهنگ و کنترلی) و میانجیگری فعال (خودمختاری-حمایتی و کنترلی) را اندازه‌گیری می‌کند که این ۵ سبک نیز خرده ابعاد مقیاس را می‌سازند. هر مقیاس واجد ۴ سؤال است که با طیف ۵ نقطه‌ای لیکرت به آنها پاسخ داده می‌شود. مقیاس سی^۳ یا اکسپوزر رسانه‌ای محتوا مبنای فراوانی و محتوای مواجهه نوجوانان با رسانه‌ها را فارغ از نوع کانال رسانه‌ای اندازه می‌گیرد. این مقیاس دارای دو بعد مواجهه با محتوای رسانه‌ای ضداجتماعی (با ۸ گویه) و مواجهه با محتوای رسانه‌ای خنثی (با ۹ گویه) را ارزیابی می‌کند. رفتارهای ضد اجتماعی شامل ۵ خرده ابعاد یعنی مصرف الکل، مصرف مواد مخدر، پرخاشگری و خشونت، آزار جنسی/خودافشاگری جنسی و سایر رفتارهای انحرافی مانند رانندگی بی‌پروا، دزدی و غیره است. گویه‌های مربوط به محتوای خنثی برای متعادل کردن مقیاس استفاده شده‌اند. همه گویه‌ها با طیف ۵ نقطه‌ای لیکرت پاسخ داده می‌شوند؛ براساس رتبه بندی (۱) تقریباً هرگز تا ۵ تقریباً هر روز).

1 Smartphone Coping Style Scale

2 The Perceived Parental Media Mediation Scale (PPMMS)

3 Content-based Media Exposure Scale (C-ME)

مقیاس اختلال رسانه‌های اجتماعی^۱ ابزاری برای اندازه‌گیری اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی است و یک نقطه برش تشخیصی واضح برای تمایز بین کاربران دارای اختلال (یعنی معتاد) و کاربران فاقد اختلال و با تعامل بالا در رسانه‌های اجتماعی دارد. این مقیاس کوتاه و تنها شامل ۹ گویه است. این گویه‌ها براساس تعریف انجمن روانشناسی آمریکا درواقع معیارهای ابتلا به اعتیاد هستند. به‌طوری‌که اگر کسی ۵ گویه از ۹ گویه یا معیار را انتخاب کند، دارای اعتیاد تلقی می‌شود. از این‌رو، شیوه پاسخگویی به سؤالات به صورت بله/خیر است. نه گویه یا معیار عبارتند از: اشتغال ذهنی، تحمل، کناره‌گیری، پایداری، فرار، مشکلات، فریب، جابه‌جایی و تعارض.

مقیاس اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی برگن^۲ در سال ۲۰۱۶ ارائه شده، و تنها مقیاس در بین مجموع مقیاس‌های شناسایی شده است که به فارسی ترجمه و اعتباریابی شده است. این مقیاس خودگزارشی و شامل شش گویه است که ابزاری روان‌سنجی مختصر و مؤثر برای ارزیابی در معرض خطر اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی محسوب می‌شود. این مقیاس مشکلاتی که فرد به دلیل استفاده بیش از حد از رسانه‌های اجتماعی با آن مواجه می‌شود و شدت آن را ارزیابی می‌کند. پاسخ‌دهی به صوت طیف ۵ نقطه‌ای لیکرت از ۱ برای «خیلی به‌ندرت»، «به‌ندرت»، «گاهی اوقات»، «اغلب»، تا ۵ برای «خیلی اوقات» سنجش می‌شوند. سؤالات در این مقیاس برای ارزیابی میزان اشتغال ذهنی به رسانه‌های اجتماعی، از جمله میزان زمانی که صرف فکر کردن یا برنامه‌ریزی برای استفاده از رسانه‌های اجتماعی می‌شود، تمایل به استفاده بیشتر از آن‌ها، استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای فراموش کردن مشکلات شخصی، تلاش‌های ناموفق برای کاهش استفاده، احساس بی‌قراری یا مشکل در هنگام منع استفاده از آن‌ها و تأثیر منفی استفاده بیش از حد بر شغل یا تحصیل، طراحی شده‌اند.

مقیاس مای‌می^۳ برای سنجش میزان مواجهه جوانان با رسانه‌ها طراحی و ساخته شده است. این مقیاس با حرکت فرد در محیط‌های اشباع‌شده از رسانه، جمع‌آوری می‌شود، و معیارهای استفاده از رسانه، تخمین یادآوری و دفترچه‌های ثبت زمان استفاده را با ارزیابی لحظه‌ای اکولوژیکی در دو شکل، پرسشنامه (Q-EMA) و ویدئو (V-EMA) ترکیب می‌کند. میزان مصرف رسانه‌ای، میزان در معرض رسانه قرار گرفتن (اکسپوزر)، وضعیت سلامت و رفتارهای مرتبط با سلامت ابعاد مقیاس مای‌می را می‌سازند. این مقیاس به جای اتکای صرف بر پرسشنامه‌های

1 Social Media Disorder (SMD) Scale

2 The Bergen Social Media Addiction Scale (BSMAS)

3 Measuring Youth Media Exposure (MYME)

روتین، از چند روش برای فهم وضعیت مصرف رسانه‌ای و افزودن بر دقت آن و واقعی‌تر کردن آن استفاده می‌کند. البته هزینه چنین مقیاسی بسیار بالاست.

بالاخره دو مقیاس اوسمب^۱ و ایسمب^۲ که در یک مقاله معرفی شده‌اند و رفتار مصرف رسانه‌های اجتماعی نوجوانان را در داخل و خارج از مدرسه می‌سنجند، در این پژوهش شناسایی شده است. مقیاس اوسمب که مربوط به خارج از مدرسه است دارای ۴ بعد است: مصرف کردن، ارتباط برقرار کردن، خلق کردن و به اشتراک گذاشتن. به طور مشخص، مصرف کردن به استفاده منفعلانه و فعال از محتوا در رسانه‌های اجتماعی، از جمله اخبار، موسیقی، ویدیو و غیره اشاره دارد؛ ارتباط برقرار کردن به تعامل با همسالان یا دوستان آنلاین با یک هدف مشترک، به عنوان مثال، شروع برخی رویدادها یا گروه‌های مبتنی بر علاقه و غیره اشاره دارد؛ خلق کردن به نوشتن آنلاین یا ساخت محصولات دیگر، به عنوان مثال، صدا، ویدیو، تصویر و غیره اشاره دارد؛ به اشتراک گذاشتن اغلب به بازنشر و ارسال اطلاعات در رسانه‌های اجتماعی اشاره دارد. از آنجایی که ارتباط آنلاین در داخل مدرسه به ندرت به همان روشی که در زمینه خارج از مدرسه اتفاق می‌افتد، رخ می‌دهد در این پژوهش مشخص شد که ابعاد مصرف رسانه‌های اجتماعی در داخل مدرسه یا ایسمب شامل سه بعد مصرف کردن، خلق کردن و به اشتراک گذاشتن است. مقیاس اوسمب ۲۱ گویه و مقیاس ایسمب ۱۰ گویه دارد و همه گویه‌ها بر اساس مقیاس لیکرت پنج درجه‌ای از ۱ تا ۵ (۱ = «هرگز»، ۵ = «همیشه») اندازه‌گیری می‌شوند.

سؤال سوم: مقیاس‌ها چگونه اعتباریابی شده‌اند؟

یکی از موضوعات اساسی در ساخت و کاربرد مقیاس‌ها، جنبه‌ی روش‌شناختی و اعتبارسنجی فرایند پژوهش است. از آن‌جا که مسیر ساخت مقیاس، روندی مشخص و مبتنی بر رویکرد کمی دارد، تقریباً تمامی مقیاس‌های بررسی‌شده در این پژوهش - به جز مقیاس «مای‌می» - از نظر فنی و روش‌شناسی، مراحل مشابهی را در انتخاب ابعاد، تحدید مؤلفه‌ها و گویه‌ها، گزینش نمونه‌ها و اعتبارسنجی طی کرده‌اند.

کدها و ترتیب شناسایی‌شده بدین شرح است که «ابتدا با مرور ادبیات موجود یا انجام مصاحبه‌های کیفی (پدوبا و والدگری رسانه‌های اجتماعی)، ابعاد موضوع مورد مطالعه شناسایی شده

1 Outside School Social Media Behavior (OSSMB)

2 Inside School Social Media Behavior (ISSMB)

است». سپس «به صورت ذهنی و توسط خود پژوهشگران یا با گردآوری مقیاس‌های موجود، مجموعه‌ای از گویه‌ها تهیه شده است». در این مرحله «با حضور متخصصان درستی ارتباط گویه‌ها با ابعاد سنجش شده است». یعنی اگر گویه‌ای نامناسب تشخیص داده شود یا حذف می‌شود و یا در زیرمجموعه‌ی بعد دیگری قرار می‌گیرد. در این مرحله، «روایی صوری پرسش‌نامه» حاصل می‌شود و مشخص می‌گردد که «گویه‌ها می‌توانند ابعاد مورد نظر را اندازه بگیرند».

«در مرحله بعد، پرسش‌نامه روی جمعیت مشخصی که معمولاً با نمونه‌گیری در دسترس انتخاب شده‌اند، اجرا می‌شود». در این مقیاس‌ها به جز مقیاس «میپا» و «والدگری رسانه‌های اجتماعی» که والدین نمونه مورد مطالعه را تشکیل داده‌اند، برای اعتبارسنجی مقیاس‌ها از «جمعیت نمونه نوجوانان» استفاده شده است. پس از اجرای پرسش‌نامه‌ها «اعتبار و روایی»، «تحلیل‌های عاملی تأییدی و اکتشافی» و «برازش مدل‌ها» انجام شده است. مرور انجام‌شده نشان داد که همه مقیاس‌های مورد مطالعه میزان اعتبار و روایی خوب و بالایی را گزارش کرده‌اند. لازم به بیان است که مقیاس «مای‌می» به روش چندتکنیکی ساخته شده و فاقد پرسش‌نامه برای اندازه‌گیری است (جدول ۴).

جدول ۴. ابعاد روشی در مقیاس‌های مربوط به اندازه‌گیری تأثیرات رسانه‌های اجتماعی بر نوجوانان

ردیف	نام مقیاس	نمونه‌ها	تعداد نمونه	کشور	آزمون‌های اعتباریابی
۱	پاکاس	دانش‌آموزان کلاس ۸ و ۹	۳۸۸	هلند	آلفای کرونباخ تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی
۲	پدوبا	نوجوانان	در موج ۱: ۱۶۱ در موج ۲: ۱۰۴۰	اسلوونی	آلفای کرونباخ تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی
۳	یسملی	نوجوانان ۹ تا ۱۳ ساله	۳۰۶	هلند	آلفای کرونباخ تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی
۴	مقیاس مقابله با استفاده از گوشی هوشمند	دانش‌آموزان مدارس متوسطه با میانگین سنی ۱۳٫۹۳ ساله	مصاحبه کانونی: ۱۲ نفر مصاحبه عمیق: ۲۹ نفر کمی: ۱۰۸۸	چین	آلفای کرونباخ تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی
۵	میپا	والدین کودکان ۶ تا ۱۰ ساله	۳۴۱	چک و اسلوواکی	آلفای کرونباخ تحلیل عاملی تأییدی و مک‌دونالد
۶	پمس	افراد در دوره پیش نوجوانی و اوایل	دور ۱: ۷۶۱ نفر دور ۲: ۴۹۹ نفر	هلند	آلفای کرونباخ تحلیل عاملی تأییدی و

ردیف	نام مقیاس	نمونه‌ها	تعداد نمونه	کشور	آزمون‌های اعتباریابی
		نوجوانی			اکتشافی، پایایی آزمون - بازآزمون
۷	سی می	نوجوان ۱۱ تا ۱۸ ساله	مطالعه ۱: ۸۹۲ نفر مطالعه ۲: ۷۴۸ مطالعه ۳: ۵۲۴	ایرلند	آلفای کرونباخ تحلیل عاملی تأییدی
۸	مقیاس اختلال رسانه‌های اجتماعی	نوجوان ۱۰ تا ۱۷ ساله	۲۱۹۸	هلند	ضریب همبستگی پیرسون آلفای کرونباخ آلفای ترتیبی
		نوجوان ۱۲ تا ۱۶ ساله	۶۶۲۶	هلند	
۹	مقیاس اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی برگن فارسی	دانش‌آموزان ۱۴ تا ۱۹ ساله	۲۶۷۶	ایران (قزوین)	آلفای کرونباخ تحلیل عاملی تأییدی و مدل‌های راش تحلیل عاملی تأییدی
۱۰	مای می	نوجوان ۱۳ تا ۱۵ ساله	۱۲۶	انگلستان	آزمون - بازآزمون
۱۱	اوسمب	دانش‌آموز ۱۴ تا ۱۸ ساله	۸۵۱	هنگ کنگ	تحلیل مؤلفه‌های اصلی تحلیل عاملی تأییدی آزمون - بازآزمون
۱۲	ایسمب	دانش‌آموز ۱۴ تا ۱۸ ساله	۸۵۱	هنگ کنگ	تحلیل مؤلفه‌های اصلی تحلیل عاملی تأییدی آزمون - بازآزمون
۱۳	مقیاس والدگری رسانه‌های اجتماعی	والدین	۴۳۰	ترکیه	تحلیل پایداری تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی، تحلیل‌های تشخیصی گویه، سطوح هدف، سطوح سازگاری درونی، آزمون - بازآزمون، آلفای کرونباخ، ضریب همبستگی اسپیرمن براون، ضریب گاتمن

سؤال چهارم: نتایج حاصل از اجرای مقیاس‌ها چه بوده است؟

مقوله‌بندی اهداف و نتایج حاصل از تدوین و اعتباریابی مقیاس‌ها نشان می‌دهد که یافته‌های پژوهش‌ها را می‌توان در چهار دسته‌ی کلی جای داد:

مقاله اول: اثرات رفتارهای والدگری بر مصرف رسانه‌ای نوجوانان

این مقوله از مجموعه‌ای از مطالعات به دست آمده است. لوکاووسکا و همکاران (Lukavska et al., 2021) با طراحی مقیاس «میپا» (MIPA) «اثر سبک‌های والدگری بر مصرف رسانه‌ای کودکان را اندازه‌گیری کردند. آنان دریافتند که میانجی‌گری محدودکننده، هم با افزایش زمان صرف‌شده در صفحه‌نمایش و هم با الگوهای مصرف پرخطر مرتبط است، در حالی که میانجی‌گری فعال چنین تأثیری ندارد. نتایج نشان داد نمرات میپا - به جز در متغیر جنسیت والدین - با سایر ویژگی‌های جمعیت‌شناختی ارتباط معناداری ندارد؛ همچنین، نمرات مادران در هر سه نوع میانجی‌گری (فعال، محدودکننده و بیش‌ازحد محافظتی) به‌طور معناداری بالاتر از پدران بود.

مقیاس پمُس (PEMS) که توسط والکنبرگ و همکاران (Valkenburg et al., 2013) ارائه شد، با هدف سنجش ادراک نوجوانان از راهبردهای میانجی‌گری والدین در دو سبک محدودکننده و فعال طراحی شد. این پژوهشگران به سبک «هم‌مصرفی» توجه نکردند، زیرا اثربخشی استفاده مشترک در رسانه‌های دیجیتال (مانند اینترنت یا بازی‌های رایانه‌ای) به‌دلیل محدودیت‌های فیزیکی، کمتر از دو سبک دیگر ارزیابی می‌شود. نتایج نشان داد نوجوانانی که احساس می‌کردند والدینشان ضمن محدودسازی، از خودمختاری آنان حمایت می‌کنند، تعارض خانوادگی کمتر و رفتارهای اجتماع‌پسند بیشتری دارند. در مقابل، میانجی‌گری محدودکننده ناسازگار (بدون توجه به استقلال نوجوان) با طرد والدین، تعارض خانوادگی و رفتارهای ضداجتماعی مرتبط بود. این مطالعه نشان داد میانجی‌گری محدود یا فعال فی‌نفسه مهم نیست، بلکه سبکی که این استراتژی‌های میانجی‌گری در آن رخ می‌دهد، واجد اهمیت است؛ یعنی میزانی که والدین به خودمختاری نوجوانشان اعتبار می‌دهند.

مقیاس والدگری رسانه‌های اجتماعی که بر مبنای نظریه خودنظارتی شخصیت طراحی شده است (Subasi, Korkmaz & Kukul, 2024)، درک والدین از فرزندپروری در فضای رسانه‌های اجتماعی را می‌سنجد. بر اساس نتایج این پژوهش، والدگری رسانه‌ای به‌عنوان فرآیندی تعریف می‌شود که در آن والدین: به فرزندان خود آموزش و آگاهی لازم درباره‌ی استفاده از رسانه‌های اجتماعی می‌دهند، بر فعالیت‌های آنان نظارت دارند، در صورت لزوم محدودیت ایجاد می‌کنند، فرزندان خود را در رسانه‌ها دنبال می‌کنند، از رسانه‌ها برای رشد جسمی و روانی فرزند بهره می‌برند، از تجربیات سایر والدین می‌آموزند، الگوی مصرف رسانه‌ای مسئولانه‌اند، به نوآوری‌های فناورانه روی خوش نشان می‌دهند و به امنیت دیجیتال توجه دارند.



مقاله دوم: فهم ابعاد شناختی و اطلاعاتی مصرف رسانه‌ای نوجوانان

نتایج حاصل از مقیاس پاکاس (Beyens, Keijsers & Valkenburg, 2024) (PACAS) که ارتباط والدین و نوجوانان درباره استفاده از رسانه‌های اجتماعی را می‌سنجد، نشان می‌دهد که نوجوانان و والدین به‌ندرت در این‌باره گفت‌وگو می‌کنند. تنها ۵٪ از نوجوانان شرکت‌کننده گزارش کردند که والدینشان مرتباً در مورد فعالیت‌های رسانه‌ای آنان پرس‌وجو می‌کنند. بیش از نیمی از نوجوانان نیز اظهار داشتند که هرگز درباره استفاده خود از رسانه‌های اجتماعی با والدینشان صحبت نکرده‌اند. یافته‌ها نشان می‌دهد که آگاهی والدین از فعالیت‌های فرزندان‌شان در رسانه‌های اجتماعی، بیشتر از آن‌که ناشی از کنجکاوی والدین باشد، به افشای اطلاعات از سوی خود نوجوانان بستگی دارد. نوجوانانی که پنهان‌کاری کمتری دارند، گزارش کرده‌اند والدینشان از مصرف رسانه‌ای آنان آگاه‌ترند. همچنین، نوجوانانی که گفته‌اند والدینشان اغلب از آنان درباره رسانه‌های اجتماعی سؤال می‌کنند، تمایل بیشتری به افشای اطلاعات دارند. این نتایج بیانگر آن است که درخواست اطلاعات از سوی والدین، افشاگری و پنهان‌کاری نوجوانان فرآیندهایی درهم‌تنیده‌اند و آگاهی والدین از مصرف رسانه‌ای نوجوانان به تلاش ارتباطی هر دو طرف وابسته است.



فصلنامه انجمن ایرانی
مطالعات فرهنگی و ارتباطات

۲۰۲

سال ۲۲، شماره ۱

بهار ۱۴۰۵

پیاپی ۸۲

مقاله سوم: اثرات و پیامدهای مصرف رسانه‌ها

مقیاس پدوبا (Rosič et al., 2023) (PADOBA) با هدف شناسایی ادراک نوجوانان از منافع و معایب استفاده از تلفن هوشمند طراحی شد. نتایج نشان داد همبستگی معناداری میان زمان صرف‌شده در صفحه‌نمایش و نیک‌بودگی دیجیتالی در حوزه‌های عاطفی و اجتماعی وجود ندارد؛ بنابراین، صرف زمان استفاده از رسانه به‌تنهایی شاخص معتبری برای ارزیابی پیامدهای روانی-اجتماعی نیست. با این حال، استفاده بیش‌ازحد از صفحه‌نمایش موجب کاهش توانایی شناختی، افت عملکرد تحصیلی و کاهش بهره‌وری می‌شود.

مقیاس اختلال رسانه‌های اجتماعی (van den Eijnden, Lemmens & Valkenburg, 2016) (SMDS) به‌طور خاص برای نوجوانان طراحی شده و میان کاربران عادی و کاربران دارای مصرف پاتولوژیک تمایز قائل می‌شود. یافته‌ها نشان دادند که چندوظیفگی رسانه‌ای (استفاده هم‌زمان از رسانه در حین فعالیت‌های دیگر مانند تکالیف یا گفت‌وگو) با ضعف در کنترل شناختی مرتبط است. در پژوهش بوئر و همکاران (Boer et al., 2021) نیز این مقیاس

قدرت بالایی در شناسایی کاربران پرخطر نشان داد. مصرف مشکل‌دار رسانه‌های اجتماعی با افزایش مشکلات روانی، تحصیلی و خواب مرتبط بود.

این مطالعه سه گروه کاربر را معرفی کرد: کاربران هنجاری (تأیید حداکثر یک معیار)، کاربران پرخطر (۲-۵ معیار)، و کاربران مشکل‌دار (۶-۹ معیار). نتایج نشان داد دختران، نوجوانان با تحصیلات پایین و غیرغربی نمرات بالاتری داشتند، و سطح مصرف مشکل‌دار در سن ۱۵ سالگی به اوج می‌رسد؛ الگویی غیرخطی میان سن و مصرف ناسالم رسانه‌های اجتماعی.

در میان مطالعات مرور شده، مقیاس اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی برگن (Bergen) نیز قرار داشت که گرچه جدید نیست، اما تنها ابزاری است که بر نوجوانان ایرانی اجرا شده است (Lin et al., 2017). نتایج نشان داد خطر اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی در میان نوجوانان ایرانی بالاست. این امر احتمالاً ناشی از دسترسی دائمی (۲۴ ساعته) به تلفن هوشمند و وای‌فای است (Pew Research Center, 2016). نوجوانان ایرانی از دانش بالایی در استفاده از فناوری برخوردارند، اما کنترل ضعیفی در برابر استفاده افراطی دارند. نمرات برگن صرفاً بیانگر احتمال اعتیاد هستند و تشخیص قطعی تنها از طریق ارزیابی بالینی ممکن است. این مطالعه همبستگی میان اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی، مشکلات روان‌شناختی و نشانه‌های بیش‌فعالی را نیز نشان داد.

مقوله چهارم: مقاصد و دلایل مصرف رسانه‌ها توسط نوجوانان

هوآنگ و همکاران (Huang et al., 2023) با تدوین مقیاس مقابله‌گری از طریق تلفن هوشمند، دانش و مهارت نوجوانان در استفاده از رسانه‌ها را در موقعیت‌های استرس‌زا ارزیابی کردند. تحلیل مصاحبه‌های کیفی ده مضمون را شناسایی کرد که بیانگر شیوه‌های استفاده نوجوانان از رسانه‌ها در مواجهه با مشکلات است: انجام بازی، تماشای انیمه یا برنامه‌های رنگارنگ، خواندن رمان‌های آنلاین، نوشتن یادداشت روزانه، مرور کلیپ‌های کوتاه، گوش دادن به موسیقی، استفاده از رسانه‌های اجتماعی، خرج پول آنلاین، یافتن راه‌حل برای مشکلات و گرفتن سلفی. بیشترین کاربرد مربوط به گوش دادن به موسیقی، استفاده از رسانه‌های اجتماعی، تماشای ویدئوهای کوتاه و بازی کردن بود؛ کمترین، گرفتن سلفی. نتایج نشان داد نوجوانان از تلفن هوشمند نه تنها برای تسکین احساسات منفی، بلکه برای جست‌وجوی حمایت عاطفی و یافتن راه‌حل مشکلات نیز استفاده می‌کنند.

در مطالعه سی می (den Hamer et al., 2017) (C-ME) که میزان قرارگیری نوجوانان در معرض محتوای رسانه‌ای را می‌سنجد، مشخص شد پسران نوجوان نسبت به دختران در معرض محتوای ضد اجتماعی و رفتارهای پرخطر بیشتری قرار دارند. این یافته با تفاوت‌های فردی از نظر احساس طلبی^۱ و پرخاشگری مرتبط است. احساس طلبی به وضعیتی اشاره دارد که فرد در آن به تحریک زیاد نیاز دارد، تحمل کمی نسبت به بی‌حوصلگی دارد و برای تجربیات جدید تمایل به خطرپذیری نشان می‌دهد.

مقیاس‌های اوسمب (OUSMB) و ایسمب (ISMB) نیز برای سنجش مصرف رسانه‌های اجتماعی نوجوانان در داخل و خارج مدرسه طراحی شده‌اند. مطالعه لو و همکاران (Lu et al., 2019) نشان داد مصرف رسانه‌های اجتماعی ماهیتی چندبعدی دارد و در زمینه‌های مختلف تفاوت می‌کند. برخی الگوهای رفتاری میان استفاده در مدرسه و خارج از مدرسه مشترک و همبسته‌اند، بدین معنا که دانش‌آموزان رفتارهای رسانه‌ای مشابهی را در هر دو محیط تکرار می‌کنند.

نتیجه‌گیری

مرور کیفی منظم انجام‌شده در این پژوهش، با پاسخ به چهار سؤال پژوهشی و تحلیل یافته‌ها براساس روش مقایسه‌ای مستمر گلاسز، وضعیت مطالعات مرتبط با ساخت و اعتباریابی مقیاس‌هایی را روشن می‌کند که رابطه‌ی نوجوانان با رسانه و نقش میانجی‌گری والدین در این رابطه را مطالعه می‌کنند. با توجه به اهمیت سیاست‌گذاری مناسب برای مدیریت مصرف رسانه‌ای نوجوانان، هم از منظر حفظ آرامش خانواده و هم از منظر محافظت از نوجوانان در برابر خطرات بالقوه‌ی فضای رسانه‌ای، شناخت وضعیت موجود با استفاده از پژوهش‌های کمی و با بهره‌گیری از مقیاس‌های معتبر ضرورت دارد. مطالعه‌ی حاضر با روش مرور کیفی منظم، مقیاس‌های خاص نوجوانان منتشرشده در بازه‌ی ۲۰۱۳ تا ۲۰۲۴ را معرفی و ویژگی‌های آن‌ها را شناسایی کرده است.

در خصوص اهداف، پژوهشگران در تدوین و معرفی مقیاس‌ها، دو هدف اصلی را دنبال کرده‌اند: (۱) فهم نحوه‌ی استفاده نوجوانان از رسانه‌ها و (۲) ارزیابی شیوه و آثار والدگری رسانه‌ای. مرور مقالات نشان می‌دهد والدگری رسانه‌ای اهمیت بسیاری دارد و والدین باید نسبت به مصرف رسانه‌ای فرزندان خود حساس، فعال و آگاه باشند. این روش نه تنها امکان انتقال

1 Sensation seeking

هنجارها و آداب فرهنگی را به نسل جدید فراهم می‌کند، بلکه از هدررفت زمان و انرژی و آسیب‌های احتمالی جلوگیری می‌کند.

بر اساس این مرور، موفقیت و کارآمدی والدگری رسانه‌ای رابطه‌ی زیادی با سه نکته‌ی نظری دارد: اول این که فرزندان، دخالت والدین در این حوزه را مشروع تلقی کنند؛ دوم این که والدین، اراده و اختیار فرزندان را مورد توجه قرار دهند؛ سوم این که، شناخت و درک وضعیت موجود مصرف رسانه‌ای و والدگری رسانه‌ای برای طراحی برنامه‌های تربیت رسانه‌ای مناسب در هر جامعه و بافتاری لازم است. این مطالعه نشان می‌دهد که فهم نظرات نوجوانان و شناخت نگرش‌ها و تجاربشان برای پژوهشگران مهم است. دقت در اهداف ایجاد مقیاس‌ها نشان می‌دهد که نوجوانان را در رابطه با رسانه‌ها نه می‌توان کاملاً رها کرد و نه می‌توان اراده و استقلال آن‌ها را نادیده گرفت. در عین حال، مرور مقیاس‌های شناسایی‌شده در این مطالعه نشان می‌دهد که برخی از مقیاس‌ها وجه اکتشافی دارند، ولی برخی دیگر مانند «مقیاس اختلال رسانه‌های اجتماعی»، وضعیت خاص و مشخصی مانند اعتیاد را پیش‌فرض گرفته‌اند. دسته‌ی دوم درواقع رسانه را واجد قدرت زیادی می‌دانند و چندان به اختیار و اراده کودکان و نوجوانان در مصرف رسانه‌ها توجه ندارند.

از نظر ابعاد مقیاس‌ها، با مقوله‌بندی ابعاد مقیاس‌های شناسایی‌شده در این مرور منظم می‌توان گفت در مجموع مقیاس‌های برای اندازه‌گیری رابطه نوجوان با رسانه به ۴ بُعد توجه کرده‌اند: بُعد شناختی که شامل اطلاعات مربوط به میزان و شیوه‌ی مصرف رسانه‌ای نوجوان، سواد رسانه‌ای والدین و سواد رسانه‌ای نوجوان است. بُعد دوم، رفتاری است و شامل گویه‌هایی است که در مقیاس‌ها والدگری رسانه‌ای والدین را اندازه‌گیری می‌کنند. بُعد سوم، پیامدی است و به نتایج یا آثار مصرف رسانه‌ای نوجوانان توجه دارد. در این بُعد نیز سه خرده‌ابعاد شناسایی شد که عبارتند از: نیک‌بودگی دیجیتال، اعتیاد رسانه‌ای و استفاده از رسانه برای مقابله با شرایط نامناسب. سرانجام بُعد چهارم، نیتی است که به کنش‌ها و رفتارهای فرد با رسانه مربوط است و شامل ۴ خرده‌ابعاد: مصرف کردن، برقراری رابطه، خلق کردن و به‌اشتراک‌گذاری می‌شود.

از نظر روش‌شناسی، این مطالعه به سه نتیجه دست یافت: اول این که، این مقیاس‌ها از نظر گردآوری داده‌ها بر خوداظهاری اتکا دارند. یعنی سؤالاتی را تنظیم کرده‌اند و از نوجوانان یا والدین آنها می‌خواهند که به سؤالات پاسخ دهند. اما روش خوداظهاری با این خطای سوگیرانه همراه است که افراد معمولاً پاسخی را انتخاب می‌کنند که از مطلوبیت اجتماعی بیشتری

برخوردار است و این امر درستی پاسخ ها را با تردید مواجه می کند. نظرسنجی های خوداظهاری می توانند ذهنی و جانبدارانه باشند (Resenman et al, 2011). برخی از پژوهشگران (Rich et al., 2015) استفاده از دستگاه ها برای ضبط داده های عینی مانند گرفتن اسکرین شات از اسکرین تایم را پیشنهاد داده اند. نظرسنجی های خوداظهاری در ثبت دانش ادراک شده مؤثر هستند، اما با توجه به تمایل افراد به تخمین بیش از حد درک خود، فاقد قابلیت اطمینان لازم برای اندازه گیری دقیق شایستگی های واقعی هستند (Lintner, 2024; Laupichler et al., 2023).

دوم این که، مرور مقیاس های معرفی شده در ۱۲ سال گذشته نشان می دهد که مواردی که اخیرتر تولید و معرفی شده اند، در مقایسه با مقیاس های قدیمی با فراتر رفتن از توصیف صرف وضعیت، ارزیابی های دقیق تری از مصرف رسانه ای کودکان و نوجوانان عرضه می کنند. برای نمونه، مقیاس های اوسمب و ایسمب (Lu et al., 2019) نه تنها توصیفی از مصرف رسانه ها در محیط بیرون و درون مدرسه ارائه می دهند، بلکه مصرف رسانه ای نوجوانان را به صورت جامع مفهوم سازی می کنند و شباهت ها و تفاوت های رفتاری در دو محل را نشان می دهند که نتایج آن می تواند به برنامه ریزی و تصمیم سازی های درست درباره کاربرد گوشی های هوشمند در آموزش منجر شود. البته بدیهی است که هیچ یک از این مقیاس ها، توانایی جامع برای مشخص کردن وضعیت رابطه نوجوان و رسانه را ندارند. پژوهشگران نیز در روند ساخت مقیاس ها به این نکته پی برده اند که نمی توان روابط علت و معلولی دقیقی بین مصرف رسانه ای و مشکلات حادی چون اعتیاد رسانه ای یا افسردگی برقرار کرد. مثلاً زمانی که مقیاس شدت مصرف رسانه اجرا می شود، استفاده از رسانه های اجتماعی کمترین میزان همبستگی را با کاهش نیک بودگی دارد (Orben & Przybylski, 2019).

نکته سومی که مطالعه مقیاس ها نشان می دهد این است که وقتی پژوهشگران در مطالعه شان از چند مقیاس استفاده می کنند، مقیاس اول با اثرگذاری زمینه چینی بر نتایج مقیاس دوم اثر می گذارد (Mieczkowski, Lee & Hancock, 2020). برای نمونه، مطالعات مرتبط با اینترنت نشان داده اند که وقتی افراد ابتدا درباره مصرف رسانه های اجتماعی مورد پرسش واقع می شوند و سپس درباره بهزیستی یا نیک بودگی از آن ها سؤال می شود، نتایج افسردگی بالاتری را نشان می دهند ولی وقتی ابتدا پرسشنامه بهزیستی اجرا می شود و سپس درباره مصرف رسانه های اجتماعی مورد پرسش واقع می شوند، نتایج، میزان افسردگی کمتری را نشان می دهند. دلیل این امر، تاثیر مقیاس ها بر ذهنیت شرکت کنندگان درباره رسانه های اجتماعی است.

همچنین، این پژوهش نشان داد که مطالعات مربوط به اندازه گیری رابطه نوجوان با رسانه زمان بر است و استفاده از مقیاس های مختلف می تواند موجب خستگی مشارکت کنندگان شود، لذا همه این مطالعات بر لزوم توجه به تنظیم بودجه پژوهشی با در نظر گرفتن مشوق های مالی برای ایجاد انگیزه مشارکت در افراد تاکید دارند. مرور ۱۳ مقیاس معرفی شده در این مقاله نشان می دهد که همه پژوهشگران به این نکته به عنوان ملاحظه ای اخلاقی توجه دارند.

درنهایت، مرور نتایج حاصل از اجرای این مقیاس ها نیز به چهار دسته تقسیم می شوند: اول، نتایج مربوط به اطلاع یابی و شناخت درباره مصرف رسانه ای نشان می دهد که نوجوانان بیش از این که درباره مصرف رسانه های اجتماعی خود پنهانکاری کنند، افشاگری می کنند و میزان اطلاع والدین در مورد استفاده نوجوانان از رسانه های اجتماعی به شدت به تلاش های ارتباطی هر دو طرف بستگی دارد.

دوم، نتایج مرتبط با اثرات رفتارهای والدگری بر مصرف رسانه ای نوجوانان نشان می دهند که میانجی گری محدود یا فعال فی نفسه مهم نیست، بلکه سبکی که این استراتژی های میانجی گری در آن رخ می دهد، واجد اهمیت است. یعنی میزانی که والدین به خودمختاری نوجوانشان اعتبار می دهند.

سوم، نتایج مربوط به اثرات یا پیامدهای مصرف رسانه ای نشان می دهند که میزان زمان صرف شده با صفحه نمایش به تنهایی دانش بخردانه ای درباره پیامدهای روانی - اجتماعی استفاده از گوشی هوشمند عرضه نمی کند. اما صرف زمان بیشتر با صفحه نمایش موجب کاهش در توانایی های شناختی، انجام تکالیف مدرسه، و بهره وری می شود. همچنین، وقتی افراد مکرراً درگیر چندوظیفه ای رسانه ای می شوند، به جابجایی مداوم بین فعالیت ها عادت می کنند و در نهایت توانایی خود را برای تمرکز بر یک فعالیت واحد از دست می دهند. و مصرف مشکل دار رسانه های اجتماعی در بین دختران، نوجوانان با تحصیلات پایین و نوجوانان غیرغربی بالاترین مقدار را داشته و ارتباط بین سن و مصرف مشکل ساز رسانه های اجتماعی غیرخطی است. در خصوص نوجوانان ایرانی نیز کاربرد مقیاس اعتیاد نشان داده که خطر اعتیاد به رسانه های اجتماعی در بین نوجوانان ایرانی شیوع بالایی دارد و دلیل اصلی آن، استفاده از تلفن هوشمند با دسترسی ۲۴ ساعته توسط وای فای است.

چهارم، نتایجی هستند که مقاصد یا نیت نوجوان از مصرف رسانه ای را مشخص می کنند. بر اساس این مطالعات، نوجوانان از گوشی هوشمند نه تنها برای تسکین احساسات منفی، بلکه برای



پیدا کردن حمایت عاطفی و یافتن راه‌حلهایی برای مشکلات نیز استفاده می‌کنند. پسران نوجوان درباره‌ی میزان قرار گرفتن در معرض رسانه‌هایی با محتوای ضداجتماعی و رفتار مخاطره‌آمیز، نمرات بالاتری نسبت به دختران دارند. بین رفتارهای بیرون از مدرسه و درون مدرسه در این خصوص همبستگی وجود دارد و دانش‌آموزان همان رفتارهایی را که در بیرون از مدرسه با گوشی خود دارند، در درون مدرسه هم انجام می‌دهند.

پیشنهادهای پژوهش‌های آینده

براساس این مطالعه ۶ پیشنهاد به شرح زیر ارائه می‌شود که با رعایت آن‌ها می‌توان مقیاس‌ها و روش استفاده از مقیاس‌ها را دقیق‌تر کرد و بر اعتبار نتایج افزود:

۱. توسعه و به‌روزرسانی مقیاس‌ها با تمرکز بر داده‌های عینی

مقیاس‌های موجود عمدتاً بر خوداظهاری اتکا دارند که می‌تواند با سوگیری اجتماعی و ذهنی همراه باشد. پژوهش‌های آینده می‌توانند از ابزارهای دیجیتال مانند اسکرین‌شات، ردیابی زمان واقعی استفاده از رسانه و نرم‌افزارهای پایش فعالیت دیجیتال بهره ببرند. این رویکرد امکان سنجش دقیق‌تر مصرف رسانه‌ای واقعی نوجوانان را فراهم می‌کند و اعتبار داده‌ها را افزایش می‌دهد. همچنین ترکیب داده‌های عینی با خوداظهاری می‌تواند دید جامع‌تری نسبت به رفتارهای مصرف رسانه‌ای ارائه دهد.

۲. طراحی مطالعات طولی برای بررسی روابط علی

بسیاری از مقیاس‌ها تنها وضعیت مصرف رسانه‌ای و پیامدهای آن را به‌صورت توصیفی اندازه‌گیری می‌کنند و امکان تعیین رابطه علت و معلولی را نمی‌دهند. مطالعات طولی می‌توانند مسیرهای اثرگذاری مصرف رسانه‌ای بر سلامت روان، نیک‌بودگی، رفتارهای اجتماعی و عملکرد تحصیلی نوجوانان را روشن کنند. همچنین این نوع مطالعات امکان شناسایی عوامل پیش‌بینی‌کننده اعتیاد و مصرف مشکل‌دار رسانه‌ها را فراهم می‌کنند. در نتیجه، تصمیم‌گیری‌های سیاستی و تربیتی با پایه‌ی علمی مستحکم‌تری انجام خواهد شد.

۳. مدیریت اثرگذاری همزمان مقیاس‌ها در مطالعات چندسؤالی

همان‌طور که مشاهده شد، مطالعه مصرف رسانه‌ای و پیامدهای روانی در قالب چند مقیاس می‌تواند نتایج را تحت‌تأثیر قرار دهد. پژوهشگران آینده باید طراحی آزمایش‌ها و ترتیب اجرای مقیاس‌ها را

طوری تنظیم کنند که اثر زمینه‌ای و ترتیب سؤال‌ها کاهش یابد. همچنین پژوهش درباره‌ی اثرگذاری متقابل مقیاس‌ها می‌تواند به تحلیل دقیق‌تر روابط میان متغیرها کمک کند. این رویکرد باعث افزایش قابلیت اعتماد نتایج و کاهش سوگیری ذهنی شرکت‌کنندگان خواهد شد.

۴. مطالعه مصرف رسانه‌ای در محیط‌ها و بافت‌های مختلف

مصرف رسانه‌ای نوجوانان در خانه، مدرسه و فضای اجتماعی آنلاین می‌تواند الگوهای متفاوتی داشته باشد. بررسی این تفاوت‌ها و شباهت‌ها می‌تواند نقش محیط و زمینه اجتماعی در مصرف رسانه‌ای را روشن کند. مقیاس‌های آینده باید قادر باشند تفاوت‌های محیطی و موقعیتی را اندازه‌گیری کنند و امکان برنامه‌ریزی دقیق برای آموزش و تربیت رسانه‌ای را فراهم آورند. این داده‌ها می‌توانند به تدوین سیاست‌های محلی و فرهنگی مرتبط با مصرف رسانه‌ای کمک کنند.

۵. تطبیق مقیاس‌ها با فرهنگ و بافت محلی

بسیاری از مقیاس‌های معرفی‌شده در کشورهای غربی توسعه یافته‌اند و ممکن است به‌طور کامل با فرهنگ و سبک زندگی نوجوانان ایرانی یا سایر کشورهای غیرغربی سازگار نباشند. پژوهش‌های آینده باید مقیاس‌ها را بومی‌سازی و اعتباریابی کنند تا نتایج قابل‌اعتماد و کاربردی برای سیاست‌گذاری و آموزش فراهم شود. این اقدام همچنین به شناسایی رفتارهای خاص فرهنگی و تفاوت‌های جنسیتی و منطقه‌ای در مصرف رسانه‌ها کمک می‌کند.

۶. تمرکز بر نقش والدگری رسانه‌ای در ارتقای سواد رسانه‌ای و خودکنترلی نوجوانان

والدگری فعال و آگاهانه می‌تواند مصرف رسانه‌ای سالم را ترویج دهد و از پیامدهای منفی احتمالی پیشگیری کند. پژوهش‌های آینده باید نحوه‌ی آموزش و حمایت والدین در استفاده مسئولانه نوجوانان از رسانه‌های اجتماعی را مطالعه کنند. همچنین نقش والدگری در توسعه مهارت‌های خودکنترلی، مدیریت اضطراب و انتخاب محتوای مناسب باید مورد سنجش قرار گیرد. این مطالعات می‌توانند راهنمایی برای طراحی برنامه‌های آموزشی و تربیتی مبتنی بر رسانه ارائه کنند.



- اسدی، ن. (۱۳۹۹). بررسی شیوه های مداخله والدین در استفاده فرزندان از رسانه ها. رسانه، ۳۱ (۳)، ۸۳-۱۱۰. [20.1001.1.10227180.1399.31.3.4.2](https://doi.org/10.10227180.1399.31.3.4.2)
- اصلانی، غ.، عظیمی، س.ا. و سلیمانی، ن. (۱۳۹۸). رابطه بین سبک های نظارتی والدین و امنیت اینترنتی فرزندان در میان دانش آموزان دختر و پسر شهر دزفول. فناوری آموزش، ۱۴ (۱)، ۲۱۱-۲۲۰. <https://doi.org/10.22061/jte.2018.3959.1969>
- سلگی، م.، احد، م.، جواهری، ف.، کرمان، ع.، بهمنی، م. و همکاران. (۱۴۰۰). دفتر طرح های ملی؛ کودکان و اینترنت در ایران (فرصت ها و تهدیدها)، انتشارات پژوهشگاه فرهنگ، هنر ارتباطات: تهران.
- شش جوانی، ح.، سهرابی، ز. و همکاران (۱۳۹۶). کودکان و تلفن همراه؛ پژوهشی درباره رفتارهای مصرفی کودکان، مرکز پژوهش های صنایع فرهنگی و خلاق
- یحیائی، س. (۱۳۹۸). سازوکارهای مصرف رسانه ای نوجوانان شهر تهران. مطالعات رسانه های نوین، ۵ (۱۹)، ۲۹۱-۳۲۳. <https://doi.org/10.22054/nms.2020.43753.767>
- Asadi, N. (2020). "Parental Intervention Strategies in Children's Use of Media." *Resaneh*, 31(3), 83-110. [in Persian].
- Aslani, Gh., Azimi, S. A., & Soleimani, N. (2019). "The Relationship Between Parental Monitoring Styles and Children's Internet Safety Among Male and Female Students in Dezful." *Educational Technology*, 14(1), 211-220. <https://doi.org/10.22061/jte.2018.3959.1969> [in Persian].
- Beyens, I., Keijsers, L., & Valkenburg, P. M. (2024). Development, validity, and reliability of the parent-adolescent communication about adolescents' social media use scale (PACAS). *Journal of Children and Media*, 18(2), 159-177. DOI: 10.1080/17482798.2023.2299828
- Boer, M., Stevens, G. W., Finkenauer, C., Koning, I. M., & van den Eijnden, R. J. (2022). Validation of the social media disorder scale in adolescents: findings from a large-scale nationally representative sample. *Assessment*, 29(8), 1658-1675, DOI: 10.1177/10731911211027232
- Browne, D. T., May, S. S., Colucci, L., Hurst-Della Pietra, P., Christakis, D., Asamoah, T., ... & Prime, H. (2021). From screen time to the digital level of analysis: a scoping review of measures for digital media use in children and adolescents. *BMJ open*, 11(5), e046367. Doi: 10.1136/bmjopen-2020-046367
- Collier, K. M., Coyne, S. M., Rasmussen, E. E., Hawkins, A. J., Padilla-Walker, L. M., Erickson, S. E., & Memmott-Elison, M. K. (2016). Does parental mediation of media influence child outcomes? A meta-analysis on media time, aggression, substance use, and sexual behavior. *Developmental psychology*, 52(5), 798 - 812.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). The "what" and "why" of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychological Inquiry*, 11, 227-268. Doi: 10.1207/S15327965PLI1104_01
- Dehnad, V. (2021). The theory of self-determination and its link to the theory of goal setting, *Rooyesh-e-Ravanshenasi Journal (RRJ)*, 10 (3), 171-182.

- Den Hamer, A. H., Konijn, E. A., Plaisier, X. S., Keijer, M. G., Krabbendam, L. C., & Bushman, B. J. (2017). The content-based media exposure scale (C-ME): development and validation. *Computers in human behavior*, 72, 549-557. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.02.050>
- Disorder Scale. *Computers in Human Behavior*, 61, 478-487. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.038>
- Glaser, B.G. (1965). The Constant Comparative Method of Qualitative Analysis. *Social Problems*, 12 (4), 436-445. <http://www.jstor.org/stable/798843>
- Granich, J., Rosenberg, M., Knuiman, M.W. & Timperio, A. (2011). Individual, social, and physical environment factors associated with electronic media use among children: sedentary behavior at home. *Journal of Physical Activity and Health*, 8(5), 613-25. doi: 10.1123/jpah.8.5.613.
- Huang, S., Lai, X., Ke, L., Qin, X., Yan, J. J., Xie, Y., ... & Wang, Y. (2023). Coping styles among Chinese adolescents: The development and validation of a smartphone coping style scale. *Journal of Children and Media*, 17(4), 488-505. DOI: 10.1080/17482798.2023.2239951
- Kuldas, S., Sargioti, A., Milosevic, T., & Norman, J. O. H. (2021). A review and content validation of 10 measurement scales for parental mediation of children's Internet use. *International Journal of Communication*, 15, 23.4062–4084. 1932–8036/20210005
- Laupichler, M. C., Aster, A., & Raupach, T. (2023). Delphi study for the development and preliminary validation of an item set for the assessment of non-experts' AI literacy. *Computers and Education: Artificial Intelligence*, 4, 100126.
- Lin, C. Y., Broström, A., Nilsen, P., Griffiths, M. D., & Pakpour, A. H. (2017). Psychometric validation of the Persian Bergen Social Media Addiction Scale using classic test theory and Rasch models. *Journal of behavioral addictions*, 6(4), 620-629. DOI: 10.1556/2006.6.2017.071
- Lintner, T. (2024). A systematic review of AI literacy scales. *npj Science of Learning*, 9(1), 50. <https://doi.org/10.1038/s41539-024-00264-4>.
- Lu, J., Luo, J., Liang, L., & Jing, M. (2019). Measuring adolescents' social media behavior outside and inside of school: Development and validation of two scales. *Journal of Educational Computing Research*, 57(5), 1108-1130. 1–23, DOI: 10.1177/0735633118786851
- Mieczkowski, H., Lee, A. Y., & Hancock, J. T. (2020). Priming effects of social media use scales on well-being outcomes: the influence of intensity and addiction scales on self-reported depression. *Social Media+ Society*, 6(4), 2056305120961784. , DOI: 10.1177/2056305120961784
- Nikken, P., & Jansz, J. (2013). Developing scales to measure parental mediation of young children's internet use. *Learning, Media and Technology*, 39(2), 250–266. <https://doi.org/10.1080/17439884.2013.782038>
- Nimrod, G., Elias, N. & Lemish, D. (2019). Measuring Mediation of Children's Media Use, *International Journal of Communication* 13(2019), 342–358
- Ojagh, S.Z. (2019). Media Education for Children: True Content for School Children, *Cultural Studies and Communication*, 14 (53), 221-247,
- Perez, O., Garza, T., Hindera, O., Beltran, A., Musaad, S.M., Dibbs, T., et al. (2023) Validated assessment tools for screen media use: A systematic review. *PLoS ONE*, 18(4): e0283714. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0283714>

- Rich, M., Bickham, D.S. & Shrier, L.A. (2015). Measuring Youth Media Exposure: A Multimodal Method for Investigating the Influence of Media on Digital Natives, *American Behavioral Scientist*, 59(14), 1736–1754, DOI: 10.1177/0002764215596558
- Rosič, J., Carbone, L., Vanden Abeele, M. M., Lobe, B., & Vandenbosch, L. (2024). Measuring digital well-being in everyday life among Slovenian adolescents: The perceived digital well-being in adolescence scale. *Journal of Children and Media*, 18(1), 99-119. <https://doi.org/10.1080/17482798.2023.2272651>
- Saleki, M., Ahad, M., Javaheri, F., Kerman, A., Bahmani, M., et al. (2021). National Plans Office: Children and the Internet in Iran (Opportunities and Threats). Institute for Culture, Art and Communication Studies, Tehran. [in Persian].
- Sheshjavani, H., Sohrabi, Z., et al. (2017). Children and Mobile Phones: A Study of Children's Consumption Behaviors. Center for Cultural and Creative Industries Research. [in Persian].
- Smetana, J. G. (1995). Parenting styles and conceptions of parental authority during adolescence. *Child Development*, 66, 299–316. doi: 10.1111/j.1467-8624.1995.tb00872.x
- Subaşı, S., Korkmaz, Ö., & Kukul, V. (2024). Social media parenting scale: Validity and reliability study. *Education and Information Technologies*, 29(18), 25093-25121. <https://doi.org/10.1007/s10639-024-12833-6>
- Suh, B., Kirkorian, H., Barr, R., Kucker, S.C., Torres, C. & Radesky, J.S. (2024). Measuring parents' regulatory media use for themselves and their children. *Frontiers in Developmental Psychology*. 2(1377998). Doi: 10.3389/fdpys.2024.1377998
- Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2011). Adolescents' online communication: An integrative model of its attraction, opportunities, and risks. *Journal of Adolescent Health*, 48, 121-127. doi: 10.1016/j.jadohealth.2010.08.020
- Valkenburg, P. M., Piotrowski, J.T., Hermanns, J., & de Leeuw, R. (2013). Development and Validation of the Perceived Parental mediation Scale: A Self-Determination Perspective. *Human Communication Research*, 39(4), doi 10.1111/hcre.12010
- van den Eijnden, R.J.J.M.; Lemmens. J.S.; Valkenburg, P.M. (2016). The Social Media World Health Organization (2025), *Adolescent health*, Retrieved from https://www.who.int/health-topics/adolescent-health#tab=tab_1 (10 march 2025)
- Yahyaie, S. (2019). "Mechanisms of Media Consumption Among Adolescents in Tehran." *New Media Studies*, 5(19), 291–323. <https://doi.org/10.22054/nms.2020.43753.767> [in Persian].
- You, Y., Yang, J., Raat, H. & Grieken, A.V. (2023). Factors of heavy social media use among 13-year-old adolescents on weekdays and weekends. *World Journal of Pediatrics*, 19(4). DOI:10.1007/s12519-023-00690-1
- Zapf, H. et al. (2023). A Systematic Review of Parent-Child Communication Measures: Instruments and Their Psychometric Properties. *Clinical Child and Family Psychology Review*, 26(1), 121-142 DOI: 10.1007/s10567-022-00414-3
- Zhang, J. (2022). Qualitative Systematic Review in Applied Linguistics: A Synthesis. *International Journal of Language and Literary Studies*. 5(1).156-174. <http://doi.org/10.36892/ijlls.v5i1.1208>

