

<http://doi.org/10.22133/MTLJ.2022.334253.1080>

The preventive role of social media capital on delinquency in the context of new technologies during the Corona epidemic

Mokhtar Bidarvand,¹ Babak Pourgharamani,^{2*} Jamal Beigi³

¹ PhD student in Criminal Law and Criminology, Islamic Azad University, Maragheh Branch, Maragheh, Iran

² Associate Professor of Criminal Law and Criminology, Islamic Azad University, Maragheh Branch, Maragheh, Iran

³ Associate Professor of Criminal Law and Criminology, Islamic Azad University, Maragheh Branch, Maragheh, Iran

Article Info

Abstract

Original Article

Received:
16-3-2022

Accepted:
17-6-2022

Keywords:

Components of social
media capital
New technologies
Crime prevention
COVID-19

During the COVID-19 epidemic, due to the increasing influx of users to cyberspace and its use, the need to teach the components of social media capital or media literacy to control and reduce cybercrime is an essential requirement for users, especially young audiences doubled. The primary purpose of writing this article is to investigate the impact of the components of social media capital from the perspective of academics in reducing crimes and harms of cyberspace and socio-cultural factors in the context of new media. The research was conducted by survey method, and the data collection method was a questionnaire. The statistical population includes students studying in the academic year 1401-1400, of whom 250 have been selected for the research sample using Cochran's formula. Findings show that increasing the ability of users in society, based on promoting literacy based on culture, ethics, justice, and conscious and critical understanding of the nature of mass media and techniques used by media producers on the individual and society to reduce cybercrime is effective. The study's findings show a direct relationship between understanding the content of messages, awareness of the hidden purposes of messages, conscious selection of messages, analysis of media messages, rationality and critical view of messages as components of social media capital with reducing cybercrime statistics.

*Corresponding author

e-mail: pourgharamani@iau-maragheh.ac.ir

How to Cite:

Bidarvand, M., Pourgharamani, B., & Beigi, J. (2022). The preventive role of social media capital on delinquency in the context of new technologies during the Corona epidemic. *Modern Technologies Law*, 3(5), 33-54.

Published by University of Science and Culture <https://www.usc.ac.ir>
Online ISSN: 2783-3836



تأثیر پیشگیرانه سرمایه اجتماعی رسانه‌ای بر بزهکاری در بستر فناوری‌های نوین در دوران اپیدمی کرونا

مختار بیداروند^۱، بابک پورقهرمانی^{۲*}، جمال بیگی^۳

^۱ دانشجوی دکتری تخصصی حقوق کیفری و جرم‌شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد مراغه، مراغه، ایران

^۲ دانشیار گروه حقوق جزا و جرم‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد مراغه، مراغه، ایران

^۳ دانشیار گروه حقوق جزا و جرم‌شناسی، واحد مراغه، دانشگاه آزاد اسلامی، مراغه، ایران

اطلاعات مقاله	چکیده
مقاله پژوهشی	در دوران اپیدمی کرونا، به علت افزایش هجمه کاربران به فضای سایبری و بهره‌مندی از آن، لزوم آموزش مؤلفه‌های سرمایه‌های اجتماعی رسانه‌ای یا سواد رسانه‌ای به‌منظور کنترل و کاهش جرایم سایبری به‌عنوان یکی از ملزومات اساسی برای کاربران به‌ویژه مخاطبان جوان دوچندان شده است. هدف اصلی از نگارش این مقاله بررسی تأثیر مؤلفه‌های سرمایه‌های اجتماعی رسانه‌ای، از منظر دانشگاهیان در کاهش جرایم و آسیب‌های فضای مجازی و عوامل اجتماعی - فرهنگی در بستر رسانه‌های نوین است. پژوهش با روش پیمایشی صورت گرفته و شیوه جمع‌آوری داده‌ها پرسش‌نامه است. جامعه آماری دربردارنده دانشجویان مشغول به تحصیل در سال تحصیلی ۱۴۰۰-۱۴۰۱ است که از میان آنان، ۲۵۰ نفر برای نمونه پژوهش از راه فرمول کوکران انتخاب شده‌اند. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که افزایش توانایی کاربران در جامعه، بر پایه ترویج سواد مبتنی بر فرهنگ، اخلاق، عدالت و درک آگاهانه و انتقادی از ماهیت رسانه‌های جمعی و فتنی که از سوی تولیدکنندگان رسانه استفاده می‌شود، بر فرد و جامعه در جهت کاهش بزهکاری سایبری موثر واقع می‌شود. از یافته‌های پژوهش چنین برمی‌آید که بین درک محتوای پیام‌ها، آگاهی از اهداف پنهان پیام‌ها، گزینش آگاهانه پیام‌ها، تجزیه و تحلیل پیام‌های رسانه‌ای، عقلانیت و نگاه انتقادی به پیام‌ها به‌عنوان مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی رسانه‌ای با کاهش آمار بزهکاری سایبری رابطه مستقیم وجود دارد.
تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۲/۲۵	
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۳/۲۷	
واژگان کلیدی: مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی رسانه‌ای فناوری‌های نوین پیشگیری از جرم کرونا	
*نویسنده مسئول رایانامه: pourghahramani@iau-maragheh.ac.ir مقاله برگرفته از رساله دکتری نویسنده اول است.	
نحوه استناددهی: بیداروند، مختار، پورقهرمانی، بابک و بیگی، جمال (۱۴۰۱). تأثیر پیشگیرانه سرمایه اجتماعی رسانه‌ای بر بزهکاری در بستر فناوری‌های نوین در دوران اپیدمی کرونا. <i>حقوق فناوری‌های نوین</i> ، ۳(۵)، ۳۳-۵۴.	
ناشر: دانشگاه علم و فرهنگ https://www.usc.ac.ir شاپای الکترونیکی: ۲۷۸۳-۳۸۳۶	

مقدمه

در شرایط کرونایی دنیای امروز، رسانه‌های نوین به یکی از اجزای اصلی جوامع بشری تبدیل شده‌اند؛ بنابراین آموزش و ترویج مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی، به منظور دسترسی، استفاده درست، تجزیه و تحلیل و تولید محتوا و ارتباط در اشکال گوناگون رسانه‌ای و مصرف انتقادی محتوای رسانه‌ها، از ملزومات اساسی برای همه کاربران به‌شمار می‌رود. «مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی رسانه‌ای مجموعه‌ای از رویکردها است که مخاطبان به‌طور فعالانه برای مواجهه‌گزینی با رسانه‌ها و تحلیل و ارزیابی نقادانه محتوای رسانه‌ها به‌کار می‌گیرند تا معنای پیام‌هایی را که با آن مواجه می‌شوند تفسیر کنند» (حامدی، ۱۳۹۱، ص ۷۱). بنابراین، فرد می‌آموزد که عمیق و دقیق به ذات برنامه‌ها و نوشته‌ها و شنیده‌ها بیندیشد و به نقد آن‌ها نیز پردازد و از طرفی به نوعی رویارویی پیچیده با خروجی رسانه‌ها نیز دست یابد (شهنودپور و سالارکیا، ۱۳۹۳، ص ۵۳)

دیدگاه انتقادی بارزترین مؤلفه سرمایه اجتماعی است که به مطالعه در زمینه صاحبان رسانه و اقتصاد رسانه، و اصول اخلاقی و سیاسی رسانه‌ها می‌پردازد و چالش‌هایی را نمایان می‌کند، از جمله یادگیری تجزیه، تحلیل و پرسش درباره این‌که چه چیزهایی در پیام گنجانده شده است، ساختار آن چگونه شکل گرفته است، چه چیزی احتمالاً حذف شده است، پیامی را که ما دریافت می‌کنیم چه کسی تولید می‌کند، برای چه هدفی این کار را انجام می‌دهد، چه کسی ذی‌نفع و چه کسی بازنده است، و چه کسی تصمیم‌گیرنده است (تومن^۱، ۱۳۸۰، ص ۲۸). سواد رسانه‌ای یا سرمایه اجتماعی رسانه‌ای بر توانایی به‌کارگیری مهارت‌های تفکر انتقادی و رابطه آن با تمامی رسانه‌ها، انگیزه‌ها، ارزش‌ها، مالکیت، سرمایه و آگاه‌بودن از آن‌که چطور این عوامل بر محتوای پیام‌ها تأثیر می‌گذارد اطلاق می‌شود (تقی‌زاده، ۱۳۹۳، ص ۱۳۱).

آنچه در مورد فراگیری مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی رسانه‌ای اهمیت دارد آن است که بدانیم صرفاً «منع» شهروندان از پیام‌های ناخواسته رسانه‌ای نیست (Buckingham, 2013, p. 18)، بلکه کمک به شهروندان است که دانش کافی، تفکر انتقادی و سواد لازم را از تمامی اشکال رسانه‌ای کسب کرده‌اند تا بتوانند آنچه می‌بینند، می‌شنوند و می‌خوانند، خود تحلیل و کنترل کنند، پیش از آن‌که از سوی رسانه‌ها کنترل شوند (ماهرخ و همکاران، ۱۳۹۹، ص ۲۶۲). به‌طور کلی این مؤلفه‌ها قصد هوشیارسازی و اختیاربخشی و نتیجتاً هویت‌بخشی به مخاطب را دارند (علی‌زاده عطالو و همکاران، ۱۳۹۳، ص ۱۰۴)

مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی رسانه‌ای از بعد آثار اجتماعی اهمیت بسیاری دارد. زیرا فضای مجازی به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی به علت ناآگاهی باعث تضعیف روابط خانوادگی و بروز ناهنجاری‌های اجتماعی خصوصاً افزایش آمار جرایم می‌شوند (صادقی و همکاران، ۱۴۰۰، ص ۴۸).

این مؤلفه‌ها از بعد روانی نیز اهمیت بسیاری دارد و ضرورت آموزش آن‌ها را دوچندان می‌کند، «زیرا رسانه‌ها همان‌گونه که قادرند بار فشار روانی شدیدی بر آدمی تحمیل کنند، از این توانمندی هم برخوردارند که مخاطبان را از استرس دور کنند و به آرامش برسانند» (جهانجوینا، ۱۳۹۲، ص ۳۷). «وقتی اشخاص شاهد رخدادی باشند و سپس در معرض اطلاعات جدید و گمراه‌کننده‌ای درباره آن قرار بگیرند، ممکن است در روبرویی و تشخیص درست از نادرست به اشتباه بیفتند و چون اطلاعات نادرست تأثیرشان آن‌گونه که باید ارزیابی نمی‌شود، ناخودآگاه به مغز افراد هجوم می‌آورد و تأثیر منفی شدیدی بر ذهن فرد می‌گذارد» (امینی، ۱۳۹۴، ص ۵۳).

جرم‌شناسی پیشگیرانه را می‌توان از ابزارهای مهم و بسیار سودمند برای هنجارمندساختن جامعه و پیشگیری از وقوع ناهنجاری‌ها دانست (جوان جعفری و سیدزاده ثانی، ۱۳۹۱، ص ۱۵۲). کاربران فضای سایبری به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی در معرض تهدیدها و آسیب‌های مختلفی از جمله انحرافات اخلاقی و عقیدتی، مشکلات روحی و روانی، سرقت اطلاعات، و مزاحمت‌های اینترنتی قرار دارند (Dashora, 2011, p.212). بنابراین، در نظر گرفتن تدابیر و راهکارهای مناسب برای پیشگیری از این‌گونه جرایم در فضای مجازی بسیار مهم است (بهره‌مند و همکاران، ۱۳۹۳، ص ۱۶۳). در این میان، مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی رسانه‌ای ابزاری توانمندساز و آگاهی‌دهنده است که در تعامل با

راهکارهای جرم‌شناسی پیشگیرانه در زمینه آموزش و اطلاع‌رسانی و در نتیجه کاهش جرایم نقش بسزایی ایفا می‌نماید (کوثری، ۱۳۸۷، ص ۱۴۸).

در این پژوهش به بررسی تأثیر مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی رسانه‌ای با تأکید بر سواد رسانه‌ای که شامل درک محتوا، آگاهی از اهداف پنهان پیام‌ها،^۲ گزینش آگاهانه پیام‌ها،^۳ تجزیه و تحلیل پیام‌های رسانه‌ای،^۴ عقلانیت^۵ و نگاه انتقادی به پیام‌ها^۶ به عنوان متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته گرایش به بزهکاری در فضای سایبری می‌پردازیم. هدف ما در این پژوهش پاسخ‌دادن به سؤالات زیر است:

- آیا درک محتوای پیام‌ها در گرایش به بزهکاری در فضای سایبری تأثیر می‌گذارد؟

- آیا آگاهی از اهداف پنهان پیام‌ها در گرایش به بزهکاری در فضای سایبری تأثیر می‌گذارد؟

- آیا گزینش آگاهانه پیام‌ها در گرایش به بزهکاری در فضای سایبری تأثیر می‌گذارد؟

- آیا تجزیه و تحلیل پیام‌های رسانه‌ای در گرایش به بزهکاری در فضای سایبری تأثیر می‌گذارد؟

- آیا عقلانیت در گرایش به بزهکاری در فضای سایبری تأثیر می‌گذارد؟

- آیا نگاه انتقادی به پیام‌ها در گرایش به بزهکاری در فضای سایبری تأثیر می‌گذارد؟

همچنین در این پژوهش به این مسئله می‌پردازیم که آیا جنسیت، وضعیت تأهل، سن و تحصیلات افراد در مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی رسانه‌ای تأثیر دارند؟

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

در شرایط کرونایی دنیای امروز رسانه‌ها به یکی از اجزای اصلی جوامع بشری تبدیل شده‌اند، بنابراین افزایش سطح مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی رسانه‌ای از ملزومات اساسی برای همه به‌ویژه مخاطبان جوان به‌شمار می‌رود. هدف اصلی از آموزش مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی رسانه‌ای را می‌توان دسترسی، تجزیه و تحلیل و تولید ارتباط در اشکال گوناگون رسانه‌ای و مصرف انتقادی محتوای رسانه‌ها، کسب مهارت در مدیریت اطلاعات، شناخت تأثیرات ممکن در استفاده از رسانه‌ها و افزایش پتانسیل برای انجام گفتمان مردم‌سالارانه در جامعه جهانی دانست (خواجه و انبارکی، ۱۳۹۳، ص ۳۳) اگر مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی رسانه‌ای را علم تنظیم‌کننده روابط میان مخاطب و رسانه‌ها بر اساس هنجارهای درونی شده بدانیم، نباید از بررسی جایگاه آن در سیاست‌های رسانه‌ای کشورها غافل شویم (حق‌پرست و دهقان شاد، ۱۳۹۳، ص ۱۳۸).

با افزایش کاربران در رسانه‌های نوین، بدیهی است که جامعه بیشتر مستعد جرم شود. رسانه، با ارزش‌گذاری عینی (از طریق تبیین ارزش‌ها بر اساس فضای فرهنگی و ارزشی جامعه) و ارزش‌گذاری ذهنی (ذهنیت‌سازی از طریق رویکرد توجیهی و ایدئولوژیک به اخبار و رویدادها)، با القای مفاهیم و فرهنگ مولد و ارزش‌ساز، به ابزاری برای تداوم وضع بهبود جامعه تبدیل شود (غنی‌زاده و همکاران، ۱۳۹۹، ص ۵۰) و زمینه

۱. درک محتوای پیام یکی از مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای است که ما را قادر به درک ویژگی‌ها و مشخصات منحصر به فرد هر رسانه می‌کند. به این ترتیب می‌توانیم نحوه ارتباط شکل و محتوا را جست‌وجو و درک کنیم و علاوه بر درک مفهومی پیام رسانه، نحوه گفتن و بیان رسانه را نیز دریابیم.
۲. آگاهی از اهداف پنهان پیام‌ها یکی از مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای است که هوشیاری مخاطب در ارتباط با رسانه‌ها و آگاهی وی از این‌که چه پیامی با چه هدفی و با چه موقعیتی به وی ارائه می‌شود را برمی‌انگیزد تا او بتواند تفسیری درست از برنامه‌های مختلف رسانه‌ها ارائه نماید.
۳. گزینش آگاهانه پیام‌ها یکی از مؤلفه‌های اصلی سواد رسانه‌ای است و به استفاده هوشمندانه از رسانه منجر می‌شود. افراد برنامه‌های مورد علاقه‌شان را از میان رسانه‌های مختلف بر اساس عقاید و باورهایشان گزینش می‌کنند، پس تحت تأثیر تبلیغات رسانه‌ای قرار نمی‌گیرند.
۴. تجزیه و تحلیل پیام‌های رسانه‌ای بدین معنی است که انتخاب آگاهانه برنامه‌ها توسط فرد بر اساس آگاهی از محتوای پیام‌های رسانه و اطلاع از ماهیت پیام‌ها، ضمن جلوگیری از سردرگمی وی در مواجهه با انواع رسانه‌ها و پیام‌های آنان، باعث به‌سازی فعالیت حرفه‌ای فرد می‌شود.
۵. عقلانیت نیز یکی از ابعاد سواد رسانه‌ای است که نقش بسیار پررنگی در تشخیص، تجزیه و تحلیل و انتخاب برنامه مورد علاقه از میان رسانه‌های مختلف را داراست.
۶. نگاه انتقادی به پیام‌ها یکی از مؤلفه‌های اصلی سواد رسانه‌ای است که مطالعه درباره اصول اخلاقی و سیاسی رسانه‌ها درباره نیروهای شکل‌دهنده محتوای رسانه‌ها شامل اقتصاد، تبلیغات، مقررات دولتی و علایق عمومی می‌پردازد.

پیشگیری در سطح اجتماعی را از این طریق فراهم سازد (Rogow, 2009, p.72). این مهم از طریق اطلاع‌رسانی از وقایع و دادن هشدار درباره وقایع منحل نظم و قانون و مجازات تعیین شده برای آن‌ها و همچنین اعمال کنترل اجتماعی از طریق اقناع‌پذیری حاصل می‌شود و در پیشگیری از انحرافات اجتماعی نقش مؤثری ایفا می‌کند (جلالی فراهانی و منفرد، ۱۳۹۲، ص ۱۵۶). همچنین رسانه، در کنار کارکردهای مثبت فرهنگی، کارکردهای منفی همچون ایجاد مفهوم نو و جدید از هنجارها، ایجاد بستر جرم‌زا، گسترش خشونت و پرخاشگری، عادی‌سازی هنجارشکنی، تضعیف اعتماد اجتماعی، اشاعه فحشا و بی‌بندوباری و شکستن حریم خصوصی افراد را نیز در بر می‌گیرد (رضوی و عبدالملکی، ۱۳۹۹، ص ۹۹)

در راستای تحقق اهداف مقاله و پاسخ به سؤالات مطرح‌شده، گروه پژوهشگران با فرضیه‌سازی‌های دقیق و موشکافانه که با بررسی و مطالعه در لابه‌لای اسناد کتابخانه‌ای به‌دست آمد تلاش کرده‌اند تا به چشم‌اندازی کلی و نظری درخصوص موضوع پژوهش دست یابند. در ادامه، با تهیه و توزیع پرسش‌نامه‌های استاندارد و جمع‌آوری اطلاعات، توانستند با بهره‌مندی از مدل آماری مناسبی به تحقیق خود شکل عملی دهند و با تحلیل داده‌های به‌دست‌آمده و تطبیق آن با فرضیه‌های مطرح‌شده به این مهم دست یافته‌اند که جامعه هدف (دانشجویان) با کسب مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی رسانه‌ای تا چه میزان می‌توانند خود را از گرایش به بزهکاری و بزه‌دیدگی در فضای سایبری مصون دارند.

با توجه به این‌که اندیشه ترویج مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی رسانه‌ای بحث‌ها و مشاجره‌های بسیاری را چه در زمینه مطالعات رسانه و چه در زمینه عملکرد آن به راه انداخته است، پژوهشگران بر آن شدند که در این پژوهش نقش مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی رسانه‌ای و چگونگی تأثیرگذاری آن در حیطه پیشگیری از جرائم در فضای مجازی را در میان دانشجویان بررسی کنند. بنابراین، با بهره‌گیری از روش‌های علمی - پژوهشی و نیز با درک همه‌جانبه نظریه‌های موجود و بهره‌گیری از آن‌ها، به دنبال یافتن پاسخی مناسب به این سؤال‌اند که از منظر دانشجویان دانشگاه‌ها نقش مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی رسانه‌ای در کاهش بزهکاری سایبری و همچنین کاهش آمار واقعی جرائم سایبری چقدر است.

اگرچه مقالاتی درباره مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی رسانه‌ای و تبیین سیاست‌های آموزشی و نقش آن در ابعاد سیاسی و اجتماعی و اقتصادی و فرهنگی، زندگی افراد و جوامع وجود دارد، اما به‌هیچ‌وجه به تأثیر مؤلفه‌های آن در ابعاد پیشگیری از جرم در فضای مجازی اشاره‌ای نشده است. این موضوع وجه نوآوری مقاله حاضر نسبت به مطالعات پیشین است.

سالمی و همکاران (۱۴۰۰)، در تحقیقی با عنوان «استفاده کاربران از رسانه‌های اجتماعی و رابطه آن با سواد رسانه‌ای (در حوزه سلامت شهر تهران)»، به این نتیجه رسیده‌اند که با وجود گسترش دسترسی اعضای جامعه به رسانه‌های اجتماعی، پایین بودن تحصیلات مانع برخورداری کاربران از سواد رسانه‌ای (سواد رسانه‌ای سلامت) مطلوب است. کریم‌زاده و همکاران (۱۴۰۰)، در تحقیقی با عنوان «طراحی مدل بومی سرمایه اجتماعی برای پیشگیری از جرائم سایبری» که با روش کیفی بر اساس نظریه زمینه‌ای انجام داده‌اند به این نتیجه رسیده‌اند که نهادینه‌سازی اخلاق سایبری با تأکید بر تقویت سرمایه اجتماعی در قبال تحولات ساختاری آن به‌واسطه الگوی ایرانی- اسلامی بسیار مهم است.

رضوی و عبدالملکی (۱۳۹۹) در تحقیقی با عنوان «نقش عوامل روان‌شناختی در گرایش دانشجویان به فضای مجازی» به این نتیجه رسیده‌اند که بر اساس نظریه نمایش گافمن، شبکه‌های اجتماعی مجازی چارچوب‌های تعاملی جدیدی را برای برقراری ارتباطات میان‌فردی در اختیار کاربران قرار می‌دهد. فضای مجازی همانند پشت‌صحنه‌ای عمل می‌کند که در آن افراد به علت پنهان‌ماندن خود واقعی و کاهش اضطراب ناشی از ارزیابی‌نشدن از سوی دیگران، آزادانه آن‌گونه که دوست دارند خود را می‌نمایانند و به همین سبب علاقه‌مندی کاربران به فضای مجازی بیشتر می‌شود.

شجاعی و همکاران (۱۳۹۸)، در تحقیقی با عنوان «تأثیر سواد رسانه‌ای بر سرمایه فرهنگی (مطالعه موردی مؤسسات فرهنگی قرآنی اصفهان)» که با هدف بررسی میزان تأثیر سواد رسانه‌ای بر سرمایه فرهنگی فراگیران مؤسسات فرهنگی قرآنی اصفهان به روش پیمایشی انجام

دادند، به این نتیجه دست یافتند که سواد رسانه‌ای با مؤلفه‌های دسترسی به رسانه، استفاده از رسانه، تولید محتوای رسانه‌ای و تفکر انتقادی از رسانه در سرمایه فرهنگی فراگیران مؤسسات فرهنگی قرآنی اصفهان تأثیر می‌گذارد.

قادیان انارمرزی (۱۳۹۸) در تحقیقی با عنوان «نقش سواد رسانه بر سواد سلامت زنان در استفاده از فضای مجازی مطالعه موردی زنان شهرستان محمودآباد استان مازندران» که با هدف بررسی میزان سواد رسانه‌ای و سواد سلامت زنان و ارتباط بین سواد رسانه‌ای و سواد سلامت در استفاده از فضای مجازی اس.، به این نتیجه دست یافته است که طبق آمار ارائه شده سطح سواد رسانه‌ای، سواد سلامت و استفاده از اطلاعات سلامت در شبکه اجتماعی بیش از ۸۴ درصد زنان متوسط به بالا است. بنابراین اطلاعات سلامت باید مرتبط، مناسب، به موقع، به روز، قابل فهم و به معنی واقعی دقیق باشد.

شریفی رهنمو و همکاران (۱۳۹۷) در تحقیقی با عنوان «نیازهای سواد رسانه‌ای دانشجویان دوره کارشناسی که با هدف بررسی نیازهای آموزشی دانشجویان دوره کارشناسی دانشگاه بوعلی سینا در زمینه سواد رسانه‌ای که به روش توصیفی از نوع پیمایشی انجام یافته است به این نتیجه دست یافتند که دانشجویان در دسترسی و استفاده از رسانه‌ها وضعیت مطلوب دارند و در نقد رسانه‌ها و تولید پیام‌های رسانه‌ای از مهارت‌های لازم برخوردار نیستند.

مقدس زاده و صفاهیه (۱۳۹۶) در تحقیقی با عنوان «سواد رسانه‌ای و آگاه‌ساز آسیب‌های شبکه‌های اجتماعی» که با هدف سنجش رابطه بین مهارت‌های سواد رسانه‌ای با آگاهی از آسیب‌های شبکه‌های اجتماعی و به روش پیمایشی انجام یافته است به این نتیجه دست یافتند که در مجموع میزان سواد رسانه‌ای کارکنان مورد بررسی بالاتر از حد متوسط است. بین میزان سواد رسانه‌ای کارکنان با میزان استفاده آن‌ها از شبکه‌های اجتماعی و آگاهی آنان از آسیب‌های شبکه‌های اجتماعی رابطه مثبت و معناداری وجود داشته است.

تقی‌زاده (۱۳۹۱) در تحقیقی با عنوان «ارتقای سواد رسانه‌ای زمینه کاهش آسیب‌های اجتماعی نوپدید فضای مجازی» که با هدف، بررسی اثربخشی سواد رسانه‌ای بر دانش‌آموزان در شهر کرمان به روش شبه‌آزمایشی و با نمونه‌گیری خوشه‌ای و انتخاب گروه‌های آزمایش و کنترل انجام داده‌اند به این نتیجه رسیده‌اند که بعد از برگزاری دوره‌های آموزشی به مدت یک ترم برای گروه آزمایش، این گروه در مقایسه با گروه کنترل از توانایی‌های سواد رسانه‌ای یعنی توانایی استفاده از رسانه، تجزیه و تحلیل، تولید و ارسال پیام‌های رسانه‌ای و تفکر انتقادی بیشتری برخوردارند.

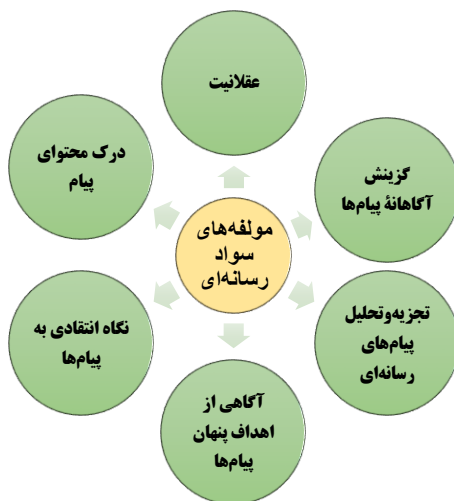
علیزاده و همکاران (۱۳۹۴)، در تحقیقی با عنوان «تأثیر آموزش سواد رسانه‌ای بر مهارت‌های تفکر انتقادی دانش‌آموزان» که با هدف بررسی تأثیر آموزش سواد رسانه‌ای در مهارت‌های تفکر انتقادی دانش‌آموزان پایه هشتم متوسطه در شهرستان ارومیه به روش آزمایشی با پیش‌آزمون و پس‌آزمون همراه با گروه شاهد انجام یافته است، به این نتیجه دست یافتند که نتایج تحلیل کوواریانس یک‌راهه نشان می‌دهد که آموزش سواد رسانه‌ای بر هر پنج مهارت تفکر انتقادی (تحلیل، استنباط، ارزشیابی، استقرا و قیاس) در بین دانش‌آموزان مؤثر بود است.

شجاعی و همکاران (۱۳۹۵)، در تحقیقی با عنوان «تأثیر آموزش سواد رسانه‌ای بر پرخاشگری و نگرش به خشونت در کاربران نوجوان بازی‌های رایانه‌ای خشن» که با هدف تعیین اثربخشی آموزش سواد رسانه‌ای در کاهش میزان خشونت کاربران بازی‌های رایانه‌ای خشن و به روش پیمایشی انجام یافته است، به این نتیجه دست یافتند که میانگین تغییرات نمره پرخاشگری در گروه آزمون در مرحله پس از اجرای برنامه مداخله آموزشی دارای تفاوت معنی‌داری با گروه کنترل است.

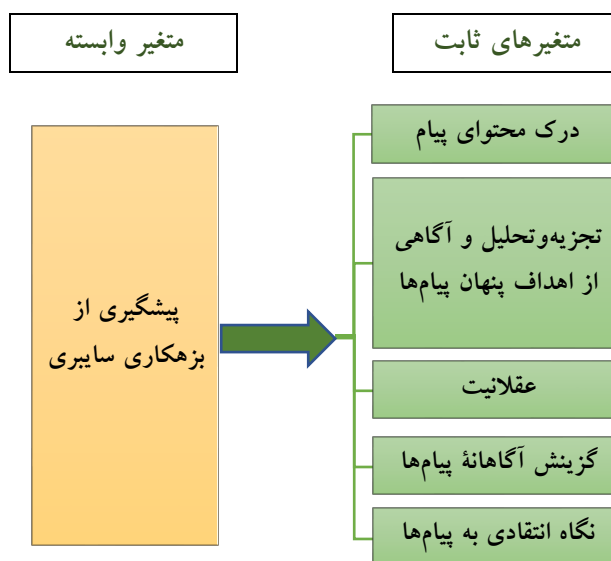
حاج محمدی (۱۳۹۵)، در تحقیقی با عنوان «نگاهی به اهمیت سواد رسانه‌ای در استفاده از تلفن‌های همراه هوشمند» که با هدف تبیین سواد رسانه‌ای، ضرورت‌ها، اهداف آن، اصول و عملی کردن برنامه‌های آن انجام شده است، به این نتیجه دست یافته است که استفاده و بهره‌برداری از فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی می‌تواند جنبه‌های آموزشی، مشورتی، تفریحی، تبلیغی و حتی تحقیقاتی داشته باشد. به تناسب راه‌اندازی هر یک از شبکه‌های اجتماعی، هر کدام دارای کارکرد خاص خود هستند و باید فرهنگ استفاده از آن را نیز در جامعه آموزش داد تا به هدف واقعی رسید.

مدل مفهومی پژوهش

گرایش به بزهکاری در فضای سایبری متغیر وابسته پژوهش و مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای، به‌منزله جامع‌ترین مؤلفه سرمایه اجتماعی رسانه‌ای، متغیرهای مستقل پژوهش هستند.



شکل ۱: مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای



شکل ۲: مدل مفهومی پژوهش

روش‌شناسی تحقیق

این تحقیق از نظر هدف، کاربردی و از حیث ماهیت، توصیفی از نوع پیمایش اجتماعی است. جامعه آماری شامل دانشجویانی است که در سال تحصیلی ۱۴۰۰-۱۴۰۱ در دانشگاه‌ها مشغول به تحصیل بوده‌اند. حجم نمونه آماری با استفاده از فرمول نمونه‌گیری کوکران ۲۵۰ نفر برآورده

شده است. نمونه‌گیری به صورت طبقه‌ای نامتناسب بوده است و اطلاعات لازم با استفاده از شیوه تصادفی ساده در میان دانشجویان دانشگاه‌های مختلف از طریق پرسش‌نامه جمع‌آوری شده است. ابتدا منابع موجود در این زمینه به روش اسنادی و بررسی ادبیات موضوعی جمع‌آوری و سپس چارچوب نظری تهیه شده است. متغیرها و شاخص‌های مسئله بر اساس چارچوب نظری تعیین شده و اطلاعات لازم به وسیله پرسش‌نامه تکمیل شده است. برای تعیین روایی پرسش‌نامه، با استفاده از نظر خبرگان سؤالات بررسی و نظر ایشان اعمال شد. همچنین، با توجه به استاندارد بودن سؤالات پرسش‌نامه می‌توان به قابل اعتماد بودن و روایی سؤالات اتکا کرد. به منظور بررسی پایایی متغیرهای اصلی تحقیق از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. این ضریب نشان می‌دهد که تمامی متغیرهای تحقیق (بالای ۷۰ درصد) از قابلیت اعتماد قابل قبولی برخوردارند. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز ابتدا یافته‌های توصیفی داده‌ها بررسی شد و سپس، پس از بررسی رابطه بین متغیرها از ضریب همبستگی کندال استفاده شد و در نهایت با آزمون رگرسیون، تأثیر متغیرهای مستقل (مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی رسانه‌ای) در متغیر وابسته (پیشگیری از بزهکاری سایبری) بررسی شد.

یافته‌های تحقیق

در این بخش داده‌های تحقیق در دو بخش توصیفی و تحلیلی ارائه می‌شود. در بخش اول، تصویری از جمعیت مورد پژوهش ارائه می‌شود و در بخش دوم، روابط میان متغیرهای مستقل و وابسته با استفاده از آزمون‌های آماری مناسب مورد ارزیابی قرار می‌گیرد.

۱. یافته‌های توصیفی

توصیف داده‌ها در مورد مشخصات فردی آزمودنی‌ها نشان می‌دهد که از مجموع ۲۵۰ نفر از دانشجویان مشارکت‌کننده در پژوهش، ۵۸ درصد مرد و ۴۲ درصد زن بوده‌اند. از مجموع آزمودنی‌های مذکور، ۶۱ درصد متأهل و ۳۹ درصد مجرد بوده‌اند. از طرفی، بر اساس نتایج به دست آمده از توصیف داده‌ها، از مجموع ۲۵۰ نفر از دانشجویان مطالعه شده، ۱۰ درصد در دوره کاردانی، ۶۰ درصد در دوره کارشناسی، ۲۴ درصد در دوره کارشناسی ارشد و ۷ درصد در دوره دکتری مشغول به تحصیل بودند. همچنین، نتایج توصیف داده‌ها نشان می‌دهد که از مجموع ۲۵۰ نفر دانشجوی مطالعه شده، ۴۳ درصد در رده سنی ۲۰ تا ۳۰ سال، ۳۸ درصد در رده سنی ۳۱ تا ۴۰ سال و ۱۹ درصد در رده سنی ۴۱ تا ۵۰ سال قرار داشتند.

۲. یافته‌های تحلیل داده‌ها

در این بخش انواع رابطه متغیرهای طرح شده در پژوهش در قالب فرضیه یا سؤال پژوهشی بررسی شده است.

۱-۲. آزمون فرضیه‌های پژوهش

فرضیه ۱: بین سطح سواد رسانه‌ای دانشجویان مرد و دانشجویان زن تفاوتی وجود دارد.

برای تحلیل این فرضیه از آزمون تی برای گروه‌های مستقل استفاده شده که خلاصه آزمون به شرح جدول ۱ است.

جدول ۱: خلاصه آزمون تی مستقل در مورد تفاوت سطح سواد رسانه‌ای دانشجویان مرد و زن

گروه‌ها	تعداد	میانگین گروه	انحراف معیار	اختلاف میانگین‌ها	T	df	Sig
مرد	۱۴۵	۸۶/۲۳	۱۸/۱۹	۶/۰۸	۲/۴۳	۲۴۸	۰/۰۱۶
زن	۱۰۵	۸۰/۱۵	۲۱/۱۶				

داده‌های جدول ۱ نشان می‌دهد که بین سطح سواد رسانه‌ای و بهره‌مندی از مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی رسانه‌ای دانشجویان مرد و دانشجویان زن تفاوتی معنی‌دار وجود دارد. تی به دست آمده با درجه آزادی ۲۴۸ برابر با ۲/۴۳ بوده که از نظر آماری با اطمینان ۰/۹۵ معنی‌دار است. بنابراین، فرض تحقیق تأیید و چنین استنباط می‌شود که میزان سواد رسانه‌ای دانشجویان مرد و دانشجویان زن تفاوت وجود دارد. مقایسه میانگین‌ها نشان می‌دهد که میانگین سواد رسانه‌ای دانشجویان مرد ۶/۰۸ واحد بیشتر از میانگین دانشجویان زن است.

فرضیه ۲: بین سطح سواد رسانه‌ای دانشجویان متأهل و دانشجویان مجرد تفاوت وجود دارد.

برای تحلیل این فرضیه از آزمون تی برای گروه‌های مستقل استفاده شده که خلاصه آزمون به شرح جدول ۲ است.

جدول ۲: خلاصه آزمون تی مستقل در مورد تفاوت سطح سواد رسانه‌ای دانشجویان مرد و زن

گروه‌ها	تعداد	میانگین گروه	انحراف معیار	تفاوت میانگین‌ها	T	df	Sig
دانشجویان مجرد	۹۷	۸۴/۱۸	۲۰/۷۶	۰/۸۳	۰/۳۲	۲۴۸	۰/۷۴۷
دانشجویان متأهل	۱۵۳	۸۳/۳۶	۱۹/۰۳				

داده‌های جدول ۲ نشان می‌دهد که بین سطح سواد رسانه‌ای و بهره‌مندی از مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی رسانه‌ای دانشجویان متأهل و دانشجویان مجرد تفاوت معنی‌داری وجود ندارد. تی به دست آمده با درجه آزادی ۲۴۸ برابر با ۰/۳۲ بوده است که از نظر آماری معنی‌دار نیست. بنابراین فرض صفر (عدم تفاوت) تأیید می‌شود و به نظر می‌رسد بین میزان سواد رسانه‌ای دانشجویان متأهل و دانشجویان مجرد تفاوت چندانی وجود ندارد و نزدیک به هم است.

فرضیه ۳: بین سن و سواد رسانه‌ای دانشجویان رابطه وجود دارد.

برای تحلیل این فرضیه از آزمون ضریب هم‌بستگی اسپیرمن - براون مستقل استفاده شده و خلاصه آزمون به شرح جدول ۳ است.

جدول ۳: خلاصه آزمون ضریب هم‌بستگی اسپیرمن در مورد رابطه سن و سواد رسانه‌ای

متغیر اول	متغیر دوم	تعداد	r	p-value	R2	نتیجه آزمون
سن	سواد رسانه‌ای	۲۵۰	۰/۱۳	۰/۰۴۷	۰/۰۲	معنی‌دار

داده‌های حاصل از ضریب هم‌بستگی اسپیرمن نشان می‌دهد که بین سن و سواد رسانه‌ای و بهره‌مندی از مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی دانشجویان مطالعه شده رابطه معنی‌داری وجود دارد. ضریب هم‌بستگی ۰/۱۳ است که از نظر آماری با اطمینان ۰/۹۵ معنی‌دار است. بنابراین، فرضیه سوم تأیید می‌شود. از این رو چنین استنباط می‌شود که سن دانشجویان در میزان سواد رسانه‌ای آن‌ها تأثیر معنی‌دار و در عین حال اندکی دارد. ضریب تعیین (مجذور ضریب هم‌بستگی) ۰/۰۲ بوده و حاکی از آن است که فقط ۲ درصد از سواد رسانه‌ای با متغیر سن توجیه و تبیین می‌شود.

فرضیه ۴: بین میزان سواد رسانه‌ای دانشجویان دوره‌های مختلف تحصیلی تفاوت وجود دارد.

برای تحلیل این فرضیه از آزمون آنالیز واریانس یک‌راهه استفاده شده و نتایج به شرح جدول‌های ۴، ۵ و ۶ است.

جدول ۴: آماره‌های توزیع نمرات سواد رسانه‌ای دانشجویان با دوره‌های تحصیلی متفاوت

دوره تحصیلی	تعداد	میانگین سواد رسانه‌ای	انحراف معیار	خطای استاندارد
کاردانی	۲۳	۵۶/۸۳	۳۲/۵۳	۶/۷۸
کارشناسی	۱۴۲	۸۳/۹۷	۱۸/۲۶	۱/۵۳
کارشناسی ارشد	۶۸	۸۵/۶۴	۲۴/۰۴	۲/۹۱
دکتری	۱۷	۸۲/۷۶	۱۳/۰۷	۳/۱۷

کل	۹۵	۸۱/۸۴	۲۲/۶۵	۱/۴۳
----	----	-------	-------	------

جدول ۵: خلاصه آزمون آنالیز واریانس در مورد فرضیه چهارم

منبع تغییرات	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	F	سطح معنی داری	نتیجه آزمون
بین گروهی	۱۶۰۳۶/۴۴	۳	۵۳۴۵/۴۸	۱۱/۷۶	۰/۰۰۱	معنی دار
درون گروهی	۱۱۱۷۷۱/۷۸	۲۴۶	۴۵۴/۳۶			
کل	۱۲۷۸۰۸/۲۲	۲۴۹				

جدول ۶: خلاصه آزمون تعقیبی LSD در مورد فرضیه چهارم

متغیر مستقل: دوره تحصیلی	تفاوت میانگین	سطح معنی داری
کارشناسی	-۲۷/۱۴*	۰/۰۰۰
کارشناسی ارشد	-۲۸/۸۲*	۰/۰۰۰
دکتری	-۲۵/۹۴*	۰/۰۰۰
کاردانی	۲۷/۱۴*	۰/۰۰۰
کارشناسی ارشد	-۱/۶۷	۰/۵۹۵
دکتری	۱/۲۰	۰/۸۲۶
کاردانی	۲۸/۸۲*	۰/۰۰۰
کارشناسی ارشد	۱/۶۷	۰/۵۹۵
دکتری	۲/۸۸	۰/۶۱۸
کاردانی	۲۵/۹۳*	۰/۰۰۰
کارشناسی ارشد	-۱/۲۱	۰/۸۲۶
کارشناسی ارشد	-۲/۸۸	۰/۶۱۸

داده‌های جدول ۵ نشان می‌دهد که بین میزان سواد رسانه‌ای و بهره‌مندی از مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی دانشجویان دوره‌های مختلف تحصیلی تفاوت معنی‌دار وجود دارد. F به دست آمده برابر ۱۱/۶۷ بوده که با اطمینان ۹۵٪ معنی‌دار است. بنابراین فرض تحقیق تأیید می‌شود و نشان می‌دهد که سواد رسانه‌ای دانشجویان دوره‌های مختلف تحصیلی با یکدیگر تفاوت دارد. داده‌های جدول ۶ مربوط به آزمون تعقیبی LSD در مورد مقایسه میانگین‌ها نشان می‌دهد که میانگین سواد رسانه‌ای دانشجویان دوره کاردانی با میانگین دانشجویان دوره‌های کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکتری تفاوت دارد و به ترتیب مقدار ۲۷/۱۴، ۲۸/۸۲ و ۲۵/۹۴ واحد از میانگین سواد رسانه‌ای و بهره‌مندی از مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی دانشجویان دوره‌های تحصیلی موردنظر کمتر است. درعین حال، بین میانگین سواد رسانه‌ای و بهره‌مندی از مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی دانشجویان دوره‌های تحصیلی کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکتری تفاوت معنی‌داری مشاهده نشد.

۲-۲. تحلیل سؤال‌های پژوهشی

سؤال یکم: آیا ابعاد سواد رسانه‌ای در گرایش به بزهکاری در فضای سایبری تأثیر می‌گذارد؟

جدول ۷: خلاصه آزمون ضریب همبستگی پیرسون بین متغیرهای مستقل با متغیر وابسته

متغیرهای مستقل	متغیر وابسته	ضریب همبستگی	سطح معناداری
درک محتوای پیام	گرایش به بزهکاری در فضای سایبری	-۰/۴۰	۰/۰۰۱
آگاهی از اهداف پنهان پیام‌ها	گرایش به بزهکاری در فضای سایبری	-۰/۴۵	۰/۰۰۱
گزینه‌های آگاهانه پیام‌ها	گرایش به بزهکاری در فضای سایبری	-۰/۴۹	۰/۰۰۱

۰/۰۰۱	-۰/۴۸	گرایش به بزهکاری در فضای سایبری	تجزیه و تحلیل پیامها
۰/۰۰۱	-۰/۴۹	گرایش به بزهکاری در فضای سایبری	عقلانیت
۰/۰۰۱	-۰/۵۱	گرایش به بزهکاری در فضای سایبری	نگرش انتقادی به پیامها

داده‌های حاصل از ضریب هم‌بستگی پیرسون در جدول ۷ نشان می‌دهد که بین متغیرهای درک محتوای پیام، آگاهی از اهداف پنهان پیامها، گزینش آگاهانه پیامها، تجزیه و تحلیل پیامها، عقلانیت و نگرش انتقادی به پیامها با متغیر گرایش به بزهکاری در فضای سایبری رابطه منفی و معنی‌داری وجود دارد. ضرایب هم‌بستگی به ترتیب برابر با ۰/۴۰، -۰/۴۵، -۰/۴۹، -۰/۴۸، -۰/۴۹، -۰/۵۱ است که همگی از نظر آماری با اطمینان ۰/۹۵ معنی دارند. بنابراین، فرض تحقیق در همه موارد تأیید می‌شود و به نظر می‌رسد درک محتوای پیام، آگاهی از اهداف پنهان پیامها، گزینش آگاهانه پیامها، تجزیه و تحلیل پیامها، عقلانیت و نگرش انتقادی به پیامها، به عنوان متغیرهای مستقل، به منزله عوامل آگاهی‌بخش و پیشگیرانه از بزهکاری، در گرایش افراد به بزهکاری در فضای سایبری تأثیر معنی‌داری دارند.

سؤال دوم: آیا ابعاد سواد رسانه‌ای به صورت تعاملی در گرایش به بزهکاری سایبری نقش پیشگیرانه دارد؟

برای تحلیل این سؤال پژوهشی از رگرسیون خطی استفاده شده است.

جدول ۸: متغیرهای وارد شده به معادله رگرسیون

روش اجرا	متغیر پیش‌بین	متغیر ملاک	R	R2	Adjusted R2	sig
ENTER	محتوای پیام آگاهی از پیام تحلیل پیام نگرش انتقادی به پیام	بزهکاری سایبری	۰/۵۱	۰/۲۶	۰/۲۵	۰/۰۰۰

جدول ۹: ضرایب به دست آمده در معادله رگرسیون

مدل	ضرایب غیر استاندارد	خطای استاندارد	ضرایب استاندارد	t	sig
	B		BETA		
۱	۱۵۱/۴۷	۱۱/۷۲	۰/۵۰	۱۲/۹۲	۰/۰۰۱
	۰/۴۴	۰/۸۰	۰/۰۷	۰/۵۵	۰/۵۸۳
	۰/۵۰	۰/۵۴	۰/۱۴	۰/۹۳	۰/۳۵۳
	-۰/۲۴	۰/۶۶	۰/۰۹	۰/۳۵	۰/۷۲۰
	-۰/۸۱	۰/۳۱	-۰/۶۱	-۲/۵۷	۰/۰۱۱

داده‌های جدول‌های ۸ و ۹ نشان می‌دهد که سواد رسانه‌ای و بهره‌مندی از مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی، به صورت تعاملی در گرایش به بزهکاری سایبری نقش پیشگیرانه دارند. ضریب تعیین تعاملی سواد رسانه‌ای و بهره‌مندی از مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی، ۰/۲۶ است و نشان می‌دهد که ۲۶ درصد از واریانس پیشگیری از بزهکاری سایبری از طریق سواد رسانه‌ای و بهره‌مندی از مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی توجیه و تبیین می‌شود.

۲-۳. خروجی اسی پی اس اس

متغیرهای فراوانی: جنسیت سن تحصیلات تأهل

/ORDER=ANALYSIS .

جدول ۱۰: آمار

		چسبیت	رده سنی	دوره تحصیلی	تأهل
N	صحیح	250	250	250	250
	مفقود	0	0	0	0

جدول ۱۱: جنسیت

		فرکانس	درصد	درصد صحیح	درصد تجمعی
Valid	مرد	145	58.0	58.0	58.0
	زن	105	42.0	42.0	100.0
	کل	250	100.0	100.0	

جدول ۱۲: رده سنی

		فرکانس	درصد	درصد صحیح	درصد تجمعی
Valid	۲۰-۳۰ سال	108	43.2	43.2	43.2
	۳۱-۴۰ سال	94	37.6	37.6	80.8
	۴۱-۵۰ سال	48	19.2	19.2	100.0
	کل	250	100.0	100.0	

جدول ۱۳: دوره تحصیلی

		فرکانس	درصد	درصد صحیح	درصد تجمعی
Valid	کاردانی	24	9.6	9.6	9.6
	کارشناسی	149	59.6	59.6	69.2
	کارشناسی ارشد	59	23.6	23.6	92.8
	دکتری	18	7.2	7.2	100.0
	کل	250	100.0	100.0	

جدول ۱۴: تأهل

		فرکانس	درصد	درصد صحیح	درصد تجمعی
Valid	مجرد	97	38.8	38.8	38.8
	متأهل	153	61.2	61.2	100.0
	کل	250	100.0	100.0	

T-TEST GROUPS=تاهل(1 2)

/MISSING=ANALYSIS

/VARIABLES=سواد

/CRITERIA=CI(.95).

T-Test

Group Statistics

	تاهل	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
سواد رسانه‌ای	مجرد	97	84.1856	20.75769	2.10762
	متاهل	153	83.3595	19.03135	1.53859

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means					
		Sig.	T	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
								Lower	Upper
سواد رسانه‌ای	Equal variances assumed	.996	.323	248	.747	.82609	2.55912	-4.21430	5.86648
	Equal variances not assumed		.317	191.276	.752	.82609	2.60947	-4.32095	5.97313

T-TEST GROUPS=جنسیت(1 2)

MISSING=ANALYSIS

VARIABLES=سواد

CRITERIA=CI(.95).

نتایج آزمون T

Group Statistics

	جنسیت	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
سواد رسانه‌ای	مرد	145	86.2345	18.18845	1.51047
	زن	105	80.1524	21.16046	2.06505

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	T	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
								Lower		Upper
سواد رسانه‌ای	Equal variances assumed	1.690	.195	2.435	248	.016	6.08210	2.49749	1.16311	11.00110
	Equal variances not assumed			2.377	203.071	.018	6.08210	2.55850	1.03746	11.12674

MISSING=PAIRWISE.

NONPAR CORR

VARIABLES=سواد سن

PRINT=BOTH TWOTAIL NOSIG

MISSING=PAIRWISE.

Nonparametric Correlations

Correlations

		سواد رسانه‌ای	رده سنی
Kendall's tau_b	رده سنی	Correlation Coefficient	1.000
		Sig. (2-tailed)	.096
		N	.054
	سواد رسانه‌ای	Correlation Coefficient	.096
		Sig. (2-tailed)	.054
		N	.250
Spearman's rho	رده سنی	Correlation Coefficient	1.000
		Sig. (2-tailed)	.126*
		N	.047
	سواد رسانه‌ای	Correlation Coefficient	.126*
		Sig. (2-tailed)	.047
		N	.250

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

۴-۲. آنالیز واریانس

ONEWAY سواد BY تحصیلات

STATISTICS DESCRIPTIVES

MISSING ANALYSIS

POSTHOC=LSD ALPHA(0.05).

Oneway

Descriptives								
سواد رسانه‌ای								
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
کاردانی	23	56.8261	32.53341	6.78369	42.7576	70.8946	10.00	108.00
کارشناسی	142	83.9718	18.26128	1.53245	80.9423	87.0014	37.00	121.00
کارشناسی ارشد	68	85.6471	24.04335	2.91568	79.8273	91.4668	38.00	122.00
دکتری	17	82.7647	13.07445	3.17102	76.0424	89.4870	65.00	120.00
کل	250	81.8480	22.65582	1.43288	79.0259	84.6701	10.00	122.00

ANOVA						
سواد رسانه‌ای						
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
Between Groups	16036.444	3	5345.481	11.765	.000	
Within Groups	111771.780	246	454.357			
Total	127808.224	249				

Post Hoc Tests

Multiple Comparisons						
Dependent Variable: سواد رسانه‌ای						
LSD						
دوره تحصیلی (I)	دوره تحصیلی (J)	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
کاردانی	کارشناسی	-27.14574*	4.79107	.000	-36.5825	-17.7090
	کارشناسی ارشد	-28.82097*	5.14163	.000	-38.9482	-18.6937
	دکتری	-25.93862*	6.81774	.000	-39.3672	-12.5100
کارشناسی	کاردانی	27.14574*	4.79107	.000	17.7090	36.5825
	کارشناسی ارشد	-1.67523	3.14347	.595	-7.8668	4.5163
	دکتری	1.20713	5.47052	.826	-9.5679	11.9822
کارشناسی ارشد	کاردانی	28.82097*	5.14163	.000	18.6937	38.9482
	کارشناسی	1.67523	3.14347	.595	-4.5163	7.8668
	دکتر	2.88235	5.78002	.618	-8.5023	14.2670
دکتری	کاردانی	25.93862*	6.81774	.000	12.5100	39.3672
	کارشناسی	-1.20713	5.47052	.826	-11.9822	9.5679
	کارشناسی ارشد	-2.88235	5.78002	.618	-14.2670	8.5023

*. The mean difference is significant at the 0.05 level.

CORRELATIONS

VARIABLES= محتوا اهداف گزینش تحلیل عقلانیت انتقادی بزهکاری

PRINT=TWOTAIL NOSIG

MISSING=PAIRWISE.

Correlations

Correlations								
		محتوای پیام	آگاهی از اهداف پیام	گزینش آگاهانه پیام	تجزیه و تحلیل پیام	عقلانیت	نگرش انتقادی به پیام	گرایش به بزهکاری سایرین
محتوای پیام	Pearson Correlation	1	.670**	.655**	.886**	.653**	.803**	-.402**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	250	250	250	250	250	250	250
آگاهی از اهداف پیام	Pearson Correlation	.670**	1	.791**	.872**	.892**	.922**	-.451**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	250	250	250	250	250	250	250
گزینش آگاهانه پیام	Pearson Correlation	.655**	.791**	1	.857**	.950**	.945**	-.494**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	250	250	250	250	250	250	250
تجزیه و تحلیل پیام	Pearson Correlation	.886**	.872**	.857**	1	.829**	.955**	-.485**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	250	250	250	250	250	250	250
عقلانیت	Pearson Correlation	.653**	.892**	.950**	.829**	1	.957**	-.485**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	250	250	250	250	250	250	250
نگرش انتقادی به پیام	Pearson Correlation	.803**	.922**	.945**	.955**	.957**	1	-.507**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	250	250	250	250	250	250	250
گرایش به بزهکاری سایرین	Pearson Correlation	-.402**	-.451**	-.494**	-.485**	-.485**	-.507**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	250	250	250	250	250	250	250

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

REGRESSION

MISSING LISTWISE
 STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
 CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
 NOORIGIN

DEPENDENT بزهدکاری

METHOD=ENTER . محتوا اهداف گزینش تحلیل عقلانیت انتقادی

Regression

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	نگرش انتقادی به پیام، محتوای پیام، آگاهی از اهداف پیام، تجزیه و تحلیل پیام ^b	.	Enter
Dependent Variable: a. گرایش به بزهدکاری سایبری			
b. Tolerance = .000 limit reached.			

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.510 ^a	.260	.248	34.51796

a. Predictors: (Constant), نگرش انتقادی به پیام، محتوای پیام، آگاهی از اهداف پیام، تجزیه و تحلیل پیام

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	102399.947	4	25599.987	21.486	.000 ^b
	Residual	291914.969	245	1191.490		
	Total	394314.916	249			

a. Dependent Variable: گرایش به بزهدکاری سایبری

b. Predictors: (Constant), نگرش انتقادی به پیام، محتوای پیام، آگاهی از اهداف پیام، تجزیه و تحلیل پیام

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	151.466	11.728		12.915	.000
	محتوای پیام	.438	.797	.073	.550	.583
	آگاهی از اهداف پیام	.499	.536	.141	.931	.353
	تجزیه و تحلیل پیام	-.237	.660	-.092	-.359	.720
	نگرش انتقادی به پیام	-.808	.315	-.608	-2.567	.011

a. Dependent Variable: گرایش به بزهدکاری سایبری

Excluded Variables^a

Model	Beta In	T	Sig.	Partial Correlation	Collinearity Statistics
					Tolerance
1	گزینه‌های آگاهانه پیام	.b	.	.	.000
	عقلانیت	.b	.	.	.000

a. Dependent Variable: گرایش به بزهکاری سایبری

b. Predictors in the Model: (Constant), نگرش انتقادی به پیام، محتوای پیام، آگاهی از اهداف پیام، تجزیه و تحلیل پیام

آنالیز واریانس نشان می‌دهد ۲۶ درصد از واریانس پیشگیری از بزهکاری سایبری از طریق سواد رسانه‌ای و بهره‌مندی از مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی توجیه و تبیین می‌شود. وزن بتا (Beta) به‌عنوان ضریب استاندارد رگرسیون برای تأثیر ابعاد محتوای پیام، آگاهی از اهداف پنهانی پیام، تحلیل پیام و نگرش انتقادی به پیام در پیشگیری از بزهکاری سایبری به ترتیب ۰/۰۷، ۰/۱۴، ۰/۰۹ و ۰/۶۱ است و نشان می‌دهد که به‌ازای یک واحد تغییر بر روی انحراف معیار متغیرهای پیش‌بین (محتوا، اهداف، تحلیل و نگرش انتقادی به پیام)، انحراف معیار متغیر ملاک (بزهکاری سایبری) به ترتیب به اندازه ۰/۰۷، واحد، ۰/۱۴، واحد، ۰/۰۹ و ۰/۶۱ واحد تغییر می‌یابد. آماره تی در مورد تأثیر محتوای پیام، اهداف پنهانی پیام و تحلیل پیام به ترتیب ۰/۵۵، ۰/۹۳ و ۰/۳۵ است که هیچ‌کدام از نظر آماری معنی‌دار نیست. در عین حال، آماره تی در مورد تأثیر بعد نگرش انتقادی به پیام ۲/۵۷ است که از نظر آماری با اطمینان ۰/۹۵ معنی‌دار است. همچنین، ابعاد عقلانیت و گزینه‌های پیام در تعامل با سایر ابعاد بدون تأثیر بوده و توسط نرم‌افزار از معادله رگرسیون کنار گذاشته شده است.

نتیجه‌گیری

با توجه به نتایج به‌دست‌آمده از جامعه آماری و تأثیر مستقیم و غیرمستقیم سطح سواد رسانه‌ای در میزان بزهکاری‌های سایبری و همچنین بمباران اطلاعات طبقه‌بندی‌نشده و آمیخته با موارد غیرسودمند و مخرب، دست‌کاری اذهان مردم با تفاسیر کذب و مغرضانه، هدف قراردادن آداب و رسوم و هنجارها و ارزش‌های جوامع و جایگزین کردن آن‌ها با عقاید و آداب جعلی و... در کنار موارد مفیدی چون ارتقای دانش و آگاهی از جهان پیرامون از حقایق انکارناپذیر و درهم‌آمیخته رسانه‌ها است که اکثریت قریب به اتفاق دولت‌ها، با استفاده از ابزارهای نظارتی متفاوت، به دنبال مدیریت و کنترل آثار سوء آن‌ها هستند.

در این پژوهش، با بهره‌گیری از پرسش‌نامه و تکمیل آن توسط ۲۵۰ نفر از دانشجویان مقاطع کاردانی، کارشناسی و کارشناسی ارشد و دکتری، این نتایج به‌دست آمد که دانشجویان مقطع کاردانی دارای کمترین سواد رسانه‌ای و دانشجویان دکتری دارای بیشترین سواد رسانه‌ای‌اند. بین بهره‌مندی از مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی رسانه‌ای دانشجویان مرد و دانشجویان زن تفاوت معنی‌داری وجود دارد و مقایسه میانگین‌ها نشان می‌دهد که میانگین سواد رسانه‌ای دانشجویان مرد ۶/۰۸ و دانشجویان زن است. همچنین داده‌های حاصل از ضریب هم‌بستگی اسپیرمن نشان می‌دهد که بین سن و بهره‌مندی از مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی دانشجویان مطالعه‌شده رابطه معنی‌داری وجود دارد و فقط ۲ درصد سواد رسانه‌ای با متغیر سن توجیه و تبیین می‌شود. اما بین سطح بهره‌مندی از مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی دانشجویان متأهل و مجرد تفاوت معنی‌داری وجود ندارد.

همچنین، با توجه به ضریب به‌دست‌آمده معلوم شد بین میزان تأثیر مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی رسانه‌ای دانشجویان با کاهش میزان جرائم در فضای مجازی رابطه وجود دارد. با آزمون رگرسیون نیز معلوم شد که این متغیرهای مستقل بر پیشگیری از جرم تأثیر معنادار دارند و سواد رسانه‌ای به‌صورت تعاملی در گرایش به بزهکاری سایبری نقش پیشگیرانه دارد. ضریب تعیین تعاملی سواد رسانه‌ای و بهره‌مندی از مؤلفه‌های

سرمایه اجتماعی ۰/۲۶ بوده است و نشان می‌دهد که ۲۶ درصد از واریانس پیشگیری از بزهکاری سایبری با سواد رسانه‌ای و بهره‌مندی از مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی توجیه و تبیین می‌شود.

در هر تحقیقی فقط گستره محدودی از یک جامعه بررسی می‌شود، حال آن‌که جامعه دارای اقشار و عوامل گوناگونی است. بنابراین برای شناخت دقیق‌تر و گسترده‌تر یک مسئله باید تحقیقات مختلفی درباره آن صورت گیرد که هرکدام به بررسی قشرهایی از آن بپردازند. از این رو، برای شناخت بیشتر موضوع و بررسی همه‌جانبه موضوع، لازم است تحقیقات دیگری در زمینه سواد رسانه‌ای در سطح گسترده‌تری همچون انباشت امنیت، میزان آگاهی از قوانین رسانه، مطالعه مطالب پیرامون موضوع رسانه اعم از پیشگیری از بزهکاری سایبری و دیگر ارکان و مؤلفه‌های مربوط صورت گیرد.

پیشنهادها

با توجه به نتایج به دست آمده از جامعه آماری، پیشنهاد می‌شود مسئولان و برنامه‌ریزان فرهنگی کشور آموزش مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی رسانه‌ای را در نظام آموزش و پرورش کشور و نظام تحصیلات تکمیلی بگنجانند. پیشنهادهای دیگر عبارت است از آموزش مستمر این مهارت اجتماعی از سوی رسانه‌های جمعی به گروه‌های اجتماعی جامعه، فرهیختگان، مخاطبان رسانه‌ها؛ بسترسازی و حمایت از مطالعات پژوهشی و علمی در حوزه سواد رسانه‌ای در مؤسسات پژوهشی و دانشگاهی؛ بسترسازی، تشویق و ترغیب افکار عمومی و افراد جامعه به بهره‌مندی از خدمات فناوری اطلاعات؛ آموزش جامعه‌پذیری و فرهنگ‌سازی مستمر بر روی مخاطبان از طریق فن‌ها و شیوه‌های گوناگون ارتباطی؛ آموزش مهارت‌های خاص تفکر انتقادی که یکی از اجزای اصلی سواد رسانه‌ای است.

منابع

- امینی، فهیمه (۱۳۹۴). ضرورت آشنایی با سواد رسانه‌ای در خانواده. *دومین کنفرانس ملی توسعه پایدار در علوم تربیتی و روانشناسی، مطالعات اجتماعی و فرهنگی*، <https://civilica.com/doc/395151>
- بهره‌مند، حمید، محمد کوره‌پز، حسین و سلیمی، احسان (۱۳۹۳). راهبردهای وضعی پیشگیری از بزهکاری سایبری. *آموزه‌های حقوق کیفری*، ۱۱ (۷)، ۱۴۷-۱۷۶.
- تقی‌زاده، عباس (۱۳۹۱). ارتقای سواد رسانه‌ای زمینه کاهش آسیب‌های اجتماعی نوپدید فضای مجازی. *نخستین کنگره ملی فضای مجازی و آسیب‌های اجتماعی نوپدید، تهران*.
- تومن، الیزابت (۱۳۸۰). مهارت‌ها و راهبردهای آموزش رسانه‌ای. حسن نورایی بیدخت (مترجم). *رسانه، پیاپی ۴۵*، ۱۰-۱۵.
- حاج محمدی، مریم (۱۳۹۵). نگاهی به اهمیت سواد رسانه‌ای در استفاده از تلفن‌های همراه هوشمند. *مدیریت رسانه*، ۲۷، ۳۷-۴۶.
- جلالی فراهانی، امیرحسین و منفرد، محبوبه (۱۳۹۲). حمایت قانونی از آسیب‌دیدگان سایبری. *مجلس و راهبرد*، ۲۰ (۷۳)، ۱۳۲-۱۰۸.
- جوان جعفری، عبدالرضا و سیدزاده ثانی، مهدی (۱۳۹۱). *رهنمودهای عملی پیشگیری از جرم. به سفارش معاونت پیشگیری از وقوع جرم قوه قضاییه*. تهران: نشر میزان.
- جهانجونی، شاپور (۱۳۹۲). ضرورت سواد رسانه‌ای در فضای مجازی. *رسانه*، ۹۷، ۲۲-۴۵.
- حامدی، محمد (۱۳۹۱). عوامل اجتماعی فرهنگی مرتبط با سواد رسانه‌ای دانشجویان (مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه آزاد واحد تهران شرق). *مطالعات رسانه‌ای*، ۱۹ (۷)، ۶۵-۷۷.

- حق‌پرست، محمداسماعیل و دهقان شاد، حوریه (۱۳۹۳). مطالعه مهارت‌های سواد رسانه‌ای کاربران شبکه‌های اجتماعی مجازی در ایران: مطالعه موردی کاربران اینستاگرام و فیس‌بوک. *مجموعه مقالات اولین کنفرانس بین‌المللی سواد رسانه‌ای و مسئولیت اجتماعی در ایران*، انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، چاپ اول، ص ۳۵-۴۹.
- خواجه، احمد و انبارکی، لیلا (۱۳۹۳). ضرورت سواد رسانه‌ای و تأثیر آن بر حفظ حریم خصوصی. *مجموعه مقالات اولین کنفرانس بین‌المللی سواد رسانه‌ای و مسئولیت اجتماعی در ایران*، انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، چاپ اول، ص ۴۳-۲۹.
- رضوی، سید نورالدین و عبدالملکی، پروانه (۱۳۹۹). نقش عوامل روان‌شناختی در گرایش دانشجویان به فضای مجازی. *مطالعات رسانه‌های نوین*، ۶ (۲۳)، ۱۰۰-۸۲.
- سالمی، آزاده، خانیکی، هادی، صبوری خسروشاهی، حبیب و هاشمی، شهناز (۱۴۰۰). استفاده کاربران از رسانه‌های اجتماعی و رابطه آن با سواد رسانه‌ای (در حوزه سلامت شهر تهران). *مطالعات میان‌رشته‌ای ارتباطات*، ۴ (۱۲)، ۵-۳۶.
- شجاعی، ثارالله، دهداری، طاهره، دوران، بهناز، نوری، کرامت اله و شجاعی، محمد (۱۳۹۵). تأثیر آموزش سواد رسانه‌ای بر پرخاشگری و نگرش به خشونت در کاربران نوجوان بازی‌های رایانه‌ای خشن. *مطالعات رسانه‌های نوین*، ۲ (۸)، ۱۷۳-۲۰۱.
- شجاعی، محمد، رحیمی، طاهره، شجاعی، ثاراله و دهداری، طاهر (۱۳۹۸). تأثیر سواد رسانه‌ای بر سرمایه فرهنگی (مطالعه موردی مؤسسات فرهنگی قرآنی اصفهان). *مطالعات رسانه‌ای*، ۴۵، ۱۰۷-۱۱۹.
- شریفی رهنمو، مجید، سراجی، فرهاد و شریفی رهنمو، سعید (۱۳۹۷). نیازهای سواد رسانه‌ای دانشجویان دوره کارشناسی. *مطالعات برنامه درسی آموزش عالی*، ۹ (۱۸)، ۵۳-۹۰.
- شهوندپور، راضیه و سالار کیا، حمیدرضا (۱۳۹۳). قرآن و سواد رسانه‌ای با تأکید بر خبر و خبرنگاری. *نشریه کتاب و سنت دانشگاه قرآن و حدیث*، ۵، ۵۰-۶۴.
- صادقی، جواد، نقیب‌السادات، سیدرضا و خمسه، مهناز (۱۴۰۰). نقش شبکه‌های اجتماعی همراه در مناسبات نسلی دانشجویان دانشگاه علامه طباطبائی. *مطالعات میان‌رشته‌ای ارتباطات و رسانه*، ۴ (۱۲)، ۱۰۱-۱۴۲.
- علیزاده عطالو، قاسم، مجیدی قهرودی، نسیم و هاشمی، شهناز (۱۳۹۳). بررسی رابطه بین سواد رسانه‌ای و شکل‌گیری هویت فردی. *مجموعه مقالات اولین کنفرانس بین‌المللی سواد رسانه‌ای و مسئولیت اجتماعی در ایران*، انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، چاپ اول.
- علیزاده، رقیه، عبدلی سلطان احمدی، جواد (۱۳۹۴). تأثیر آموزش سواد رسانه‌ای بر مهارت‌های تفکر انتقادی دانش‌آموزان، *کنفرانس بین‌المللی پژوهش در علوم و تکنولوژی* <https://www.sid.ir/fa/seminar/ViewPaper.aspx?ID=67443>
- غنی‌زاده، مصطفی، یوسفی، علی و صدیق اورعی، غلامرضا (۱۳۹۹). تناسب‌یابی هنجارهای عمل و تعامل با ساختار آن در اینستاگرام. *مطالعات رسانه‌های نوین*، ۶ (۲۳)، ۵۳-۹۰.
- قادیان انارمرزی، فاطمه (۱۳۹۸). نقش سواد رسانه بر سواد سلامت زنان در استفاده از فضای مجازی مطالعه موردی زنان شهرستان محمودآباد استان مازندران. *مطالعات کاربردی در علوم اجتماعی و جامعه‌شناسی*، ۴ (۵)، ۱-۱۲.
- کریم‌زاده، بیاض، پورقهرمانی، بابک و بیگی، جمال (۱۴۰۰). طراحی مدل بومی سرمایه اجتماعی برای پیشگیری از جرائم سایبری، پژوهشی کیفی براساس نظریه زمینه‌ای. *انتظام اجتماعی*، ۱۳ (۲)، ۱۱۵-۱۴۸.
- کوثری، مسعود (۱۳۸۷). تأثیر نسبی فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی در توسعه اجتماعی. *مطالعه فرهنگ ارتباطات*، ۹ (۳۳)، ۱۷۰-۱۳۹.
- ماهرخ، مژده، مجیدی قهرودی، نسیم و مظفری، افسانه (۱۳۹۹). شناسایی عوامل مؤثر بر حقوق مالکیت معنوی در فضای مجازی. *مطالعات رسانه‌های نوین*، ۶ (۳۳)، ۲۵۹-۲۸۴.

مقدس‌زاده، حسن و صفاهیه، هاجر (۱۳۹۶). سواد رسانه‌ای و آگاهی از آسیب‌های شبکه‌های اجتماعی. *مطالعات رسانه‌ای*، ۱۲(۳۹)، ۲۵-۳۵.

Buckingham, D. (2013). *Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture*. Cambridge: Polity Press.

Rogow, F. (2009). Teaching Media Literacy in Less Than an Hour. *Journal of Media Literacy Education*, 1(1), 72-73.

Dashora, K. (2011). Cybercrime in the society: Problems and preventions. *Journal of Alternative Perspectives in the social sciences*, 3(1), 240-259.
https://www.japss.org/upload/11._Dashora%5B1%5D.pdf