



## بررسی وضعیت موجود مؤلفه‌های سواد اخلاقی دانشجویان در شبکه‌های مجازی

محمد بهرامی \*  
سید علی اصغر رضوی \*\*  
صفیه طهماسبی لیمونی \*\*\*

### چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی وضعیت موجود مؤلفه‌های سواد اخلاقی دانشجویان در شبکه‌های اجتماعی انجام شد. روش پژوهش، توصیفی از نوع پیمایشی - مقطعی بود. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه آزاد اسلامی سمنان به تعداد ۱۵۰۰ نفر در سال تحصیلی ۱۴۰۰-۱۳۹۹ بود که به روش نمونه‌گیری در دسترس و با استفاده از جدول کرجسی - مورگان ۳۰۶ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها، پرسش‌نامه محقق ساخته بود که روایی صوری پرسش‌نامه توسط متخصصان موضوعی و پایایی آن از طریق محاسبه ضریب آلفای کرونباخ برای متغیرهای تحقیق مورد تأیید قرار گرفت. برای بررسی وضعیت مؤلفه‌های سواد اخلاقی دانشجویان در شبکه‌های اجتماعی از آزمون تی تک نمونه با استفاده از نرم افزار SPSS۲۶ استفاده شد. نتایج نشان داد که، وضعیت مؤلفه‌های سواد اخلاقی (پتانسیل اخلاقی، وجود حساسیت‌های اخلاقی و تقویت مهارت‌های استدلال‌ورزی) دانشجویان در شبکه‌های مجازی در سطح مطلوبی قرار دارد ( $p < 0/05$ ). یافته‌های این مطالعه، مؤید قابل قبول بودن مباحث نظری ارائه شده در این حوزه می‌باشد و برای زندگی بهتر در جامعه اطلاعاتی و حرکت به سمت توسعه پایدار، نیازمند برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری جدی در زمینه آموزش سواد اخلاقی در شبکه‌های مجازی هستیم.

واژگان کلیدی: سواد اخلاقی، شبکه‌های مجازی، دانشجویان.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

پژوهشگاه علوم انسانی

\* گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، واحد بابل، دانشگاه آزاد اسلامی، بابل، ایران  
\*\* گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، واحد بابل، دانشگاه آزاد اسلامی، بابل، ایران  
\*\*\* گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، واحد بابل، دانشگاه آزاد اسلامی، بابل، ایران

نویسنده مسؤول یا طرف مکاتبه: علی اصغر رضوی aa\_razavi@yahoo.com

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۰/۹/۲۰

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۰/۷/۹

## مقدمه

انسان‌ها در دنیای معاصر در عصر شبکه‌ها زندگی می‌کنند؛ عصری که شبکه‌های اجتماعی برخط، بر ارتباطات اجتماعی فائق آمده است و تحول بزرگی در نظام‌های اجتماعی موجود در جهان ایجاد نموده است (Sulaimaniyahpur., 2009). شبکه‌های مجازی، ابزارهایی هستند که کاربران را قادر می‌سازند با ایجاد پروفایل‌های اطلاعات شخصی و دعوت از دوستان و همکاران به منظور دسترسی به آن پروفایل‌ها و ارسال ایمیل و پیام فوری به یکدیگر، با هم ارتباط داشته باشند (Mirzaei, & al., 2016). فرآیندهای حاصل از فعالیت‌های گروهی آنلاین در فضای مجازی می‌توانند تأثیر قابل توجهی بر رفتار کاربران داشته باشد (AnuSirola & et al., 2021) به گونه‌ای که استفاده نامناسب از آن، سلامت روانی کاربران و در نتیجه کیفیت زندگی آن‌ها را با تهدیدات جدی مواجه ساخته است (Soroudi et al., 2021) به طوری که، این امکان وجود دارد افراد در مواجهه با فضای مجازی، بنیان‌های هویت خود را متزلزل ببینند و دچار تردید و اضطراب شوند (رضایی قادی، ۱۳۹۲)؛ اما آنچه در تعامل کاربران در این شبکه‌ها اهمیت دارد بحث اخلاق است. (Khaleghi & Chenari, 2016).

اخلاق، مجموعه‌ای از صفات روحی و باطنی انسان است که در قالب مجموعه اعمالی از خلیات درونی انسان ناشی شده و در کنش تجلی می‌یابد. اخلاق تنها با آثار و پیامدهایش قابل تعریف است (Mohammadi Zavieh, 2014) که در آراء و افکار متفکرانی مانند لاک روسو، فروید و پیازه بازتاب یافته است (Seghat ole slam et al., 2007). اخلاق، علمی است که هدف آن ایجاد یک منش است که انسان را از بد بازمی‌دارد و سبب می‌شود هر کاری که از روی اراده سر می‌زند آن کار مطلوب باشد و در نتیجه اخلاق با اعمال آزادی سروکار دارد (Mohammadi Zavieh, 2014) به تعبیر دیگر، اخلاق در لغت جمع واژه خلق و به معنی خوی‌هاست. از این رو، دانش بررسی و ارزش‌گذاری بر خوی‌ها و رفتارهای آدمی، علم اخلاق نامیده می‌شود (Farhud., 2007). اخلاق و اخلاقی بودن از دیدگاه کوناک و جونز (Conaock & Johns, 1998) عبارت از اخلاق به انصاف و راستی و درستی است؛ یعنی تصمیم‌گیری در خصوص این که چه چیز خوب است و چه چیز بد؟ و به فعالیت‌ها و قواعدی که اساس رفتار مسئولانه را بین افراد و گروه‌ها شکل می‌دهد. به نظر آشتون و ارم (Ashton & Orme., 2003) اخلاقی بودن و اخلاقی عمل کردن، شامل انجام عملی با هدف کسب اطمینان از رفتار اخلاقی است (Aqsami., 2013).

آنچه اخلاق را در دنیای معاصر در رسانه‌های اجتماعی مهم می‌نماید عمل سواد اخلاقی است که در سال‌های اخیر در کنار اخلاق، مطرح شده و متناظر با آن، رویکردی در تربیت اخلاقی شکل گرفته که تلاش دارد با تعریف اخلاق در قالب مفهوم سواد، آن را به مدرسه بازگرداند

(Sajjadih, 2016). سواد اخلاقی، تأکید بر دانش اخلاقی داشتن در نهادهای اجتماعی و مراکز آموزشی است. پیوند عمیق سواد اخلاقی با فهم و دانش اخلاقی، اخلاق را در کنار سوادهای مورد نیاز انسان قرن بیست و یکم، از جمله سواد فن‌آوری، سواد حساب کردن، سواد علمی و سواد خواندن، با اهمیت نموده است (Tulabi, 2016). این سواد، امری اکتسابی است؛ یعنی مهارت و توانش سواد اخلاقی نه امری زیستی و مکانیکی بلکه نیازمند تمرین، ممارست و جامعه‌پذیری است (Ghaneie-Rad, M., 2006).

هرمان (Herman, 2007)، سواد اخلاقی را توان واکنش و خوانش مؤلفه‌های اساسی جهان اخلاقی می‌داند. بر این اساس، قرار گرفتن واژه سواد در کنار اخلاق به این معناست که کنش اخلاقی به توانش اکتسابی وابسته است (Sajjadih, 2016). سواد اخلاقی یکی از ابعاد مهم سواد رسانه‌ای است (Hedayat, 2016)؛ زیرا اخلاقی زیستن شهروندان در دنیای رسانه‌ای، امکان یک زندگی مسالمت‌آمیز، امن و آرام را برای ایشان فراهم می‌کند تا همه استعداد‌های انسانی در سایه مشارکت و مسالمت جمعی به فعلیت برسند و جهانی توسعه‌یاب و ارتقاء یابنده محقق شود؛ جهانی که رابطه برد-برد میان ساکنانش برقرار است و بازنده‌ای در آن وجود ندارد که قربانی زیاده‌خواهی قدرت طلبانه‌ای باشد.

ذد مفهوم سواد اخلاقی، شامل سه بعد حساسیت اخلاقی، مهارت‌های استدلال و ارزی اخلاقی و تخیل اخلاقی است. برخی از محققان بر این نکته تأکید می‌ورزند که نباید این مؤلفه‌ها را در مقام اموری مجزا به شمار آورد. همه این مؤلفه‌ها دارای اثرات متقابل بر یکدیگرند و می‌توانند منجر به تقویت یکدیگر شوند و سرانجام رفتار اخلاقی را شکل دهند (Tuana, 2007).

در رابطه با اهمیت سواد اخلاقی در فضای مجازی، نصیری (Nasiri et al., 2014) در مقاله‌ای با عنوان «سواد اخلاقی به عنوان یکی از رهیافت‌های سواد رسانه‌ای و مسئولیت اجتماعی» به بررسی سه مؤلفه: سواد رسانه‌ای، سواد اخلاقی و مسئولیت اجتماعی و ارتباط میان آن‌ها در کنار الزامات عاملیت انسانی به عنوان رسانه در بستر جامعه پرداخته است تا بتواند با تحلیل منطقی برخی از زوایا، افق‌ها و چالش‌های پیش روی این مفاهیم را نشان دهد. با در نظر داشتن این موضوع که مفهوم اخلاق با فهم و دانش مسئولیت اجتماعی، تحت عنوان سواد اخلاقی و به عنوان یکی از اضلاع سواد رسانه‌ای (حوزه شناختی، عاطفی، زیبایی‌شناختی و اخلاقی) می‌توان هم‌تراز با سایر نیازهای انسان قرن بیست و یکم برای زندگی فرض کرد همان‌طوری که اخلاق، به بعد شخصی و فردی تصمیمات و رفتارهای ارتباطی توجه دارد، در مقابل، مسئولیت اجتماعی به جنبه اجتماعی و مسائل فرا شخصی مرتبط است و سواد رسانه‌ای در این میان به هر دو رویکرد نیازمند است.

کیایی و علویان (Kiai & Alavian, 2013) در مقاله خود با عنوان «مطالعه نقش سواد رسانه‌ای

کاربران فیس‌بوک در میزان و نوع اثرپذیری آن‌ها از صفحات تبلیغی» می‌نویسند: شبکه اجتماعی فیس‌بوک، امروزه بین جوانان ایرانی از محبوبیت بالایی برخوردار است. رشد محبوبیت و عمومیت این شبکه اجتماعی از یک طرف و امکاناتی که این شبکه برای تسهیل روابط بین افراد فراهم کرده، از سوی دیگر باعث شده است که این شبکه‌ها بر ارتباطات اجتماعی بین مردم تأثیر بگذارند؛ بنابراین استفاده فعال از این مهارت‌ها به این معنی است که ما از پیام‌ها آگاه هستیم و می‌توانیم آگاهانه با آن‌ها تعامل کنیم.

قاسمی زرگر و همکاران (Ghasemi Zargar, 2018) در پژوهشی نشان دادند که وضعیت سواد اخلاقی دانش‌آموزان دوره دوم متوسطه بیشتر از حد متوسط است.

امیر احمدخان (Ameer Ahmed Khan, 2015) در پژوهشی، امور اخلاقی مربوط به شبکه‌های اجتماعی را با سرفصل بلاتکلیفی‌های اخلاقی مطرح نموده است. او در ادامه تجاوز به حریم شخصی، پیام‌های هرزه، شرمندگی عمومی، عدم امانت‌داری و تحریف مطالب، ناشناس بودن کاربران، سوء استفاده از محتواهای تخصصی و فرصت‌طلبی را از موارد سردرگمی‌های اخلاقی شبکه‌های اجتماعی دانسته است.

هم‌چنین نتایج پژوهش مرسیا ترکولتا (Mircea, 2014) گسترش غیرقابل‌پیش‌بینی شبکه‌های اجتماعی را عامل مواجهه با سؤال‌هایی در خصوص رفتارهای اخلاقی کاربران شبکه‌ها و هم‌چنین مسئولیت‌های اخلاقی مدیران و گردانندگان این شبکه‌های اجتماعی دانسته است. در این پژوهش سه حوزه موضوعی اخلاقی که هم توسط کاربران و هم مدیران سایت‌های اجتماعی رفتار می‌شود مورد تحلیل قرار گرفته است که عبارت‌اند از: حریم شخصی، ناشناسی و اعتماد. حریم شخصی از نقطه نظر فلسفه حقوق و مسئولیت اخلاقی مالکان سایت‌ها برای حفاظت از اطلاعات شخصی کاربران اینترنت مورد بررسی قرار گرفته است. اعتماد بین بیگانگان آنلاین به عنوان یک وظیفه برای احترام و رفتار اخلاقی میان دو انسان شکل می‌گیرد. از نتایج این مقاله بیان پیوند موجود بین سه مقوله حریم خصوصی، بی‌نامی و اعتماد است؛ به این ترتیب که ناشناسی حریم خصوصی را محافظت می‌کند چون کاربر مجبور نیست که اطلاعات شخصی خود را ارائه دهد ضمن آن که ناشناس بودن، مستلزم فقدان اعتماد بین کاربران نیست و اعتماد به عنوان یک وظیفه اخلاقی بین انسان‌های متفاوت شکل می‌گیرد.

با توجه به پیشینه نظری و عملی پژوهش، می‌توان بیان داشت که رسانه‌های اجتماعی، بستر بسیار مهمی جهت ایجاد ارتباط بین افراد هستند که با گسترش کاربران و مخاطبان، چارچوب‌های اخلاقی این فضا دچار خدشه گردیده و نبودن چارچوب‌های حقیقی در این فضا، لطمه‌های جبران‌ناپذیری

را بر جامعه وارد خواهد کرد و به همین دلیل، بررسی وضعیت سواد اخلاقی کاربران در هنگام استفاده از این شبکه‌ها، ضروری به نظر می‌رسد؛ زیرا رعایت موازین اخلاقی در این فضا، باعث کاهش آسیب‌های روحی و روانی کاربران می‌گردد.

با بررسی اکثریت مطالعات انجام شده، به نظر می‌رسد شناخت سواد اخلاقی کاربران در شبکه‌های مجازی از عمق کافی برخوردار نبوده که بدین منظور در پژوهش حاضر با درک این ضرورت، سعی شده است تا با استفاده از تجارب زیسته و ادراک شده دانشجویان، به بررسی وضعیت موجود مؤلفه‌های سواد اخلاقی دانشجویان در شبکه‌های اجتماعی پرداخته شود. با عنایت به مطالب مطرح شده، هدف اصلی در پژوهش حاضر، بررسی وضعیت مؤلفه‌های سواد اخلاقی دانشجویان در شبکه‌های اجتماعی است. منافع آتی پژوهش این است که در بهبود سواد اخلاقی دانشجویان در شبکه‌های مجازی مؤثر بوده و منافع آتی، این است که به برنامه ریزان و دانشجویان در شناخت عوامل تأثیر گذار بر سواد اخلاقی در فضای مجازی یاری می‌رساند.

## روش

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر گردآوری داده‌های پژوهش، توصیفی از نوع پیمایشی می‌باشد. جامعه آماری در این پژوهش ۱۵۰۰ نفر از دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه آزاد اسلامی سمنان در سال تحصیلی ۱۴۰۰-۱۳۹۹ بودند که ۳۰۶ نفر با توجه به جدول کرجسی - مورگان و به روش نمونه‌گیری در دسترس به عنوان نمونه انتخاب شدند. داده‌ها از طریق پرسش‌نامه آنلاین از ۲۳ بهمن ۱۳۹۹ تا ۱۲ تیر ۱۴۰۰ در شبکه‌های مجازی مرتبط با دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه آزاد اسلامی سمنان توزیع و گردآوری شد.

در این پژوهش از پرسش‌نامه‌ای محقق ساخته که برگرفته از مدل توآنا (۲۰۰۷) بود به عنوان ابزار پژوهش استفاده شد؛ بدین صورت که ابتدا طبق مدل توآنا (۲۰۰۷) ۳۶ گویه برای پرسش‌نامه در نظر گرفته شد و سپس محقق، به صورت مصاحبه‌ای نیمه ساختار یافته و برنامه ریزی شده، نظر ۱۰ نفر از استادان را در مورد گویه‌ها خواستار شد. بعد از بررسی مصاحبه‌ها و اشتراک نظرات استادان و صاحب‌نظران، ۲۴ گویه به عنوان گویه‌های پرسش‌نامه در نظر گرفته شد. این مقیاس ۲۴ گویه‌ای ۳، مؤلفه‌ها توجه به پتانسیل اخلاقی (سؤالات ۱ تا ۷)، وجود حساسیت‌های اخلاقی سؤالات (۱ تا ۸)

و تقویت مهارت‌های استدلال‌ورزی (سؤالات ۱۵ تا ۲۴) را می‌سنجد. آزمودنی‌ها به هریک از گویه‌های این پرسش‌نامه بر روی طیف لیکرت ۵ درجه‌ای (از ۱ برای کاملاً مخالفم تا ۵ برای کاملاً موافقم) پاسخ می‌دهند. برای بررسی روایی صوری پرسش‌نامه با رجوع به نظر متخصصان و استادان از روایی ابزار اندازه‌گیری، در سنجش متغیرهای پژوهش اطمینان حاصل شده است. هم‌چنین، علاوه بر بررسی روایی صوری، برای اطمینان از این‌که گویه‌های ابزار به بهترین نحو جهت اندازه‌گیری محتوا طراحی شده‌اند از شاخص روائی محتوا (CVR) استفاده شد. جهت تعیین روایی، سیاهه با ۵ نفر از صاحب نظران و استادان حوزه فضای مجازی مطرح و از آنان درخواست شد که درخصوص هریک از ۲۴ آیتم سیاهه به ۳ گزینه «سودمند است»، «سودمند است ولی ضرورتی ندارد»، «سودمند نیست»، پاسخ دهند. پاسخ‌ها بر اساس فرمول CVR به صورت ذیل محاسبه شد:

$$CVR = \frac{n_E - \frac{N}{2}}{\frac{N}{2}}$$

که در آن  $n_E$  تعداد متخصصانی است که گزینه سودمند است را انتخاب نموده‌اند و  $N$  تعداد کل متخصصانی است که بدین ترتیب امتیاز تمامی ۲۴ گویه از عدد جدول لاوشه برای ۵ متخصص (۰/۵۶) بزرگ‌تر بود و بنابراین، حاکی از آن بود که وجود گویه‌های مربوطه با سطح معناداری آماری قابل قبول ( $p < 0.05$ ) در این ابزار ضروری و مهم است و روایی محتوای سیاهه مورد تأیید قرار گرفت. هم‌چنین پایایی آن نیز با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ برای مؤلفه‌های توجه به پتانسیل اخلاقی، وجود حساسیت‌های اخلاقی، تقویت مهارت‌های استدلال‌ورزی و کل پرسش‌نامه به ترتیب ۰/۸۹۶، ۰/۸۴۸ و ۰/۹۲۲ و ۰/۸۸۸ محاسبه شد. مقدار آلفای کرونباخ کلیه متغیرها بزرگ‌تر از ۷۰ درصد است که این امر نشان از تأیید پایایی گویه‌ها و همسانی درونی سؤال‌ها دارد.

جدول ۱. محاسبه ضریب پایایی شاخص‌ها

| شخص  | گویه  | آلفای کرونباخ |
|--|---|---------------|
| پتانسیل اخلاقی   | اعمال دقت نظر و محتاط بودن در انتشار محتوا  | ۰/۸۹۶         |
|  | تأکید بر ارزش‌های شخصی  |               |
|  | لزوم رعایت صداقت در انتشار مطالب حاوی دیدگاه‌ها   |               |
|  | لزوم رعایت شفافیت در انتشار مطالب حاوی دیدگاه‌ها  |               |
|  | تعریف درست موقعیت‌های اخلاقی در گفت‌وگو انسانی  |               |
|  | رعایت احترام و در نظر داشتن اصول فرهنگی و اجتماعی   |               |
| حساسیت اخلاقی  | تشخیص مناسب درست و غلط بودن پیام‌های رسانه‌ای   | ۰/۸۴۸         |
|  | پرهیز از انتشار مطالب حساسیت‌زا   |               |
|  | لزوم رعایت محدودیت‌های آزادی بیان در انتشار محتوا   |               |
|  | در نظر داشتن مسائل اخلاقی در ارتباطات میان فردی و دوستان (جنسیت، ازدواج، خانواده و موارد مرتبط) |               |
|  | لزوم رعایت حقوق اخلاقی افراد در بازنشر محتوای عکس و فیلم و ...                                  |               |
|  | پرهیز از در تقابل قرار گرفتن با عقاید دیگران  |               |
| مهارت‌های استدلال اخلاقی                               | افزایش روحیه مسئولیت‌پذیری در تعاملات گفتاری و شنیداری  | ۰/۹۲۲         |
|  | درک ارزش‌های مرتبط با یک واقعیت   |               |
|  | پاسخ مناسب به تخطی‌های ناقص کاربران   |               |
|  | تقویت قدرت تجزیه و تحلیل پیام رسانه‌ای  |               |
|  | تقویت رفتارهای دغدغه‌کند زندگی اجتماعی  |               |
|  | درک نیازها، استعدادها و مشکلات دیگران و کوشش برای تأمین شکوفایی و حل آن‌ها                      |               |
|  | تقویت مشارکت اجتماعی در ارتقای کیفیت زندگی اجتماعی  |               |
|  | توسعه مهارت تفکر انتقادی  |               |
|  | توسعه آموزش مادام‌العمر   |               |
|  | انتقال تجربه‌های اخلاقی در بازنشر محتوا به دوستان و علاقه‌مندان                                 |               |
| تبلیغات اخلاق متقاعدسازی مخاطب در جهت انتشار محتوا     |   |               |
| تولید رسانه‌های اخلاقی مبتنی بر تولید محتوای حفاظت‌شده |   |               |

جهت پاسخ به فرضیه‌های پژوهش از روش‌های آمار توصیفی و آمار استنباطی (آزمون تی تک نمونه، آزمون کولموگروف - اسمیرنوف) از طریق برنامه SPSS۲۶ استفاده شد.

## یافته‌ها

### بررسی ویژگی‌های فردی

یافته‌های تحقیق گویای آن است که از ۳۰۶ نمونه مورد بررسی، ۶۴/۷۱ درصد (۱۹۸ نفر) از حجم

نمونه را دانشجویان مرد و ۳۵/۲۹ درصد (۱۰۸ نفر) را دانشجویان زن تشکیل می‌دهند. بر اساس نتایج، دامنه تغییرات سنی پاسخگویان بین ۳۶ تا ۴۰ سال با میانگین ۳۸/۲ و انحراف معیار ۱/۲ بود. ۶۸/۹۵ درصد (۲۱۱ نفر) دانشجویان در مقطع فوق لیسانس و ۳۱/۰۵ درصد (۹۵ نفر) در مقطع دکتری مشغول به تحصیل بودند.

در جدول شماره (۲) شاخص‌های توصیفی متغیرهای پژوهش ذکر شده است:

جدول (۲): شاخص‌های توصیفی متغیرهای پژوهش

| متغیرهای پژوهش               | میانگین | انحراف معیار | کمینه نمرات | بیشینه نمرات | چولگی | کشیدگی |
|------------------------------|---------|--------------|-------------|--------------|-------|--------|
| پتانسیل اخلاقی               | ۴/۰۷    | ۰/۸۱         | ۱/۷۱        | ۵            | -۰/۱۵ | -۰/۱۲  |
| وجود حساسیت‌های اخلاقی       | ۳/۸۹    | ۰/۷۶         | ۲           | ۵            | -۰/۳۲ | -۰/۷۰  |
| تقویت مهارت‌های استدلال‌ورزی | ۳/۷۴    | ۰/۸۰         | ۱/۲۹        | ۵            | -۰/۵۲ | -۰/۱۱  |
| سواد اخلاقی                  | ۳/۹۰    | ۰/۷۳         | ۱/۹۵        | ۵            | -۰/۳۸ | -۰/۳۰  |

با توجه به نتایج جدول (۲) میانگین و انحراف معیار مؤلفه‌ها پتانسیل اخلاقی دانشجویان در شبکه‌های اجتماعی برابر  $4/07 \pm 0/81$ ، میانگین و انحراف معیار مؤلفه‌ها وجود حساسیت‌های اخلاقی برابر  $3/89 \pm 0/76$ ، میانگین و انحراف معیار مؤلفه‌ها تقویت مهارت‌های استدلال‌ورزی برابر  $3/74 \pm 0/80$  و میانگین و انحراف معیار سواد اخلاقی دانشجویان در شبکه‌های اجتماعی برابر  $3/90 \pm 0/73$  می‌باشد.

هم‌چنین مقدار ضریب چولگی و کشیدگی تمامی متغیرهای مورد مطالعه در بازه امن (+۲ و -۲) قرار دارد که نشان از نرمال بودن داده‌ها است. هم‌چنین از آزمون کولموگروف اسمیرنوف، جهت بررسی نرمال بودن داده‌ها استفاده شد. (جدول ۳)



جدول (۳) نتایج آزمون نرمال بودن متغیرهای تحقیق

| متغیر                        | آماره Z | سطح معنی -<br>داری (Sig) | نتایج آزمون             |
|------------------------------|---------|--------------------------|-------------------------|
| پتانسیل اخلاقی               | ۰/۴۵۷   | ۰/۸۵۵                    | توزیع داده‌ها نرمال است |
| وجود حساسیت‌های اخلاقی       | ۰/۹۳۱   | ۰/۵۴۲                    | توزیع داده‌ها نرمال است |
| تقویت مهارت‌های استدلال‌ورزی | ۰/۲۶۵   | ۱/۰۰۵                    | توزیع داده‌ها نرمال است |
| سواد اخلاقی                  | ۰/۹۶۸   | ۰/۴۹۴                    | توزیع داده‌ها نرمال است |

برای بررسی وضعیت مؤلفه‌های سواد اخلاقی دانشجویان در شبکه‌های اجتماعی، از آزمون تی استیودنت تک نمونه‌ای استفاده شده است. نتایج آزمون در جدول (۴) آورده شده است.

جدول (۴) نتایج آزمون تی استیودنت برای بررسی وضعیت وضعیت مؤلفه‌های سواد اخلاقی دانشجویان در شبکه‌های اجتماعی

| متغیر           | مقدار آماره t | سطح معناداری | اختلاف میانگین -<br>اف میانگین‌ها | فاصله اطمینان ۹۵٪<br>حد بالا<br>حد پایین |
|-----------------|---------------|--------------|-----------------------------------|--|
| پتانسیل اخلاقی  | ۲۳/۰۱         | ۰/۰۰۰        | ۱/۰۷                              | ۰/۹۷<br>۱/۱۶                             |
| وجود            | ۲۰/۴۹         | ۰/۰۰۰        | ۰/۸۹                              | ۰/۸۰<br>۰/۹۷                             |
| تقویت مهارت‌های | ۱۶/۳۷         | ۰/۰۰۰        | ۰/۷۴                              | ۰/۶۵<br>۰/۸۳                             |
| سواد اخلاقی     | ۲۱/۴۳         | ۰/۰۰۰        | ۰/۹۰                              | ۰/۸۲<br>۰/۹۸                             |

همان‌طور که از داده‌های جدول (۳) مشخص است سطح معناداری برای تمامی مؤلفه‌ها کوچک‌تر از مقدار ۰/۰۵ است؛ بنابراین فرض برابری میانگین با مقدار متوسط (۳) رد می‌شود. با توجه به مقادیر میانگین، وضعیت تمامی مؤلفه‌های سواد اخلاقی دانشجویان در شبکه‌های اجتماعی در حد مطلوبی قرار دارد.

### بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌های پژوهش، حاکی از آن بود که وضعیت موجود تمامی مؤلفه‌های سواد اخلاقی دانشجویان در شبکه‌های اجتماعی در حد مطلوبی قرار دارد و بالاتر از میانگین نظری (۳) می‌باشد.

این یافته‌ها با نتایج پژوهش‌های نصیری (Nasiri et al., 2012)، (Ghasemi Zargar, 2018)، (Mircea, 2014)، (Ameer Ahmed Khan, 2015) هم‌سو می‌باشند.

در تبیین یافته‌ها می‌توان بیان داشت که حساسیت اخلاقی که یکی از مؤلفه‌های سواد اخلاقی است و ویژگی ای است که شخص را به شناخت کشمکش‌های اخلاقی و برداشت خود از موقعیت‌های آسیب‌پذیر و آگاهی از نتایج اخلاقی در تصمیم‌گیری خود در مورد دیگران قادر می‌سازد (Sadrollahi and Khalili, 2014). مطلوب بودن این ویژگی در دانشجویان بیانگر آن است که فرد درست و غلط بودن پیام‌های رسانه‌ای را از یکدیگر تشخیص داده و دغدغه‌این فهم را همواره در درون خود داشته است و در مواجهه با پیام‌ها در مورد آن‌ها فکر می‌کند و یا با دیگران به بحث و گفتگو می‌پردازد و به راحتی از کنار پیام‌ها عبور نمی‌کند یا بدون تمیز سره از ناسره آن را بازنشر نمی‌کند.

در رابطه با مطلوب بودن مؤلفه‌های مهارت‌های استدلال و ارزی، می‌توان چنین بیان داشت که استدلال و ارزی اخلاقی، فرآیند داوری آگاهانه درباره خوب یا بدی کنش‌های انسان است (Zarei, 2014). هنگامی که حساسیت اخلاقی نسبت به پیام در فرد ایجاد شد، فرد می‌تواند درباره ابعاد اخلاقی موقعیت خویش و تصمیم خود در آن بیندیشد و در مرحله بعد نسبت به این ابعاد از خود تعهد نشان دهد. در صورت نداشتن این توانمندی، فرد ممکن است نه تنها در تشخیص موقعیت‌های اخلاقی، اشتباه کند بلکه کار خود را تنها یک انتخاب شخصی به شمار آورد. هم‌چنین فرد نمی‌تواند در مورد قضاوت دیگران، ناظر بر اخلاقی بودن یا نبودن یک موقعیت فکر کند و مطلوب بودن این ویژگی در دانشجویان، بیانگر این است که دانشجویان، توانایی شناخت ارزش‌ها، درستی و نادرستی برخی تصمیم‌ها و سبک - سنگین کردن آن‌ها در موقعیت‌های واقعی را دارند و می‌تواند درباره ابعاد اخلاقی موقعیت خویش و تصمیم خود در آن بیندیشد و در مرحله بعد نسبت به این ابعاد از خود تعهد نشان دهند.

از دیگر مؤلفه‌های مورد بررسی در این پژوهش، پتانسیل اخلاقی دانشجویان در شبکه‌های اجتماعی بود. پتانسیل اخلاقی، به اخلاقی بودن پیام اشاره دارد. توآنا (Tuana, 2007) در این مورد کدهای اخلاقی را مثال می‌زند که دارای دو قاعده اساسی: «توجه به امنیت، سلامت و آسایش همگان» و «قابل اعتماد بودن برای همگان» است. برای مثال توجه و احترام به شأن انسانی در همه

پیام‌ها فارغ از ملیت، نژاد، جنسیت، طبقه، سن و مذهبشان. صداقت در برقراری ارتباط، مبنایی‌ترین هنجار ارتباطی است؛ زیرا اگر مردم صادقانه ارتباط برقرار نکنند، اعتماد از میان آن‌ها رخت برمی‌بندد و زندگی اجتماعی غیرممکن می‌شود. پتانسیل اخلاقی، یکی از مهم‌ترین مهارت‌های زندگی است. مطلوب بودن این مؤلفه‌ها بیانگر آن است که وجود این مهارت در دانشجویان موجب می‌شود که دانشجویان، هر پیامی را به‌سادگی قبول یا رد نکنند. اول پیام موردنظر را از وجوه اخلاقی آن بررسی کرده و پس از آن اقدام به رد یا پذیرش نمایند.

سواد اخلاقی، مفهوم نوینی است که بر اساس نیازهای جدید عصر حاضر شکل گرفته و امری اثرگذار بر شبکه‌های اجتماعی (رفتار اطلاع‌یابی و بازنشر اطلاعات) محسوب می‌شود. برای زندگی بهتر در جامعه اطلاعاتی و حرکت به سمت توسعه پایدار، نیازمند برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری جدی در این زمینه هستیم. این امر مستلزم نهادینه کردن آموزش مهارت‌های لازم در همه سطوح آموزشی (از پایه تا پیشرفته) و تدوین سرفصل‌های اخلاقی متناسب با نیازهای مخاطبان گروه‌های مختلف اجتماعی است. رشد علمی دانشجویان همواره به‌واسطه سوادآموزی در زمینه‌های مختلف فراهم شده است. دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی آموزش، انواع سواد را به‌عنوان استراتژی جهت ارتقاء رشد علمی در بین دانشجویان تأکید کرده است و در این میان، رشد سواد اخلاقی با توجه به گسترش روزافزون هرچه بیش‌تر رسانه‌ها و شبکه‌های مجازی از اهمیت بالاتری برخوردار است. از محدودیت‌های پژوهش حاضر، می‌توان به محدود بودن جامعه و نمونه مورد مطالعه به دانشجویان مقطع تحصیلات تکمیلی دانشگاه آزاد اسلامی سمنان اشاره کرد که این امر تعمیم نتایج را به سایر دانشگاه‌ها تا حدودی محدود می‌کند.

بر اساس یافته‌های کسب شده، پیشنهادات ذیل ارائه می‌گردد:

حمایت مسئولان و برنامه‌ریزان فرهنگی کشور برای ارتقای سطح سواد اخلاقی  
حمایت رسانه‌های ملی به منظور برگزاری برنامه و مستندات و نشست‌های حمایتی در مورد سواد اخلاقی و نقش آن در کاهش آسیب‌های شبکه‌های اجتماعی  
برگزاری کارگاه‌های مهارت‌آموزی در زمینه آموزش سواد اخلاقی در دانشگاه‌ها.

## References

- Al-Aufi, A., & Fulton, C. (2016). Science networking tools for informal scholarly communication prove popular for academics at two university. *Evidence Based Library and Information Practice*, 11 (2), 195-197.
- AnuSirola ,M ,InaSavolainen ,Hye-JinPaek ,IzabelaZych ,A.,( 2021). Online Identities and Social Influence in Social Media Gambling Exposure: A Four-Country Study on Young People.*Telematics and Informatics* Available online 8 February, 101582.
- Ashton, C, and Orme, G. (2003). Ethics-a foundation competency", *Industrial and Commercial Training*. 35 (5), 184-190
- Aqsami, M. (2013). Investigating the mediating role of work ethic with organizational culture and teaching quality of high school teachers in Marvdasht. Master Thesis, Faculty of Educational Sciences and Psychology, Department of Educational Sciences, Islamic Azad University, Marvdasht Branch. . (In Persian).
- Ahmed Khan .A,. (2015). Ethical Issues in Online Social Networking. Available at: : <https://www.researchgate.net/publication/282701876>. Retrieved: 2019/09/18.
- Amiri, E,. (2018). Ethical sensitivity and its relationship with personal and occupational characteristics of nurses working in the internal wards of teaching hospitals. *hayat*, 23 (4), 306-295. . (In Persian).
- Conaock, M., & Johns, L., (1998), "Total quality management and its humanistic orientation towards organizational analysis", *The TQM Magazine*, 10 (4), 293-301.
- Devi, B., & Yameena, A,. (2015). Science communication through social networking sites. *SRELS Journal of Information Management*, 52 (5).
- Garg. M., Yadav. P,. (2015). Adolescent identity formation and internet usage. *A sian Journal Of Home Science* .10 (1):129-132.
- Farhud ,DD,. (2007). Overview of the ethics history with collecting various fields of ethics. *Ethics in Science & Technology*; 2 (1, 2):1-6. (In Persian).
- Ghaneie-Rad, M,. (2006). The Role of Students and Professors Interaction in the Formation of Academic Social Capital. *Iranian Journal of Sociology*, 7(3), 13-29. (In Persian).
- Herman, B,. (2007). *Moral Literacy*. London: Harvard University Press.
- Hedayat, M,. (2016), *Information in the New Age*, Tehran: Bell. (In Persian).
- Kiai, a Alavian, R S,. (2013). Study the role of media literacy of Facebook users in the extent and type of their impact on advertising pages. The first international conference on media literacy in Iran.
- Khaleghi, N, Chenari, M,. (2016). The relationship between moral intelligence and altruism. *Journal of Ethics in Science and Technology*, 10 (4). . (In Persian).
- Mohammadi Zavieh, Dear S,. (2014). Identifying the components of teaching ethics among professors of Mazandaran University. Master Thesis, Department of Educational Sciences, Faculty of Humanities and Social Sciences, Mazandaran University. . (In Persian).
- Mircea T,. (2014). Ethical Issues Concerning Online Social Networks. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 149 (2014) 967 – 972.

- Mirzaei, M., Rahimi, S., Moradi, M., (2016). A Survey on the Roll of Social Networks on Scientific Exchanges (Case study: Master's. Library and Information Sciences, 19(1), 108-130. (In Persian).
- Nasiri, B, Bakhshi, B and Hashemi, S M., (2014). The importance of teaching media literacy in the 21st century. Media Studies, 18 (3). . (In Persian).
- Qasemi Zargar, N., Jafari, P., Ahmadi, F., (2018). Provide a framework for promoting the moral literacy of high school students. Quarterly Journal of Educational Leadership and Management. 13 (4). 80-65. . (In Persian).
- Rezaei Qadi, Kh., (2012). Cyberspace, identity, culture. Tehran: Renovation. (In Persian).
- seghat ol eslam,T.,Rezaei, O., Khoshkar, A and Mousavi, M Sm. (2007). The development of morality in human beings from the perspective of Islamic scientists and modern psychology. Medical Ethics, 2 (3). (In Persian).
- Sulaimaniyahpur, R., (2009). Social Networks Opportunities and Threats. New way, 31. . (In Persian).
- Soroudi, S., Mostafapour, S., Olumi, S., (2021). Investigating the relationship between "social network use" and "depression" among students of Mashhad School of Paramedical Sciences.. Horizons of Medical Education Development, 12(1), 24-6. doi: 10.22038/hmed.2020.49199.1032. (In Persian).
- Sajjadih, N., (2016). Critique of the ethical literacy approach from the perspective of human agency. Journal of Fundamentals of Education, 5 (2), 109-88. . (In Persian).
- Sadrollahi, A and Khalili, Z., (2014). Investigating the sensitivity of professional ethics and related factors in nurses in western Golestan. Ethics and History of Medicine, 8 (3), 61-50. . (In Persian).
- Tulabi, Z., (2016). The relationship between moral literacy, teacher / student interaction and students' psychological empowerment. Ethics in Science and Technology, 12 (1). . (In Persian).
- Tuana, N., (2007). Conceptualization Moral Literacy. Journal of Educational Administration, 45(4), 364.378
- Weaver ,U& Morse.R., (2003). Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture. Cambridge: Polity Press.
- Zarei, H., (2014). The Information Society in the Present Age, Tehran: Afarin Publications.