

The Role of Emotional Maturity & Family Emotional Atmosphere in Media Consumption Mediated by Peer Group relation among Intermediate Female Student`s

Seyede Mohaddese Ghaznavian¹, Maryam Kian², Ahmad Zandvanian³,
Mahdieh Estabraghi⁴

Received: Jun, 16.2025; Accepted: Apr, 17.2025

DOI: 10.22034/scm.2025.500245.1841

Abstract

In today's human life, the phenomenon of using media and cyberspace has become an integral part. Meanwhile, the adolescent age group, due to its sensitivities, is more affected by this phenomenon. Accordingly, the purpose of this study was to investigate the role of emotional maturity and family emotional atmosphere in media consumption mediated by peer group. The research method was descriptive-correlation (structural equation modeling). The study population included all girl high school students in districts one and two of Yazd (including 16,166 students). The sample size was 1152 students who were selected by clustered sampling according to the volume. The Schools were also selected randomly. The research instruments included these questionnaires: emotional maturity (Shing & Bargava, 1991), family emotional atmosphere (Hillburn, 1964), media consumption (Mahmoudian, Kouchani Esfahani & Moqaddas, 2015) and relationships with peers (Hudson, 1992). The validity and reliability of the instruments were confirmed. Data were analyzed at two levels of descriptive (including mean and standard deviation) and inferential (in the form of structural equation modeling (SEM), using SPSS and AMOS software`s. Findings showed that there is a significant and negative relationship between emotional maturity and media consumption, but there is a

1 . M.A. in curriculum planning & corresponding author, Yazd University, Yazd, Iran (msggh.mhr@gmail.com)

2 . Assistant Professor, Department of Education, Yazd University, Yazd, Iran (kian2011@yazd.ac.ir)

3 . Assistant Professor, Department of Education, Yazd University, Yazd, Iran (azand2000@yazd.ac.ir)

4 . Ph. D. student of education psychology, Shahid Chamran University of Ahvaz, Iran (estabraghi87@yahoo.com)

significant and positive relationship between family emotional atmosphere and media consumption. There is a significant and positive relationship between emotional maturity and peer group relation, as well as, there is a significant and positive relationship between family emotional atmosphere and peer group relation. Also, a positive and significant relationship was found between the peer group relation and media consumption. In addition, the peer group relation positively mediated the relationship between emotional maturity and media consumption. The peer group relation also acted as a mediating variable in the relationship between family emotional atmosphere and media consumption positively. As conclusion, based on these findings, it is suggested that in secondary education, more attention should be paid to teaching media consumption skills, holding specialized workshops on family with the topics of family emotional atmosphere, emotional maturity and children's relationship with peers.

Keywords: Emotional Maturity, Family Emotional Atmosphere, Media Consumption, Peer Relations, Intermediate Education, Female Student`s

Introduction

Today, almost every need requires the use of media, and humanity as a whole is forced to use them; for this reason, the present era has been called the era of the information and computer revolution. Today, it is no secret that the use of media and virtual spaces is very widespread. It can be claimed that media consumption has encompassed all individual and social aspects of humanity, and in the meantime, the use of cyberspace by adolescents and young people has expanded significantly. Teenagers and young people use this space and media for entertainment, watching movies, surfing the web, chatting with classmates, exchanging information, conducting some school studies and scientific research, and finding answers to many of their questions. In other words, media consumption refers to activities in which a person actively, purposefully, and freely uses social media to gain knowledge about a specific topic, entertainment, etc. Undoubtedly, the family is the most effective support institution that has a tremendous impact on the behavior of its members. Also, relationships with peers and emotional maturity are factors that influence adolescents and their media behaviors.

Purpose

The overall purpose of this study is to predict media consumption in female students based on family emotional climate, emotional maturity, and peer

relationships. This study attempts to examine students' behavioral patterns in media consumption that are influenced by emotional maturity, family emotional climate, and peer relationships. In a world where social media has become one of the most important tools used by teenagers, it is crucial to understand how family, peers, and individual characteristics can influence the amount of media consumption in adolescents. This research can contribute to a deeper understanding of the factors affecting media consumption among female students and lead to the development of effective strategies to support them in the media environment. Therefore, the present study, with an analytical approach, seeks to clarify the relationships between these variables in order to provide a more accurate picture of the factors affecting media consumption in female students.

Method

The present study was applied in terms of purpose and descriptive-correlational in terms of data collection method, using structural equation modeling. The statistical population of the study included all female students in the first year of high school in the first and second districts of the Yazd Education Department in the academic year 1399-1400 (16,166 people). A sample of 1152 students (439 seventh graders, 365 eighth graders, 348 ninth graders) was selected using cluster random sampling. Due to the closure of in-person education and the absence of students in schools, after creating an online questionnaire, the relevant link was provided to students in selected classes, and in this way, the necessary data was collected. It should be noted that the students participated in the research with informed consent. Finally, the proposed research model was examined using structural equation modeling in SPSS and Amos software. The research instruments included these questionnaires: emotional maturity (Shing & Bargava, 1991), family emotional atmosphere (Hillburn, 1964), media consumption (Mahmoudian, Kouchani Esfahani & Moqaddas, 2015) and relationships with peers (Hudson, 1992). The validity and reliability of the instruments were confirmed.

Findings

The findings showed that there are significant relationships between the research variables. The results of structural equation modeling showed that emotional maturity ($\beta = -0.64$) has a direct, negative, and significant relationship with female students' media consumption. The results also showed that the emotional atmosphere of the family ($\beta = 0.35$) and the relationship with peers ($\beta = 0.18$) had a

direct, positive, and significant relationship with the media consumption of female students. In addition, the results showed that emotional maturity ($\beta = 0.38$) and family emotional climate ($\beta = 0.23$) had a direct, positive, and significant relationship with peer relationships in female students. Finally, the results of the bootstrap test showed that emotional maturity, mediated by peer relationships, has a positive and significant relationship with media consumption in female students ($\beta = 0.07$), and family emotional climate, mediated by peer relationships, has a positive and significant relationship with media consumption in female students ($\beta = 0.04$).

Conclusion

The findings of the present study indicate that family emotional climate and emotional maturity play an important role in explaining media consumption in adolescent girls. This family emotional climate and emotional maturity directly and indirectly affect media consumption through relationships with peers. Adolescents who have reached emotional maturity are less likely to consume media, while greater relationships with peers lead adolescents to use media more. On the other hand, today, most family relationships revolve around issues raised in the media, which encourages adolescents to consume more media. These findings provide valuable insights into the family, personal factors, and the role of peers on media consumption in adolescents and can help develop educational, social, and family interventions aimed at moderating media consumption in adolescents.

Novelty

This study examines the combined role of family emotional climate, emotional maturity, and peer relationships in explaining media consumption in adolescent girls. Its distinctive contribution is in identifying the direct and indirect pathways through which family emotional climate and emotional maturity influence media consumption. Also, examining the mediating role of peer relationships among other variables can reveal new dimensions of how emotional maturity and family emotional climate affect media consumption.

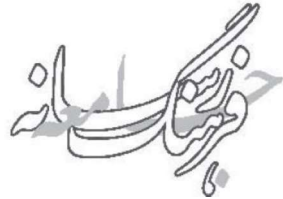
Bibliography

- Andrianie, P. S., Japar, M., Pratisti, W. D., Kasturi, T., & Purwandari, E. (2024). The Role of Peer Relationships in Problematic Internet Use among Adolescents: A Scoping Review and Meta-analysis. *The Open Psychology Journal*, 17(1). DOI: 10.2174/0118743501333973241113061357
- Arghabaei, M., Solimani, A., Mohammadipour, M. (2018). The Role of Emotional Family Atmosphere in Drug Use Tendency: the Mediating Role of Negative Affect. *Research on Addiction*; 12 (45) :53-70. <http://etiadpajohi.ir/article-1-1673-fa.html> [In Persian].
- Bakhtiari, A., Amirmazaheri, A. and Nasiri, B. (2020). Identify effective categories in the media lifestyle of families. *Interdisciplinary Studies in Media and Culture*, 10(1), 25-42. <https://doi.org/10.30465/ismc.2020.5122> [In Persian].
- Barker, V. (2009). Older Adolescents, Motivations for Social Network site Use: The Influence of Gender, Group Identity, and Collective Self Esteem. *Cyber Psychology & Behavior*, 12, 209-213. <https://doi.org/10.1089/cpb.2008.0228>
- Bastan, M; Delavar, A and Farhangi, A. A. (2018). Investigating the factors affecting media consumption of Tehrani youth with the aim of designing a creative model of emerging media consumption patterns. *Journal of Innovation and Creativity in the Humanities*, 8(1), 109-142. [In Persian].
- Butler, C. (2018). A Two-Part Exploratory Study into Social Media Use amongst Adolescent Girls. Explore Bristol Research, Received from <http://research-information.bristol.ac.uk/>
- Camara, M., Bacigalupe, G., & Padilla, P. (2017). The role of social support in adolescents: are you helping me or stressing me out? *International Journal of Adolescence and Youth*, 22(2), 123-136. <https://doi.org/10.1080/02673843.2013.875480>
- De Lise, F., Bacaro, V., & Crocetti, E. (2023). The social side of sleep: A systematic review of the longitudinal associations between peer relationships and sleep quality. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20(3), 2017. <https://doi.org/10.3390/ijerph20032017>
- Dharshini, B., & Punithavathi, S. P. (2023). Influence of Emotional Maturity and Resilience in Coping among Parents of Kids with Autism and Intellectual Disability. *Journal of Mental Health Issues and Behavior (JMHB)* ISSN: 2799-1261, 3(04), 1-9. [10.55529/jmhib.34.1.9](https://doi.org/10.55529/jmhib.34.1.9)
- Escardíbul, J. O., Mora, T., & Villarroya, A. (2013). Peer effects on youth screen media consumption in Catalonia (Spain). *Journal of Cultural Economics*, 37, 185-201. <https://doi.org/10.1007/s10824-012-9177-3>
- Ghareh Daghi, A. and Mobini Keshe, F. (2020). Comparison of self concept clarity, role gender and emotional maturity in children with and without experience of divorce in parents. *Counseling Culture and Psychotherapy*, 11(42), 231-260. doi.org/10.22054/qccpc.2020.49446.2302 [In Persian].

- Gupta, S., & Sudhesh, N. T. (2022). Emotional maturity and self-perception among adolescents living with HIV—need for life-skills intervention. *Illness, Crisis & Loss*, 30(2), 157-174. <https://doi.org/10.1177/1054137319885261>
- Hooshmand, M., Adamiyan, M., Sharbatiyan, M.H. (2023). A sociological study of Internet dependence due to peer communication (Case study of high school students in districts 2 and 3 in Mashhad). *Sociological studies*, 16(59), 107-127. 10.30495/jss.2023.1965055.1485 [In Persian].
- Jamdar, P., & Kakulte, A. (2023). Internet Addiction and Emotional Maturity among Young Adults. *Indian Journal of Positive Psychology*, 14(2), 31-34.
- Janadleh, A. and Rahnema, M. (2019). The Pathological Representation of New Media in Family Studies (a Meta-Analysis of Articles Regarding the Effect of New Media on Family). *New Media Studies*, 4(16), 1-40. <https://doi.org/10.22054/nms.2019.34873.562> [In Persian].
- Kalar, S. (2004). The Impact of Child-Directed Media Consumption on Consumer Intelligence, the University of Texas at Austin.
- Kapetanovic, S., & Skoog, T. (2021). The role of the family's emotional climate in the links between parent-adolescent communication and adolescent psychosocial functioning. *Research on Child and Adolescent Psychopathology*, 49, 141-154. <https://doi.org/10.1007/s10802-020-00705-9>
- Kewalramani, S., & Pandey, S. (2020). Effect of frustration intolerance and emotional maturity on internet addiction among young adults. *International Journal on Neuropsychology and Behavioural Sciences Effect*, 1(1), 1-10. [10.51626/ijnbs.2020.01.00001](https://doi.org/10.51626/ijnbs.2020.01.00001)
- Lee, V. W. P., Ling, H. W. H., Cheung, J. C. S., Tung, S. Y. C., Leung, C. M. Y., & Wong, Y. C. (2021). Technology and family dynamics: The relationships among children's use of mobile devices, family atmosphere and parenting approaches. *Child and Adolescent Social Work Journal*, 1-8. <https://doi.org/10.1007/s10560-021-00745-0>
- Mahmoudian, H., Kochani Isfahani, M., Moqadas, S. (2015). Consumption of Media, Body Management and Pregnancy Behavior (A Study of Women Teachers in Yasuj). *Strategy for Culture*, 8(31), 173-196. https://www.jsfc.ir/article_14926.html?lang=en [In Persian].
- Meena, R., & Paliwal, R. (2022). A Study of Emotional Maturity in Social Media Addicted Adolescents. *Bengal Past Present J. Calcutta Hist. Soc.*, 117, 372-378.
- Mosayebie, S., Safarpour, F., Saadat, S. (2024). The relationship between Family Organized Cohesiveness and Cyberbullying: The Mediation Role of Emotional Maturity and Emotional Self-Awareness in Female adolescents. *Rooyesh*. 13(7), 241-250. <http://frooyesh.ir/article-1-4971-fa.html> [In Persian].
- Nahidi, M. (2011). Investigating the relationship between family emotional climate and the formation of personality traits of toughness and self-actualization in adolescents.

- Master's thesis, Islamic Azad University, Tehran Science and Research Branch. [In Persian].
- Panza, M. J., Graupensperger, S., Agans, J. P., Doré, I., Vella, S. A., & Evans, M. B. (2020). Adolescent sport participation and symptoms of anxiety and depression: A systematic review and meta-analysis. *Journal of sport and exercise psychology*, 42(3), 201-218. [10.1123/jsep.2019-0235](https://doi.org/10.1123/jsep.2019-0235)
- Plotnik R. (2009). *Introduction to Psychology*. Kaknüs Yayınları.
- Ra'ees Manshadi, B. R., Alavi Langroudi, S. K., Zandvanian, A. (2023). The Comprehensive Structure of Extracurricular Activities for Female Junior High School Students. *QJFR*; 19 (4) :61-80. <http://qjfr.ir/article-1-1188-fa.html> [In Persian].
- Rahmanzadeh, S. A. (2010). Functions of Virtual Social Network In Globalization Period. *Strategic Studies of public policy*, 1(1), 49-78. https://sspp.iranjournals.ir/article_627.html?lang=en [In Persian].
- Roach, A. (2018). Supportive peer relationships and mental health in adolescence: An integrative review. *Issues in mental health nursing*, 39(9), 723-737. <https://doi.org/10.1080/01612840.2018.1496498>
- Roshandel Arbatani, Taher and Amiri, Abdolreza. (2011). Investigating the media consumption patterns of students and their influence on the media with the aim of police training programs. *Social Security Studies*, 25, 83-105. <https://www.magiran.com/p1963538> [In Persian].
- SadiPour,E. (2017). The Relationship between Use of Social Networks With Peers Relationships and Academic Performance of Students. *Communication Research*, 24(91), 175-202. <https://doi.org/10.22082/cr.2017.75216.1484> [In Persian].
- Safari Shali, R, Abde-Molae, A. (2015). The Impact of Socialization Factors on Adolescents' Identity (Peers, School, and Mass Media). *QJFR*; 12 (2) :117-136: <http://qjfr.ir/article-1-56-fa.html> [In Persian].
- Sarmad, Zohreh; Bazargan, Abbas; Hejazi, Elaheh. (2011). *Research Methods in Behavioral Sciences*. Tehran: Agah. [In Persian].
- Shahabi anbaran,B. , jafari,A. , Hashemi,S. and Soltanifar,M. (2023). Adolescents' Dual Identities in Cyber-Real space (Case Study: Secondary School Students in Ardabil Province). *Journal of Culture-Communication Studies*, 24(61), 33-64. [10.22083/jccs.2023.331813.3560](https://doi.org/10.22083/jccs.2023.331813.3560) [In Persian].
- Shi, Y., Tang, Z., Gan, Z., Hu, M., & Liu, Y. (2023). Association Between Family Atmosphere and Internet Addiction Among Adolescents: The Mediating Role of Self-Esteem and Negative Emotions. *International Journal of Public Health*, 68, 1605609. [10.3389/ijph.2023.1605609](https://doi.org/10.3389/ijph.2023.1605609)
- Singh, N., Dinesh, N. (2019). Relationship between Internet Addiction with Emotional Maturity: A Study of High School Students. *The International Journal of Indian Psychology*, 7(1), 2349-3429. [10.25215/0701.004](https://doi.org/10.25215/0701.004)

- Su, H., Young, C. B., Han, Z. R., Xu, J., Xiong, B., Zhou, Z., ... & Qin, S. (2023). Atypical child-parent neural synchrony is linked to negative family emotional climate and children's psychopathological symptoms. *American Psychologist*.
<https://doi.org/10.1037/amp0001173>
- Sutrisno, S. (2023). Changes in media consumption patterns and their implications for people's cultural identity. *Technology and Society Perspectives (TACIT)*, 1(1), 18-25.
<https://doi.org/10.61100/tacit.v1i1.31>
- Taghavi, Seyede Zainab and Sattarzadeh, Davud. (2010). Studying the effect of family emotional atmosphere on mental health of female high school students in Sari city, First National Conference on Family Health and Lifestyle Reform, Ahvaz.
<https://civilica.com/doc/123503> [In Persian].
- Taş, İ. (2023). The relationship between social ignore and social media addiction among adolescents: Mediator effect of satisfaction with family life. *Youth & Society*, 55(4), 708-729. <https://doi.org/10.1177/0044118X211055210>
- Tezci, E., Icen, M. (2017). High School Students' Social Media Usage Habits. *Journal of Education and Practice*, 8 (22).
- Visala, A., Rawat, V. (2016). Role of Self- concept and Emotional Maturity in Excessive Internet Usage. *The International Journal of Indian Psychology*, 3(3), 30-39. 18.01.080/20160303
- Yap, S. F., & Lim, W. M. (2023). A paradox theory of social media consumption and child well-being. *Australasian Marketing Journal*, 14413582221139492.
<https://doi.org/10.1177/14413582221139492>
- Yusoff, M. S. B., Rahim, A. F. A., Mat Pa, M. N., See, C. M., Ja'afar, R., & Esa, A. R. (2011). The validity and reliability of the USM Emotional Quotient Inventory (USMEQ-i): its use to measure Emotional Quotient (EQ) of future medical students. *International Medical Journal*, 18(4), 29.
- Zandvavian, A., Heidari, M., Bagheri, R. and Atarzadeh, F. (2013). Cyberspace Traumas Among Girl Students. *Journal of Culture-Communication Studies*, 14(23), 195-216. [20.1001.1.20088760.1392.14.23.8.7](https://doi.org/10.1001.1.20088760.1392.14.23.8.7) [In Persian].



سال چهاردهم / زمستان ۱۴۰۴

مقاله پژوهشی

نقش بلوغ عاطفی و جو عاطفی خانواده در مصرف رسانه‌ای دانش‌آموزان دختر با واسطه‌گری رابطه با همسالان

محدّثه سادات غزنویان^۱، مریم کیان^۲، احمد زندوانیان^۳، مهدیه استبرقی^۴

تاریخ دریافت: ۰۳/۱۰/۲۷، تاریخ تأیید: ۰۴/۰۱/۲۸

DOI: 10.22034/scm.2025.500245.1841

چکیده

امروزه استفاده از رسانه‌ها و فضای مجازی به محبوب‌ترین پدیده در زندگی بشر تبدیل شده است. در این میان، نوجوانان دختر، از اصلی‌ترین مصرف‌کنندگان تأثیرپذیر، ذوق‌زده و شیفته محصولات رسانه‌ای هستند. بر این اساس، هدف پژوهش حاضر، بررسی نقش بلوغ عاطفی و جو عاطفی خانواده در مصرف رسانه‌ای با واسطه‌گری رابطه با همسالان در دانش‌آموزان دختر تعیین شد. روش پژوهش، توصیفی-همبستگی بود. جامعه پژوهش، شامل تمامی دانش‌آموزان دختر دوره اول متوسطه نواحی یک و دو آموزش و پرورش شهر یزد (شامل ۱۶۱۶۶ نفر) بود. حجم نمونه، تعداد ۱۱۵۲ نفر تعیین شد که از مدارس به صورت تصادفی خوشه‌ای انتخاب شدند. ابزارهای پژوهش شامل پرسشنامه‌های بلوغ عاطفی (شینگ و بارگوا، ۱۹۹۱)، جو عاطفی خانواده (هیل برن، ۱۹۶۴)، مصرف رسانه‌ای (محمودیان و همکاران، ۱۳۹۴) و رابطه با همسالان (هادسون، ۱۹۹۲) بود. روایی و پایایی ابزارها تأیید شد. داده‌ها در دو سطح توصیفی (میانگین و انحراف معیار) و استنباطی (در قالب مدل‌یابی معادلات ساختاری (SEM)) تجزیه و تحلیل شدند. یافته‌ها نشان داد که بین بلوغ عاطفی و مصرف رسانه‌ای رابطه معنادار و منفی وجود دارد، ولی بین جو عاطفی خانواده با مصرف رسانه‌ای و نیز بین رابطه با همسالان با مصرف رسانه‌ای، رابطه مثبت و معنادار به‌دست آمد. همچنین، نقش میانجی‌گری رابطه با همسالان در رابطه بین بلوغ عاطفی با مصرف رسانه‌ای و نقش میانجی‌گری رابطه با همسالان در ارتباط بین جو عاطفی خانواده با مصرف رسانه‌ای معنادار است. بر اساس یافته‌ها، پیشنهاد می‌شود در آموزش‌های دوره تحصیلی متوسطه، به آموزش مهارت‌های مصرف رسانه‌ای، کارگاه‌های تخصصی خانواده محور با سرفصل‌های جو عاطفی خانواده، بلوغ عاطفی و رابطه با همسالان برگزار شود.

کلیدواژه‌ها: بلوغ عاطفی، جو عاطفی خانواده، مصرف رسانه‌ای، رابطه با همسالان، دوره متوسطه، دانش‌آموزان دختر.

^۱ . کارشناس ارشد برنامه ریزی درسی و نویسنده مسوول، گروه علوم تربیتی، دانشگاه یزد mshg.mhr@gmail.com

^۲ . استادیار گروه علوم تربیتی، دانشگاه یزد kian2011@yazd.ac.ir

^۳ . استادیار گروه علوم تربیتی، دانشگاه یزد azand2000@yazd.ac.ir

^۴ . دانشجوی دکتری روان‌شناسی تربیتی، دانشگاه شهید چمران اهواز estabraghi87@yahoo.com

فصلنامه علمی جامعه، فرهنگ و رسانه / سال چهاردهم، شماره ۵۶، تابستان ۱۴۰۴ / ص ۱۳۹-۱۷۰

مقدمه

عصر حاضر را، عصر انقلاب اطلاعاتی و رایانه‌ای، نامیده‌اند. امروز بر کسی پوشیده نیست که استفاده از رسانه‌ها و فضاهای مجازی گستره بسیار وسیعی دارد و می‌توان ادعا کرد تمام شئون فردی و اجتماعی بشر را در بر گرفته است و در این میان استفاده نوجوانان و جوانان از فضای مجازی و مصرف رسانه‌ای^۱ آن‌ها گسترش قابل توجهی پیدا کرده، چرا که برای تفریح و سرگرمی، تماشای فیلم، وبگردی، چت‌های دوستانه با همکلاسی‌ها، تبادل اطلاعات، انجام بعضی از مطالعات و تحقیقات علمی مدرسه، و رسیدن به پاسخ بسیاری از سؤالات خود (که گاهی ناتوان از طرح آن‌ها با والدین، دوستان، مشاوران مدرسه و اطرافیان هستند) از این فضا و رسانه‌ها استفاده می‌کنند (رحمان‌زاده، ۱۳۸۹). اگر چه از یک سو، عناوین خبری اثرات مضر رسانه‌های اجتماعی را بر رشد کودکان و نوجوانان نشان داده و ادعا می‌کنند که استفاده از رسانه‌های اجتماعی ممکن است به سلامت روان نوجوانان آسیب برساند؛ اما از سوی دیگر برخی تحقیقات نشان داده‌اند که رسانه‌های اجتماعی می‌توانند به رشد برخی مهارت‌ها در نوجوانان کمک کنند (یاب و لیم^۲، ۲۰۲۳). در همین راستا پژوهش باتلر^۳ (۲۰۱۸) نشان داد رسانه‌های جمعی می‌تواند مزایا (سرگرمی، همراهی با دوستان، به اشتراک گذاشتن تجربیات) و معایب (شرکت در یک فرهنگ مقایسه‌ای، زورگویی در فضای مجازی، درگیری با دوستان، اتکا به رسانه‌های اجتماعی برای حفظ دوستی) بسیاری برای نوجوانان داشته باشد. بنابراین رسانه‌ها، خصوصاً رسانه‌های جمعی عامل مهمی در اثرگذاری بر افکار عمومی و جهت‌دهی به رفتارهای اجتماعی محسوب می‌شوند (روشن‌دل اربطانی و امیری، ۱۳۹۰). باید توجه داشت که مصرف رسانه‌ای به فعالیت‌هایی اشاره می‌کند که طی آن فرد به شکلی فعالانه، هدفمند و آزادانه از وسایل ارتباط جمعی برای آگاهی پیدا کردن درباره موضوعی خاص، سرگرمی و غیره استفاده می‌کند (کالر^۴، ۲۰۰۴). همچنین سوتریسنو^۵ (۲۰۲۳) معتقد است که الگوهای مصرف رسانه‌ای، شبکه ارتباطی پیچیده‌ای است که از طریق آن افراد به قلمرو چند وجهی محتوای رسانه‌ای دست می‌یابند، در آن درگیر می‌شوند و متعاقباً نسبت به آن واکنش نشان می‌دهند.

^۱. Media Consumption

^۲. Yap & Lim

^۳. Butler

^۴. Kalar

^۵. Sutrisno

با این همه، تجربه حضور در فضای اجتماعی واقعی در بافتار جامعه ایرانی اسلامی و استفاده از رسانه‌های ملی (صدا و سیما جمهوری اسلامی) و تجربه حضور در فضای شبکه‌های اجتماعی مجازی (اینستاگرام، واتس آپ، تلگرام، ...) و تماشای تلویزیون‌های ماهواره‌ای فرامرزی، نوجوانان دختر را به دوگانگی‌های هویتی، دینی (التزام به واجبات/ مباح انگاری)، ارزشی (عفت و پوشش مناسب/ کشف حجاب و آرایش غلیظ)، فرهنگی (احترام به قانون اساسی/ همراهی با مخالفان قانون اساسی) و جنسیتی (پذیرش جنسیت به عنوان موهبت الهی و تلاش برای هویت سازی مناسب/ پسرورگی) مبتلا می‌سازد (شهابی عنبران و همکاران، ۱۴۰۲). مطالعه زندانیان و همکاران (۱۳۹۲) نشان داد که استفاده از فضای مجازی در ابعاد خانوادگی، تحصیلی، سازگاری، اعتقادی - عبادی و روانی دانش‌آموزان دختر تأثیر منفی دارد و بیشترین آسیب مربوط به تلفن همراه است.

نوجوانان همزمان با رشد شناختی (حرکت از عملیات عینی به انتزاعی)، بحران بلوغ، هویت‌جویی، تأثیرپذیری شدید از همسالان، کسب اطلاعات مختلف از شبکه‌های مجازی و گرایش بیشتر به جنس مخالف را در دوره مهم دانش‌آموزی تجربه می‌کنند (رئیس منشادی و همکاران، ۱۴۰۱). ناتوانی در مدیریت صحیح این شرایط سلامت نوجوانان را تهدید می‌کند و آنها را به سمت مصرف سیگار، الکل و مواد مخدر، فرار از مدرسه و ترک تحصیل، زورگویی و خشونت، بزهکاری، بی‌اشتهایی یا پراشتهایی، گرایش به خودآسیب‌رسانی، رانندگی تهاجمی و ... سوق می‌دهد. پس باید توجه داشت که نوجوانی برای اکثر افراد یک دوره طوفانی، چالش برانگیز، هیجان انگیز و اضطراب‌آور است (پلوتنیک^۱، ۲۰۰۹). چون طی این دوره تغییرات عاطفی، شناختی و فیزیولوژیکی با سرعت تجربه می‌شود ممکن است خطرات مختلفی را برای فرد به همراه داشته باشد. می‌توان استدلال کرد که برخی از این خطرات در مورد استفاده ناکارآمد از فناوری است که ممکن است ناشی از جستجوهای متفاوت نوجوانان باشد زیرا نیازهای اجتماعی آنها در دنیای واقعی برآورده نمی‌شود و آنها نمی‌توانند حمایت عاطفی و اجتماعی مورد نیاز خود را از خانواده خود دریافت کنند (تاس^۲، ۲۰۲۳).

بی‌تردید خانواده موثرترین نهاد حمایتی است که بر رفتار اعضای خود نقش فوق‌العاده‌ای دارد (ارقبایی و همکاران، ۱۳۹۵). شرایط خانوادگی، از هم‌پاشیدگی، رابطه‌های اعضا، وضع تربیتی و ارزش‌های مورد قبول، شرایط عاطفی و ... در انحراف یا به سعادت رسیدن اعضای خانواده

^۱. Plotnik

^۲. Taş

نقش دارند (تقوی و ستارزاده، ۱۳۸۹). بنابراین می‌توان گفت یکی از عوامل مؤثر و حمایت‌کننده در پیش‌بینی مصرف رسانه‌ای دانش‌آموزان، جو عاطفی خانواده^۱ می‌باشد. اصطلاح "جو خانواده" به شرایط و محیطی که کودک و نوجوان در آن بزرگ می‌شود اشاره دارد (شی و همکاران^۲، ۲۰۲۳). باید توجه داشت که جو عاطفی خانواده زمینه‌ای کلیدی برای رشد نوجوانان به طور کلی و ارتباط نوجوان و والدین به طور خاص است. تاریخچه تعاملات بین والدین و فرزندان و همچنین روش‌های فرزندپروری آنان در چارچوب جو عاطفی خانواده قرار دارد (کاپتانویک و اسکوگ^۳، ۲۰۲۱). تحقیقات نشان داده است که جو عاطفی خانواده برای رفاه و سلامت روان کودکان و نوجوانان ضروری می‌باشد. محیط‌های خانوادگی مملو از احساسات منفی ممکن است از طریق تعاملات ناکارآمد کودک و والدین منجر به افزایش علائم آسیب‌شناختی روانی در کودکان و نوجوان شود (سو و همکاران^۴، ۲۰۲۳). طبق نظریه استفاده جبرانی از اینترنت^۵ نوجوانانی که محیط‌های خانوادگی نامناسبی را تجربه می‌کنند، ممکن است به اینترنت به عنوان وسیله‌ای برای فرار از واقعیت خود و برآوردن نیازهای عاطفی برآورده نشده روی بیاورند که ممکن است منجر به ظهور اعتیاد به اینترنت شود (لی و همکاران^۶، ۲۰۲۱). پژوهش جنادله و رهنما (۱۳۹۷) نشان داد جو حاکم بر خانواده و ویژگی‌های آن هم می‌تواند بر مصرف رسانه تأثیرگذار باشد و هم می‌تواند از آن تأثیر بپذیرد.

یکی از متغیرهای شخصی در کنار جو عاطفی خانواده، توجه به بلوغ عاطفی^۷ دانش‌آموزان است. بلوغ عاطفی به توانایی هدایت و تسهیل تمایلات عاطفی برای رسیدن به اهداف در نظر گرفته شده اشاره دارد (یوسف، رحیم، مت‌پا، سی، جعفر و عیسی^۸، ۲۰۱۱). از سوی دیگر، ناپختگی عاطفی تمایل به ابراز احساسات بدون محدودیت یا نامتناسب با موقعیت است (دهارشینی و پانیتاویتی^۹، ۲۰۲۳). مننگر^{۱۰} (۱۹۹۹؛ به نقل از گوپتا و سادش^{۱۱}، ۲۰۲۲) بلوغ عاطفی را به عنوان توانایی برخورد سازنده با واقعیت و تلاش فرد برای رسیدن به سلامت

¹. Family Emotional Atmosphere

². Shi & et al

³. Kapetanovic & Skoog,

⁴. Su & et al

⁵. compensatory internet use theory

⁶. Lee & et al

⁷. Emotional Maturity

⁸. Yusoff, Rahim, Mat Pa, See, Ja'afar & Esa

⁹. Dharshini & Punithavathi

¹⁰. Menninger

¹¹. Gupta & Sudhesh

عاطفی تعریف می‌کند. به گفته اسمیتسون (۱۹۷۴) بلوغ عاطفی فرآیندی است که در آن شخصیت به طور مداوم به دنبال احساس بهتر سلامت عاطفی، هم از نظر درون روانی و هم از نظر درون فردی است (به نقل از جامدار و کاکولت^۱، ۲۰۲۳). از نظر رافیدالی^۲ (۲۰۱۷) برجسته‌ترین علامت بلوغ عاطفی، توانایی تحمل تنش و در عین حال بی‌تفاوتی به برخی از محرک‌هایی است که بر فرد اثر می‌گذارند و ممکن است او را دستخوش احساسات منفی کنند. بلوغ عاطفی از آن جهت مهم است که رابطه مطلوب عاطفی در زندگی فردی و اجتماعی دوران نوجوانی را تضمین می‌کند و از پرخاشگری و بسیاری از ناهنجاری‌ها جلوگیری می‌کند. مینا و پالیوال^۳ (۲۰۲۲) معتقدند نوجوانانی که به بلوغ عاطفی رسیده‌اند، در انجام کارها و پاسخ به شرایط زندگی از هوش، قضاوت صحیح و بینش خود استفاده می‌کنند و کمتر به موقعیت‌ها به صورت احساسی پاسخ می‌دهند. آنان معتقدند که این ویژگی‌ها می‌تواند به نوجوانان کمک کند تا در مواجهه با رسانه‌ها و اطلاعات مختلف، تصمیمات بهتری بگیرند و به صورت منطقی‌تر عمل کنند. در این راستا سینگ و دینش^۴ (۲۰۱۹)، و کوالرامانی و پاندی^۵ (۲۰۲۰) در پژوهش‌هایی در کشور هند نیز نشان دادند که بین اعتیاد به اینترنت و بلوغ عاطفی دانش‌آموزان دبیرستانی رابطه منفی و معناداری وجود دارد. نتایج پژوهش ویسالا و راوات^۶ (۲۰۱۶) نیز نشان داد که بین بی‌ثباتی عاطفی و میزان مصرف اینترنت در نوجوانان رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

به علاوه، رابطه با همسالان، در کنار جو عاطفی خانواده و بلوغ عاطفی می‌تواند بر مصرف رسانه‌ای نوجوانان اثرگذار باشد. در دوران نوجوانی، افراد برای کسب حمایت شروع به برقراری ارتباط با همسالان خود می‌کنند (کامار، باکیلوپ و پادیللا^۷، ۲۰۱۷). آنان از ارتباط با همسالان نسبت به ارتباط با والدین و یا سایر بزرگسالان احساس راحتی بیشتری می‌کنند (راچ^۸، ۲۰۱۸). نوجوانان در زمینه‌های مختلف (مانند مدرسه، ورزش، فعالیت‌های اوقات فراغت، مبادلات آنلاین) با همسالان خود تعامل دارند و این ارتباطات بسته به کیفیت تماس و نحوه درک آن‌ها از این رابطه، بر زندگی آن‌ها تأثیر می‌گذارد. تجربیاتی که نوجوانان با همسالان خود دارند می‌تواند با پیامدهای مثبت (مثل مشارکت ورزشی) و منفی (مثل مورد آزار و اذیت قرار گرفتن)

1. Jamdar & Kakulte

2. Rafeedali

3. Meena & Paliwal

4. Singh & Dinesh

5. Kewalramani & Pandey

6. Visala & Rawat

7. Camara, Bacigalupe & Padilla

8. Roach

زیادی بر رشد آن‌ها همراه باشد (پاناز و همکاران^۱، ۲۰۲۰؛ دلیس، باکارو و کروتی^۲، ۲۰۲۳). به نظر می‌رسد رابطه گرم و صمیمی با همسالان موجب می‌شود که افراد احساس نزدیکی و صمیمیت بیشتری با یکدیگر داشته باشند و در امور مختلف از جمله مسائل تحصیلی و استفاده از رسانه از یکدیگر حمایت کنند (سعدی‌پور، ۱۳۹۶). هوشمند و همکاران (۱۴۰۲) در پژوهشی دریافتند که میزان و کیفیت تعاملات اجتماعی و مخصوصاً تعامل با همسالان بر میزان استفاده و وابستگی به اینترنت نقش دارد. نتایج پژوهش اسکاردیبول^۳ و همکاران (۲۰۱۳) و آندریان^۴ و همکاران (۲۰۲۴) نیز نشان داد روابط با همسالان نقش مهمی در میزان استفاده از رسانه و همچنین استفاده مشکل‌زا از اینترنت دارد.

باید توجه داشت که یکی از مهم‌ترین ضرورت‌های پژوهش در حوزه مصرف رسانه‌ای این است که مصرف فردی رسانه‌ها بخش بزرگ و فزاینده‌ای از زندگی روزمره مردم را پوشش می‌دهد و تفاوت‌های موجود در این زمینه نیز به نحو نظام‌مندی با ویژگی‌های فردی، موقعیتی و ساختاری برگرفته از نوع جامعه یا موقعیت اجتماعی بر حسب سن، جنس و طبقه تا نگرش‌ها و عقاید و ارزش‌های فردی مرتبط هستند (باستان و همکاران، ۱۳۹۷). همچنین باید توجه داشت که مصرف رسانه‌ای در میان نوجوانان یکی از زمینه‌های مهم اثرپذیری آنان از فناوری‌های مدرن است. از سوی دیگر، جمعیت دانش‌آموزی نوجوانان دوره متوسطه به عنوان آینده‌سازان کشور و نوع مصرف رسانه‌ای آن‌ها مستلزم شناخت بهتر است و می‌تواند برنامه‌ریزی‌های اجتماعی برای ارتقاء کیفیت اثرپذیری نوجوانان از رسانه را تسهیل کند.

اگر چه پژوهش‌های خارجی تمرکز بیشتری بر شناسایی عوامل خانوادگی و شخصیتی موثر بر مصرف رسانه در نوجوانان دارند؛ اما در کشور ما تمرکز بسیاری از تحقیقات بر پیامدهای مصرف رسانه‌ای می‌باشد و توجه کمتری به شناسایی عوامل موثر بر مصرف رسانه به خصوص در نوجوانان شده است. از آنجا که کمتر پژوهشی درباره‌ی مصرف رسانه‌ای نوجوانان و عوامل تأثیرگذار بر آن انجام شده، هنوز چالش‌ها و مشکلات زیادی در این زمینه بی‌پاسخ مانده‌اند؛ بنابراین باید عوامل مؤثر بر این پدیده، مانند بلوغ عاطفی و جو عاطفی خانواده و رابطه با همسالان، مورد مذاقه قرار گیرد تا از بروز انواع جرائم و بزه‌ها که از این مسیر اتفاق می‌افتد جلوگیری به عمل آید. یافته‌های

^۱. Panza & et al

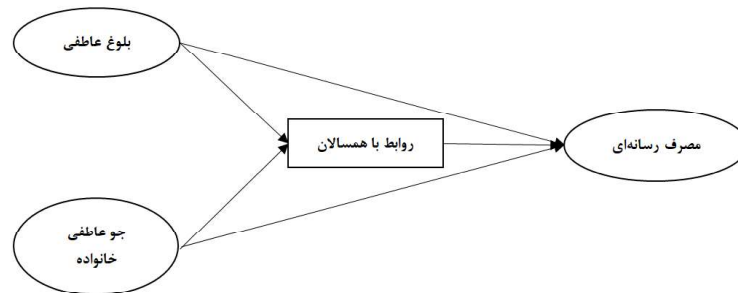
^۲. De Lise, Bacaro & Crocetti

^۳. Escardibul

^۴. Andrianie

پژوهش حاضر برای آموزش و پرورش به جهت برنامه‌ریزی برای دانش‌آموزان، والدین (افزایش آگاهی و نحوه صحیح استفاده فرزندان از انواع رسانه‌ها)، مراکز فرهنگی (اشاعه فرهنگ صحیح مصرف رسانه برای نوجوانان)، برنامه‌ریزان و مؤلفان، سیاستگذاران فضای مجازی قابل استفاده می‌باشد. بنابراین پژوهش حاضر، به دنبال پاسخگویی به این سوال است که آیا بین بلوغ عاطفی و جو عاطفی خانواده (متغیرهای برون زا) و مصرف رسانه‌ای نوجوانان (متغیر درون زا) با واسطه‌گری رابطه با همسالان (متغیر واسطه‌ای) در دانش‌آموزان دختر شهر یزد رابطه وجود دارد؟ در این راستا، هفت فرضیه زیر مورد بررسی قرار گرفت:

- بلوغ عاطفی با مصرف رسانه‌ای دانش‌آموزان دختر دوره متوسطه رابطه دارد.
- جو عاطفی خانواده با مصرف رسانه‌ای دانش‌آموزان دختر دوره متوسطه رابطه دارد.
- رابطه با همسالان با مصرف رسانه‌ای دانش‌آموزان دختر دوره متوسطه رابطه دارد.
- بلوغ عاطفی با رابطه با همسالان دانش‌آموزان دختر دوره متوسطه رابطه دارد.
- جو عاطفی خانواده با رابطه با همسالان دانش‌آموزان دختر دوره متوسطه رابطه دارد.
- بلوغ عاطفی با میانجی‌گری رابطه با همسالان با مصرف رسانه‌ای دانش‌آموزان دختر متوسطه رابطه دارد.
- جو عاطفی خانواده با میانجی‌گری رابطه با همسالان با مصرف رسانه‌ای دانش‌آموزان دختر متوسطه رابطه دارد.



شکل شماره ۱: مدل پیشنهادی نظری پژوهش

روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از لحاظ روش گردآوری داده‌ها، توصیفی-همبستگی از نوع مدل‌سازی معادلات ساختاری بود. جامعه آماری پژوهش شامل تمامی دانش‌آموزان دختر دوره اول متوسطه در ناحیه یک و دو اداره آموزش و پرورش شهر یزد در سال تحصیلی ۱۴۰۰-

۱۳۹۹ بودند (۱۶۱۶۶ نفر). گرچه بر اساس جدول مورگان کرجسی، نمونه‌ای به حجم ۳۸۴ نفر کفایت می‌کرد، اما به دلیل اینکه افزایش حجم نمونه، باعث کاهش خطاهای نوع اول و نوع دوم و افزایش توان آزمون اماری می‌شود، نمونه‌ای به حجم ۱۱۵۲ دانش‌آموز (۴۳۹ نفر پایه هفتم، ۳۶۵ نفر پایه هشتم، ۳۴۸ نفر پایه نهم) به روش تصادفی خوشه‌ای انتخاب شدند به دلیل تعطیلی آموزش حضوری و نبود دانش‌آموزان در مدارس، بعد از ساخت پرسشنامه آنلاین، لینک مربوطه در اختیار دانش‌آموزان کلاس‌های منتخب قرار گرفت و بدین شکل، داده‌های لازم جمع‌آوری شدند. لازم به ذکر است که دانش‌آموزان با رضایت آگاهانه در پژوهش شرکت کرده‌اند و هنگام تکمیل پرسشنامه هیچ گونه اطلاعات شخصی همچون نام و نام خانوادگی از دانش‌آموزان پرسیده نشده است. (شایان ذکر است که قبل از شروع تجزیه و تحلیل داده‌ها تعداد ۲۹ پرسشنامه به دلیل ناقص تکمیل شدن یا به عنوان داده پرت از مجموع پرسشنامه‌ها حذف شدند و در نهایت ۱۱۵۲ پرسشنامه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت). در نهایت مدل پیشنهادی پژوهش با استفاده از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری در نرم‌افزارهای SPSS و Amos مورد بررسی قرار گرفت. داده‌های پژوهش از طریق چهار پرسشنامه زیر گردآوری شدند.

پرسشنامه بلوغ عاطفی (سینگ و بهارگاوا^۱، ۱۹۹۱): این مقیاس دارای ۴۸ سؤال و پنج مولفه ثبات عاطفی (سوالات ۱ تا ۱۰)، پایداری عاطفی (سوالات ۱۱ تا ۲۰)، استحکام شخصیت (سوالات ۲۱ تا ۳۰)، سازگاری اجتماعی (سوالات ۳۱ تا ۴۰) و استقلال (سوالات ۴۱ تا ۴۸) می‌باشد. جمع کل نمرات به عنوان نمره بلوغ عاطفی آزمودنی در نظر گرفته شد. نمره‌گذاری این پرسشنامه در قالب طیف پنج درجه‌ای لیکرت (هرگز=۵ تا خیلی زیاد=۱) انجام می‌شود. نمرات بالاتر نشان دهنده بلوغ عاطفی بیشتر در فرد است. شینگ و بارگاوا (۱۹۹۰) پایایی آزمون بازآزمون پرسشنامه را بر روی دانشجویان ۰/۷۵ به دست آوردند. هومن (۲۰۱۴) روایی سازه پرسشنامه را قابل قبول گزارش نمود و همسانی درونی ۰/۸۹ را گزارش کرد. روایی این مقیاس برای دانشجویان کالج توسط سینها و سینگ تایید شد (به نقل از قره داغی و مبینی کشه، ۱۳۹۹). در پژوهش حاضر، پایایی این پرسشنامه با استفاده از روش آلفای کرونباخ ۰/۹۴ به دست آمد.

پرسشنامه جو عاطفی خانواده (هیل برن^۲، ۱۹۶۴): این پرسشنامه توسط هیل برن برای ارزیابی جو عاطفی خانواده (رابطه پدر - فرزندی و رابطه مادر - فرزندی یعنی محبت، نوازش، تأیید

^۱ Singh & Bhargava

^۲ Hilbern

کردن، تجربه‌های مشترک، هدیه دادن، تشویق کردن، اعتماد، احساس امنیت) طراحی و تدوین شده است. این پرسشنامه دارای ۱۶ سؤال و ۸ بعد محبت (گویه‌های ۱ و ۲)، نوازش (گویه‌های ۳ و ۴)، تایید کردن (گویه‌های ۵ و ۶)، تجربه‌های مشترک (گویه‌های ۷ و ۸)، هدیه دادن (گویه‌های ۹ و ۱۰)، تشویق کردن (گویه‌های ۱۱ و ۱۲)، اعتماد (گویه‌های ۱۳ و ۱۴) و احساس امنیت (گویه‌های ۱۵ و ۱۶) می‌باشد و بر اساس طیف پنج‌گزینه‌ای لیکرت (خیلی کم = ۱، کم = ۲، متوسط = ۳، زیاد = ۴ و خیلی زیاد = ۵) نمره‌گذاری می‌شود. نمره بالا در این پرسشنامه نشان دهنده جو عاطفی بهتر در خانواده است. در پژوهش ناهیدی (۱۳۹۰) روایی محتوایی و صوری و ملاکی این پرسشنامه مناسب ارزیابی شده است. قابلیت اعتماد یا پایایی یک ابزار عبارت است از درجه ثبات آن در اندازه‌گیری هر آنچه اندازه می‌گیرد (سرمد و همکاران، ۱۳۹۰). ضریب آلفای کرونباخ محاسبه شده در پژوهش ناهیدی (۱۳۹۰) برای این پرسشنامه بالای ۰/۷ برآورد شد. در پژوهش حاضر، پایایی این پرسشنامه با استفاده از روش آلفای کرونباخ ۰/۹۵ به دست آمد.

پرسشنامه رابطه با همسالان (هادسون^۱، ۱۹۹۲): این پرسشنامه با ۲۵ گویه توسط والتر دیلو. هادسون ساخته شده است. نمره گذاری پرسشنامه به صورت طیف لیکرت ۷ نقطه‌ای می‌باشد که برای گزینه‌های «هرگز»، «خیلی به ندرت»، «کمی» و «گاهی اوقات»، «اغلب اوقات»، «تقریباً اکثر اوقات» و «همیشه» به ترتیب امتیازات ۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶ و ۷ در نظر گرفته می‌شود. لازم به ذکر است که گویه‌های ۲، ۳، ۵، ۶، ۹، ۱۰، ۱۳، ۱۴، ۱۶، ۱۷، ۱۹، ۲۰، ۲۳، ۲۴، ۲۵ به صورت معکوس نمره‌گذاری می‌شوند. نمره بالاتر در این پرسشنامه بیانگر روابط نزدیکتر و مناسب‌تر فرد با همسالانش می‌باشد. در پژوهش هادسون (۱۹۹۲) این مقیاس دارای آلفای ۰/۹۴ است. این مقیاس روایی عالی از طریق مقایسه با گروه‌های شناخته شده دارد، به این صورت که می‌تواند از نظر آماری تفاوت معناداری را بین مددجویانی که طبق اظهار خودشان و درمانگرشان مشکلات ارتباطی با همسالان دارند و گروهی که مشکلات ارتباطی با همسالان ندارند، نشان دهد (هادسون، ۱۹۹۲). در پژوهش حاضر، پایایی این پرسشنامه با استفاده از روش آلفای کرونباخ ۰/۹۳ به دست آمد.

پرسشنامه مصرف رسانه‌ای (محمودیان و همکاران، ۱۳۹۴): پرسشنامه مصرف رسانه‌ای توسط محمودیان، کوچانی اصفهانی و مقدس در سال ۱۳۹۴ طراحی شد. این پرسشنامه دارای ۱۱ سؤال و سه بعد مصرف اینترنت: استفاده از اینترنت، چت و پست الکترونیک (گویه‌های ۱ تا ۴)،

1. Hudson

مصرف رسانه‌های خارجی: استفاده از شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی و سایت‌های خارجی (گویه‌های ۵ تا ۷) و مصرف رسانه‌های داخلی: استفاده از شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی و مجلات داخلی (گویه‌های ۸ تا ۱۱) می‌باشد. نمره‌گذاری پرسشنامه به صورت طیف لیکرت ۵ درجه‌ای از خیلی کم = ۱ تا خیلی زیاد = ۵ می‌باشد. در پژوهش محمودیان و همکاران (۱۳۹۴) با استفاده از نظر چند تن از اساتید و کارشناسان روایی صورتی این مقیاس تایید گردید و پایایی آن با استفاده از روش آلفای کرونباخ برای سه بعد اینترنت، رسانه خارجی و رسانه داخلی به ترتیب ۰/۷۵ و ۰/۷۳ و ۰/۶۳ به دست آمد. در پژوهش حاضر، پایایی این پرسشنامه با استفاده از روش آلفای کرونباخ ۰/۷۲ به دست آمد.

یافته‌ها

نتایج آمار توصیفی نشان داد میانگین سنی دانش‌آموزان شرکت‌کننده در پژوهش برابر با ۱۳/۹۲ سال بوده است و دانش‌آموزان شرکت‌کننده در پژوهش در دامنه سنی ۱۳ تا ۱۵ سال قرار داشته‌اند. جدول شماره ۱ میانگین و انحراف معیار متغیرهای پژوهش را نشان می‌دهد. میانگین بلوغ عاطفی دانش‌آموزان ۱۸۴/۳۹ و انحراف معیار ۲۹/۲۶ است. میانگین جو عاطفی خانواده ۵۸/۳۵ با انحراف معیار ۱۴/۲۱۷ است. میانگین رابطه با همسالان ۱۴۱/۵۸ با انحراف معیار ۲۵/۵۶ است و میانگین مصرف رسانه ای ۲۴/۹۳ با انحراف معیار ۴/۸۸ است.

جدول شماره ۱: اطلاعات توصیفی مربوط به متغیرهای پژوهش

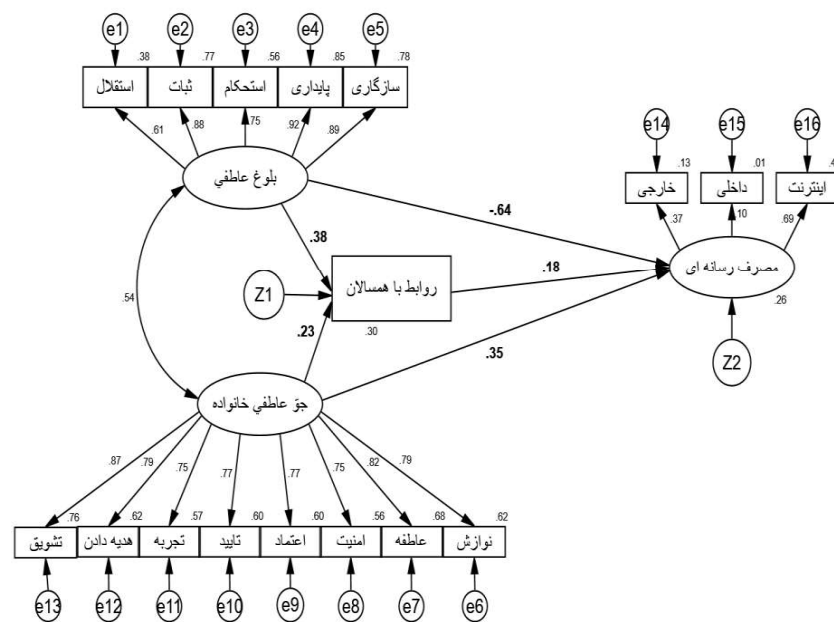
متغیر	کمترین	بیشترین	میانگین	انحراف معیار	تعداد گویه
بلوغ عاطفی	۷۳	۲۲۹	۱۸۴/۳۹	۲۹/۲۶	۴۸
جو عاطفی خانواده	۱۷	۸۰	۵۸/۳۵	۱۴/۲۱۷	۱۶
رابطه با همسالان	۴۴	۱۷۵	۱۴۱/۵۸	۲۵/۵۶	۲۵
مصرف رسانه‌ای	۱۳	۴۹	۲۴/۹۳	۴/۸۸	۱۱

جدول شماره ۲: ماتریس همبستگی بین متغیرهای پژوهش

متغیرها	جو عاطفی خانواده	بلوغ عاطفی	رابطه با همسالان	مصرف رسانه ای
جو عاطفی خانواده	۱			
بلوغ عاطفی	۰/۵**	۱		
رابطه با همسالان	۰/۴۳**	۰/۴۹**	۱	
مصرف رسانه ای	۰/۱۹**	-۰/۱۰**	۰/۱۱**	۱

$$p^{**} < ۰/۰۱$$

نتایج همبستگی نشان داد جو عاطفی خانواده با بلوغ عاطفی، رابطه با همسالان و مصرف رسانه‌ای رابطه مثبت و معنادار در سطح $P < 0/01$ دارد. بلوغ عاطفی نیز با رابطه با همسالان رابطه مثبت و معنادار و با مصرف رسانه‌ای رابطه منفی و معنادار در سطح $P < 0/01$ دارد. در نهایت رابطه با همسالان نیز با مصرف رسانه‌ای رابطه مثبت و معناداری در سطح $P < 0/01$ دارد. در ادامه مدل پیشنهادی پژوهش با استفاده از نرم‌افزار Amos مورد بررسی قرار گرفته است.



شکل شماره ۲: مدل ساختاری پژوهش

جدول شماره ۳: شاخص‌های برازش مدل ساختاری پژوهش

HOELTER	RMSEA	PCFI	GFI	IFI	CFI	CIMIN/DF
۲۶۶	۰/۰۶	۰/۸	۰/۹۴	۰/۹۵	۰/۹۵	۳/۷۸

همان‌طور که در جدول شماره ۳ مشاهده می‌شود شاخص‌های مدل ساختاری پژوهش از برازش قابل قبولی برخوردار است.

جدول شماره ۴: ضرایب استاندارد و غیراستاندارد مسیرهای مستقیم در مدل ساختاری

پژوهش

مسیر	ضرایب غیراستاندارد (B)	ضرایب استاندارد (β)	خطای معیار (S.E)	نسبت بحرانی (C.R)	سطح معناداری (P)
بلوغ عاطفی ← رابطه با همسالان	۳/۷۷	۰/۳۸	۰/۳۵	۱۰/۸۷	۰/۰۰۱
جو عاطفی خانواده ← رابطه با همسالان	۳/۱۸	۰/۲۳	۰/۴۳	۷/۳۱	۰/۰۰۱
رابطه با همسالان ← مصرف رسانه	۰/۰۱	۰/۱۸	۰/۰۰۱	۳/۳۷	۰/۰۰۱
بلوغ عاطفی ← مصرف رسانه	-۰/۱۹	-۰/۶۴	۰/۰۳	-۵/۹۶	۰/۰۰۱
جو عاطفی خانواده ← مصرف رسانه	۰/۱۴	۰/۳۵	۰/۰۲	۴/۹۴	۰/۰۰۱

بر اساس ضرایب استاندارد شده (بتا) در جدول شماره ۴ ملاحظه می‌شود:

- بلوغ عاطفی با مصرف رسانه‌ای دانش‌آموزان دختر رابطه منفی و معنادار ($\beta = -۰/۶۴$) دارد (فرضیه اول).
- جو عاطفی خانواده با مصرف رسانه‌ای دانش‌آموزان دختر رابطه مثبت و معنادار ($\beta = ۰/۳۵$) دارد (فرضیه دوم).
- رابطه با همسالان با مصرف رسانه‌ای دانش‌آموزان دختر رابطه مثبت و معنادار ($\beta = ۰/۱۸$) دارد (فرضیه سوم).
- بلوغ عاطفی با رابطه با همسالان در دانش‌آموزان دختر رابطه مثبت و معنادار ($\beta = ۰/۳۸$) دارد (فرضیه چهارم).
- جو عاطفی خانواده با رابطه با همسالان در دانش‌آموزان دختر رابطه مثبت و معنادار ($\beta = ۰/۲۳$) دارد (فرضیه پنجم).

جدول شماره ۵: نتایج آزمون بوت استراپ برای ضرایب مسیرهای غیرمستقیم مدل ساختاری

متغیر پیش‌بین	متغیر واسطه	متغیر ملاک	اثر غیرمستقیم	حد پایین	حد بالا	سطح معناداری
بلوغ عاطفی	رابطه با همسالان	مصرف رسانه	۰/۰۷	۰/۰۲	۰/۱۲	۰/۰۰۳
جو عاطفی خانواده	رابطه با همسالان	مصرف رسانه	۰/۰۴	۰/۰۱	۰/۰۸	۰/۰۰۳

برای تعیین معناداری مسیرهای غیرمستقیم، خروجی دستور بوت استراپ در نرم‌افزار AMOS در جدول شماره ۵ گزارش شده است. همان‌طور که نتایج آزمون بوت استراپ نشان می‌دهد:

- بلوغ عاطفی با میانجی‌گری رابطه با همسالان با مصرف رسانه‌ای در دانش‌آموزان دختر رابطه مثبت و معنادار ($\beta = ۰/۰۷$) دارد (فرضیه ششم).
- جو عاطفی خانواده با میانجی‌گری رابطه با همسالان با مصرف رسانه‌ای دانش‌آموزان دختر رابطه مثبت و معنادار ($\beta = ۰/۰۴$) دارد (فرضیه هفتم).

بحث و نتیجه‌گیری

امروزه تلفن همراه، تبلت‌ها، اینترنت و شبکه‌های اجتماعی، فضایی برای گریز از مرکز برای نوجوانان را فراهم کرده‌اند که هیچ محدودیتی در مصرف احساس نمی‌کنند و گاهی کنترل و نظارت والدین را با دسترسی‌هایی که دارند، دور می‌زنند و در هر زمان و مکانی، امکان مصرفی مغایر با اصول کنترلی والدین را در اختیار دارند (یحیائی، ۱۳۹۸). مطالعه تیسکی و آیسین^۱ (۲۰۱۷) بر روی ۸۵۳ دانش‌آموز دختر و پسر دبیرستانی در ترکیه نشان داد دانش‌آموزان روزانه بین یک تا سه ساعت را در رسانه‌های اجتماعی می‌گذرانند. بنابراین پژوهش حاضر با هدف بررسی نقش بلوغ عاطفی و جو عاطفی خانواده در مصرف رسانه‌ای با واسطه‌گری رابطه با همسالان در دانش‌آموزان دختر دوره متوسطه شهر یزد انجام شد.

نتایج مدل‌سازی معادلات ساختاری نشان داد بلوغ عاطفی رابطه منفی و معناداری با مصرف رسانه‌ای در دانش‌آموزان دختر دوره متوسطه دارد. این یافته با نتایج پژوهش مینا و پالیوال

^۱. Tezci & Icen

(۲۰۲۲)، سینگ و دینش (۲۰۱۹)، و کوالارمانی و پاندی (۲۰۲۰) و ویسالا و راوات (۲۰۱۶) همسو می‌باشد. در تبیین این یافته می‌توان گفت فردی که به بلوغ عاطفی رسیده باشد، در زندگی اجتماعی توانایی برقراری ارتباط صحیح با دیگران را دارد و توانایی پذیرش مسئولیت در قبال خود و دیگران را نیز پیدا می‌کند و در تعامل با دیگران موفق است. چنین فردی توانایی تصمیم‌گیری و گسترش روابط سالم و پایان دادن یا محدود کردن روابطی که مضر هستند را دارد (مینا و پالیوال، ۲۰۲۲). همچنین باید توجه داشت، نوجوانانی که به بلوغ عاطفی رسیده‌اند می‌توانند به محتوای رسانه‌های به‌طور انتقادی نگاه کنند و آن را از جنبه‌های مختلف بررسی کنند. همچنین آن‌ها قادر خواهند بود سوگیری‌ها و نادرستی‌ها در اطلاعات را شناسایی کنند. در این رابطه، مصیبی و همکاران (۱۴۰۳) معتقد است که بلوغ عاطفی را می‌توان به عنوان عاملی تقویت کننده بر تعدیل عواطف و هیجانات شناخت، زیرا این مولفه نوجوانان را به برقراری ارتباط سالم با دیگران قادر می‌سازد و او را از رفتارهای مخربی همچون استفاده بیش از اندازه یا نامناسب از رسانه دور می‌کند.

همچنین نتایج مدل‌سازی معادلات ساختاری (فرضیه دوم) نشان داد جو عاطفی خانواده رابطه مثبت و معناداری بر مصرف رسانه‌ای در دانش‌آموزان دارد. در توضیح این یافته می‌توان گفت که در عصر رسانه، والدین نیز به عنوان یکی از مصرف‌کنندگان رسانه مطرح هستند. آن‌ها باید تلاش کنند تا حضور بیشتر و پررنگ‌تری در کنار فرزندانشان داشته باشند و استفاده از انواع رسانه‌ها را (از رسانه‌های مکتوب تا رسانه‌های الکترونیکی) با همدیگر تجربه کنند. چون محیط پیرامونی انسان خواه یا ناخواه بر روی انسان تأثیر دارد. قاعداً و به طریق اولی محیط خانواده هم بر روی افراد تأثیرگذار است. در این تحقیق مشخص شد که جو عاطفی خانواده رابطه معنادار و مثبتی بر مصرف رسانه‌ای دانش‌آموزان دارد. جو عاطفی خانواده به مجموعه‌ای از احساسات، روابط و تعاملات بین اعضای خانواده اشاره دارد. این جو می‌تواند شامل حمایت عاطفی، ارتباطات مثبت، و محیطی امن و محبت‌آمیز باشد. تأثیرات این جو بر مصرف رسانه‌ای دانش‌آموزان به چندین شکل قابل بررسی است: (۱) دانش‌آموزانی که در خانواده‌های با جو عاطفی مثبت بزرگ می‌شوند، احساس امنیت بیشتری دارند. این احساس امنیت می‌تواند به آن‌ها کمک کند تا به‌طور مستقل‌تر و با اعتماد به نفس بیشتری محتوای رسانه‌ای را انتخاب کنند. (۲) خانواده‌هایی که ارتباطات مثبت دارند، معمولاً درباره محتوای رسانه‌ای که فرزندانشان مصرف می‌کنند، گفت‌وگو می‌کنند. این تبادل نظر می‌تواند به درک بهتر و انتخاب‌های مؤثرتر

کمک کند. ۳) والدین به‌عنوان الگوهای رفتاری برای فرزندان عمل می‌کنند. اگر والدین خودشان مصرف رسانه‌ای سالم و متعادلی داشته باشند، فرزندان نیز احتمالاً این الگو را دنبال خواهند کرد. در واقع به نظر می‌رسد که این یافته نشان می‌دهد، جو عاطفی مثبت در خانواده با مصرف رسانه‌ای متعادل و متناسب در فرزندان رابطه دارد.

نتایج مدل‌سازی معادلات ساختاری (فرضیه سوم) نشان داد که رابطه با همسالان اثر مستقیم، مثبت و معناداری بر مصرف رسانه‌ای دانش‌آموزان دختر دوره متوسطه دارد. این یافته با نتایج پژوهش سعدی‌پور (۱۳۹۶) و هوشمند و همکاران (۱۴۰۲)، اسکاردیبول و همکاران (۲۰۱۳) و آندریانی و همکاران (۲۰۲۴) همسو می‌باشد. در تبیین این یافته می‌توان گفت نوجوانی دورانی است که تمایل به استقلال در افراد بیشتر می‌شود و فرد برای رسیدن به این استقلال کم‌کم از محیط خانواده دور و به جمع دوستان نزدیک‌تر می‌شود. دوستان و همسالان در دوره نوجوانی از اهمیت فراوانی برخوردار هستند. نوجوانان به رفاقت و دوستی با گروه هم سن و سال اهمیت فراوانی می‌دهند. همچنین از زندگی همراه آن‌ها لذت می‌برند. جستجو برای هویت به نوجوانان این انگیزه را می‌دهد که با دوستان پذیرنده و حمایتگر که دارای علایق سازگار هستند، همراه و هم‌نوا شوند. (صفری شالی و عبدمولایی، ۱۳۹۵). ارتباطات مستقیم و حشر و نشر و نشست و برخاست با افرادی خاص می‌تواند تأثیر مستقیم بر عملکرد و رفتار انسان‌ها داشته باشد. این تأثیرات گاهی حتی غیرارادی و ناخودآگاه هم می‌تواند باشد؛ چه از جنبه مثبت و یا از جنبه منفی. در این میان نوجوانان بیشتر در معرض این تأثیرات قرار دارند، شاید به جهت شرایط سنی و مسائل روحی- روانی و عاطفی این دوران، کاملاً تأثیرپذیرند و آن‌چه شدت این تأثیرپذیری را افزایش می‌دهد ارتباط زیاد و صمیمی و احیاناً بدون محدودیت با همسالان خود است. در این زمینه اسکاردیبول و همکاران (۲۰۱۳) معتقدند که امروزه کاملاً مشخص است که نوجوانان و جوانان مصرف‌کنندگان اصلی رسانه‌های هستند و همسالان آن‌ها یکی از عوامل تعیین‌کننده اصلی رفتار جوانان در مورد الگوهای مصرف و سایر فعالیت‌های آن‌ها هستند؛ به طوری که اگر دوستانشان به استفاده از رسانه‌های خاصی علاقه‌مند باشند، آن‌ها نیز تمایل بیشتری به پیوستن به این فعالیت‌ها خواهند داشت. از طرف دیگر باید توجه داشت که امروزه، مصرف رسانه به یک هنجار اجتماعی تبدیل شده است که در آن نوجوانان برای حفظ ارتباطات اجتماعی و اجتماعی شدن، به آن وابسته می‌شوند. نوجوانان معمولاً در مورد محتوای رسانه‌ای که مشاهده می‌کنند با یکدیگر صحبت می‌کنند. این گفتگوها می‌تواند به افزایش کنجکاوی و تمایل به مصرف بیشتر

رسانه منجر شود. به‌طور کلی، ارتباط بیشتر با همسالان می‌تواند به افزایش مصرف رسانه‌ای منجر شود، زیرا نوجوانان تحت تأثیر هنجارهای اجتماعی، اشتراک‌گذاری محتوا، رقابت، و تشکیل هویت اجتماعی قرار دارند. این عوامل به‌طور همزمان باعث می‌شوند که نوجوانان به سمت مصرف بیشتر رسانه‌ها سوق پیدا کنند.

نتایج مدل‌سازی معادلات ساختاری نشان داد که بین بلوغ عاطفی و رابطه با همسالان در دانش‌آموزان دختر رابطه مثبت و معنادار وجود دارد. (فرضیه چهارم). در توضیح این یافته می‌توان گفت دخترانی که به بلوغ عاطفی رسیده‌اند، معمولاً مهارت‌های ارتباطی بهتری دارند. این مهارت‌ها شامل توانایی گوش دادن فعال، بیان احساسات و نیازها به‌طور واضح، و مدیریت تعارضات هستند. در نتیجه این دختران می‌توانند به‌راحتی با همسالان خود ارتباط برقرار کنند و در نتیجه روابط عمیق‌تری ایجاد کنند. از طرفی بلوغ عاطفی به دختران کمک می‌کند تا هویت اجتماعی خود را بهتر شناسایی و تقویت کنند. این امر می‌تواند به ایجاد روابط معنادار و پایدار با همسالان منجر شود. دخترانی که هویت خود را به‌خوبی درک می‌کنند، معمولاً احساس تعلق بیشتری به گروه‌های اجتماعی دارند و این باعث تقویت روابط آن‌ها با همسالان می‌شود.

نتایج مدل‌سازی معادلات ساختاری نشان داد بین جو عاطفی خانواده و رابطه با همسالان در دانش‌آموزان دختر رابطه مثبت و معنادار وجود دارد (فرضیه پنجم). چون والدین، اولین افرادی هستند که ارتباط با فرزند را آغاز کرده و هم به میزان زیادی با فرزند تعامل دارند؛ فرزند از نحوه ارتباط عاطفی آن‌ها، شیوه ایجاد ارتباط عاطفی با دیگران را یاد گرفته و احساس ارزشمندی می‌کند. رابطه مثبت والدین با فرزندان، علاوه بر رفع نیازهای عاطفی نوجوان دختر باعث می‌شود تا دختر از نزدیکترین افراد زندگی‌اش یعنی والدین احساس حمایت کند. هرچه جو عاطفی خانواده مناسب‌تر باشد نوجوان دختر احساس اعتماد به نفس بیشتری می‌کند و این اعتماد به نفس به او کمک می‌کند تا به‌راحتی با همسالان خود ارتباط برقرار کند و در گروه‌های اجتماعی مشارکت کند.

نتایج آزمون بوت استراپ (فرضیه ششم) نشان داد متغیر رابطه با همسالان بین متغیر بلوغ عاطفی و متغیر مصرف رسانه‌ای، نقش میانجی‌گری را اعمال می‌کند. این یافته با نتایج پژوهش بارکر^۱ (۲۰۰۹) هم‌خوانی دارد. در تبیین این یافته می‌توان ادعان داشت که نوجوانانی که به بلوغ عاطفی رسیده‌اند، معمولاً مهارت‌های اجتماعی بهتری دارند و می‌توانند روابط مثبت‌تری با

^۱. Barker

همسالان خود برقرار کنند. این روابط می‌تواند شامل حمایت عاطفی، همدلی و ارتباطات مؤثر باشد. این روابط مثبت به نوجوانان کمک می‌کند تا از حمایت اجتماعی بیشتری برخوردار شوند و احساس تعلق بیشتری داشته باشند. باید توجه داشت که نوجوانان معمولاً تحت تأثیر همسالان خود قرار دارند و ممکن است برای حفظ ارتباطات اجتماعی و پیوستگی به گروه‌های اجتماعی، به مصرف رسانه روی آورند. وقتی دوستان یکدیگر را به تماشای فیلم‌ها یا استفاده از شبکه‌های اجتماعی تشویق می‌کنند، مصرف رسانه افزایش می‌یابد.

بالاخره نتایج آزمون بوت استراپ (فرضیه هفتم) نشان داد متغیر رابطه با همسالان بین متغیر جو عاطفی خانواده و متغیر مصرف رسانه‌های، نقش میانجی را ایفا می‌کند. در توضیح و روشن ساختن این یافته می‌توان بیان داشت که با توجه به اینکه امروزه خانواده‌ها در یک فرهنگ ناپایدار به سر می‌برند که تحت تأثیر و نفوذ فرهنگ رسانه‌ای است؛ بنابراین نیازمند مدل تربیتی متناسب با عصر رسانه‌های هستند و شاید بتوان از این مدل تحت عنوان «والدگری رسانه‌ای» یاد کرد. «والدگری رسانه‌ای»، فرآیند مداوم و خلاقانه است و مدلی است که هر خانواده‌ای باید به طور مستقل برای فرزندان خویش ارائه دهد. در هر مدل، والدین باید دائماً روش‌های بهتری را برای فرزندانشان ابداع و به راه‌حل‌های مختلف فکر نمایند و اینکه چگونه می‌توانند به یک زبان مشترک برای گفتگو برسند (بختیاری و همکاران، ۱۳۹۹). اینجا باز یک میانجی و واسطه‌ای که همان رابطه با همسالان است وجود دارد که بین جو عاطفی خانواده و مصرف رسانه‌ای دانش‌آموزان عمل می‌کند. همچنان که قبلاً مطرح شد، جو عاطفی رابطه مستقیم و مثبت با مصرف رسانه‌ای دارد و بر اساس آن و ضوابط و مقررات و فرهنگ و هنجارهای خانواده، می‌تواند نوع مصرف رسانه دانش‌آموزان را تعیین و تضمین کند. ولی اینجا یک فاکتور مهم دیگری هم وجود دارد که همان رابطه با همسالان است. این فاکتور می‌تواند یک ارتباطی بین دو طرف معادله برقرار کند یعنی می‌تواند هم بر جو عاطفی خانواده تأثیر بگذارد و از طرفی هم می‌تواند بر مصرف رسانه‌ای دانش‌آموزان تأثیراتی داشته باشد پس واضح است که نقش این واسطه غیرقابل انکار است و باید برای نتیجه خوب و مثبت، رابطه با همسالان جامعه مورد بررسی و تحت نظر و کنترل باشد تا هم جو عاطفی تخریب نگردد و هم مصرف رسانه‌ای، مصرف خوب و قابل قبولی باشد.

برخی از ملاحظات اخلاقی مراعات شده در این پژوهش عبارتند از: آزمودنی‌ها در پاسخ‌گویی آزاد بودند. اطلاعات شخصی مانند نام، نام خانوادگی، کد ملی و... از آزمودنی‌ها دریافت

نشد. چون تحقیق جنبه توصیفی داشت، هیچ مداخله‌ای در آن صورت نگرفت؛ بنابراین آسیبی متوجه آزمودنی‌ها نبود. داده‌های گردآوری شده محرمانه بوده و فقط برای مقاصد پژوهشی استفاده شد. این پژوهش با موازین دینی و فرهنگی آزمودنی و جامعه هیچ گونه مغایرتی نداشت.

پژوهش حاضر با محدودیت‌هایی نیز مواجه بود، پاندمی ویروس کرونا که به طور کلی روند پژوهش را دچار مشکل کرد و منجر به تدوین پرسشنامه به صورت الکترونیک شد و در نتیجه امکان ترغیب و تشویق دانش‌آموزان جهت پاسخ‌دهی به پرسشنامه وجود نداشت. از طرفی پژوهش حاضر تنها در بین دانش‌آموزان دختر دوره متوسطه انجام شد، در نتیجه در تعمیم یافته‌ها به دانش‌آموزان پسر باید احتیاط کرد.

بر این اساس در پژوهش‌های آتی پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های مشابهی در بین دانش‌آموزان پسر دوره متوسطه نیز انجام شود. همچنین پیشنهاد می‌شود در کنار پرسشنامه از دیگر ابزارها، مانند مصاحبه و مشاهده نیز استفاده شود. با توجه به اینکه مصرف رسانه‌ای ویژگی عصر وب ۱ است، ولی در عصر وب ۲، افراد مصرف‌کنندگان صرف محتواهای رسانه‌ای نیستند بلکه می‌توانند در رسانه‌های تعاملی، به تولید محتواهای متنوع و بازنشر محتواها اقدام کنند. ضروری است ابزارهای متناسب با این شرایط مورد استفاده قرار گیرد. مدنظر قرار دادن متغیر سواد کامپیوتری و سواد رسانه‌ای والدین در پژوهش‌های آتی بسیار ضروری است. نسل کودک و نوجوان امروز، مهارت‌های متنوعی در کار با شبکه‌های مجازی، کامپیوتر و اینترنت و دانلود برنامه‌ها و نصب فیلترشکن‌ها دارند. ممکن است در یک روز یا شب بارها از طریقی محتوا یا فیلمی را دریافت، مصرف و سپس حذف کنند. این در حالی است که اکثر والدین اطلاع چندانی در این حوزه‌ها ندارند، حتی بارها برای نصب اپلیکیشن‌ها از فرزندان خود درخواست راهنمایی و کمک کرده‌اند. با توجه به نقش بلوغ عاطفی و جو عاطفی خانواده در مصرف رسانه، به مسئولان آموزشی و روانشناسان پیشنهاد می‌شود جهت کمک به رشد عاطفی نوجوانان، آموزش‌های لازم را به خانواده‌ها و نوجوانان ارائه دهند. همچنین از طریق فرهنگ‌سازی و آگاه‌سازی والدین، به ارتقای کیفیت جو عاطفی خانواده‌ها کمک کنند.

منابع

ارقبایی، محمد؛ سلیمانیان، علی اکبر و محمدی پور، محمد. (۱۳۹۷). نقش جو عاطفی خانواده در گرایش به مصرف مواد: بررسی نقش میانجی عاطفه منفی. *فصلنامه علمی/اعتیادپژوهی*، ۱۲ (۴۵)، ۷۰-۵۳. [لینک]

باستان، مصطفی؛ دلور، علی و فرهنگی، علی اکبر. (۱۳۹۷). بررسی مولفه‌های موثر بر مصرف رسانه‌های جوانان تهرانی با هدف طراحی مدل خلاقانه الگوی مصرف رسانه‌های نوظهور. *فصلنامه ابتکار و خلاقیت در علوم/انسانی*، ۸(۱)، ۱۰۹-۱۴۲. [لینک]

بختیاری، آمنه؛ مظاهری، امیرمسعود؛ نصیری، بهاره (۱۳۹۹). شناسایی مقوله‌های مؤثر در سبک زندگی رسانه‌ای خانواده‌ها، *رسانه و فرهنگ*، ۱۰(۱)، ۲۵-۴۲. [لینک]

تقوی، سیده زینب و ستارزاده، داود. (۱۳۸۹). بررسی تاثیر جو عاطفی خانواده بر بهداشت روانی دانش‌آموزان دخترمقطع متوسطه شهر ساری، اولین همایش ملی بهداشت خانواده و اصلاح شیوه زندگی، اهواز. [لینک]

جنادله، علی و رهنما، مریم. (۱۳۹۷). بازنمایی آسیب‌شناسانه رسانه‌های نوین در مطالعات خانواده (فراتحلیل مقالات چاپ شده درخصوص تاثیر رسانه‌های نوین بر خانواده. *مطالعات رسانه‌های نوین*، ۴(۱۶)، ۱-۴۰. [لینک]

روشن‌دل اربطانی، طاهر و امیری، عبدالرضا. (۱۳۹۰). بررسی الگوی مصرف رسانه‌های دانش‌آموزان و تأثیرپذیری آن‌ها از رسانه‌ها با هدف برنامه ریزی‌های آموزشی پلیس. *مطالعات امنیت اجتماعی*، ۲۵، ۸۳-۱۰۵. [لینک]

رحمان‌زاده، سیدعلی. (۱۳۸۹). کارکرد شبکه‌های اجتماعی مجازی در عصر جهانی شدن. *مطالعات راهبردی سیاستگذاری عمومی*، ۱(۱)، ۷۸-۴۹. [لینک]

رئیس منشادی، بی بی رباب؛ علوی لنگرودی، سیدکاظم؛ زندوانیان، احمد. (۱۴۰۱). ساختار جامع فعالیتهای فوق برنامه ویژه دانش‌آموزان دختر دوره متوسطه اول. *فصلنامه خانواده و پژوهش*، ۱۹ (۴): ۶۱-۸۰. [لینک]

زندوانیان، احمد؛ حیدری، مریم؛ باقری، ریحانه؛ عطارزاده، فاطمه. (۱۳۹۲). آسیب‌های فضای مجازی بین دانش‌آموزان دختر. *فصلنامه مطالعات فرهنگ - ارتباطات*، ۱۴ (۲۳)، ۱۹۵-۲۱۶. [لینک]

سرمد، زهره؛ بازرگان، عباس؛ حجازی، الهه. (۱۳۹۰). روش‌های تحقیق در علوم رفتاری. تهران: آگاه. [لینک]

سعدی‌پور، اسماعیل. (۱۳۹۶). رابطه بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی با رابطه با همسالان و عملکرد تحصیلی دانش‌آموزان. *فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی*، ۲۴(۳)، ۱۷۵-۲۰۲. [لینک]

شهابی عنبران، بهجت؛ جعفری، علی؛ هاشمی، شهناز؛ سلطانی فر، محمد. (۱۴۰۲). هویت های دوگانه در فضای مجازی- واقعی نوجوانان (مورد مطالعه: دانش‌آموزان دوره دوم متوسطه استان اردبیل). *مطالعات فرهنگ - ارتباطات*، ۲۴(۶۱)، ۳۳-۵۹. [لینک]

صفری شالی، رضا؛ عبدمولایی، آتیه (۱۳۹۵). تأثیر عوامل اجتماعی شدن بر هویت نوجوانان (همسالان، مدرسه و رسانه)، *فصلنامه خانواده و پژوهش*، ۲۷، ۱۱۷-۱۳۶. [لینک]

قره داغی، علی و مبینی کشه، فریبا. (۱۳۹۹). مقایسه شفافیت خودپنداره، نقش جنسیتی و بلوغ عاطفی در فرزندان با و بدون تجربه طلاق والدین. *فرهنگ مشاوره و روان‌درمانی*، ۱۱(۴۲)، ۲۳۱-۲۶۰. [لینک]

محمودیان، حسین؛ کوچانی اصفهانی، مسعود؛ مقدس، سعید. (۱۳۹۴). مصرف رسانه، مدیریت بدن و رفتار باروری. *راهبرد فرهنگ*، ۳۱، ۱۹۶-۱۷۳. [لینک]

مصیبی، شقایق؛ صفرپور، فاطمه و سعادت، سجاد. (۱۴۰۳). رابطه انسجام خانواده و قلدری سایبری با نقش میانجی بلوغ عاطفی و خودآگاهی هیجانی در دختران نوجوان. *رویش روانشناسی*، ۱۳(۷)، ۴۵۱-۴۴۱. [لینک]

ناهیدی، مینا. (۱۳۹۰). بررسی رابطه جو عاطفی خانواده با شکل‌گیری ویژگی‌های شخصیتی سخت‌رویی و خودشکوفایی نوجوانان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران. [لینک]

هوشمند، محسن؛ آدمیان، مرضیه؛ شربتیان، محمدحسن. (۱۴۰۲). مطالعه جامعه‌شناختی میزان وابستگی به اینترنت ناشی از ارتباط با همسالان (مورد مطالعه دانش‌آموزان مقطع متوسطه دوم نواحی ۲ و ۳ آموزش و پرورش شهر مشهد). *مطالعات جامعه‌شناسی*، ۱۶(۵۹)، ۱۰۷-۱۲۷. [لینک]

Andrianie, P. S., Japar, M., Pratisti, W. D., Kasturi, T., & Purwandari, E. (2024). The Role of Peer Relationships in Problematic Internet Use among Adolescents: A Scoping Review and Meta-analysis. *The Open Psychology Journal*, 17(1). DOI:

10.2174/0118743501333973241113061357

Arghabaei, M., Solimani, A., Mohammadipoor, M. (2018). The Role of Emotional Family Atmosphere in Drug Use Tendency: the Mediating Role of Negative Affect. *Research on Addiction*; 12 (45): 53-70. <http://etiadpajohi.ir/article-1-1673-fa.html> [In Persian].

Bakhtiari, A., amirmazaheri, A. and Nasiri, B. (2020). Identify effective categories in the media lifestyle of families. *Interdisciplinary Studies in Media and Culture*, 10(1), 25-42. <https://doi.org/10.30465/ismc.2020.5122> [In Persian].

Barker, V. (2009). Older Adolescents, Motivations for Social Network site Use: The Influence of Gender, Group Identity, and Collective Self Esteem. *Cyber Psychology & Behavior*, 12, 209-213. <https://doi.org/10.1089/cpb.2008.0228>

- Bastan, M; Delavar, A and Farhangi, A. A. (2018). Investigating the factors affecting media consumption of Tehrani youth with the aim of designing a creative model of emerging media consumption patterns. *Journal of Innovation and Creativity in the Humanities*, 8(1), 109-142. [In Persian].
- Butler, C. (2018). A Two-Part Exploratory Study into Social Media Use amongst Adolescent Girls. Explore Bristol Research, Received from <http://research-information.bristol.ac.uk/>
- Camara, M., Bacigalupe, G., & Padilla, P. (2017). The role of social support in adolescents: are you helping me or stressing me out? *International Journal of Adolescence and Youth*, 22(2), 123-136. <https://doi.org/10.1080/02673843.2013.875480>
- De Lise, F., Bacaro, V., & Crocetti, E. (2023). The social side of sleep: A systematic review of the longitudinal associations between peer relationships and sleep quality. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20(3), 2017. <https://doi.org/10.3390/ijerph20032017>
- Dharshini, B., & Punithavathi, S. P. (2023). Influence of Emotional Maturity and Resilience in Coping among Parents of Kids with Autism and Intellectual Disability. *Journal of Mental Health Issues and Behavior (JMhib)* ISSN: 2799-1261, 3(04), 1-9. [10.55529/jmhib.34.1.9](https://doi.org/10.55529/jmhib.34.1.9)
- Escardíbul, J. O., Mora, T., & Villarroya, A. (2013). Peer effects on youth screen media consumption in Catalonia (Spain). *Journal of Cultural Economics*, 37, 185-201. <https://doi.org/10.1007/s10824-012-9177-3>
- Ghareh Daghi, A. and mobini keshe, F. (2020). comparison of self concept clarity, role gender and emotional maturity in children with and without experience of divorce in parents. *Counseling Culture and Psycotherapy*, 11(42), 231-260. doi.org/10.22054/qccpc.2020.49446.2302 [In Persian].
- Gupta, S., & Sudhesh, N. T. (2022). Emotional maturity and self-perception among adolescents living with HIV—need for life-skills intervention. *Illness, Crisis & Loss*, 30(2), 157-174. <https://doi.org/10.1177/1054137319885261>
- Hooshmand, M., Adamiyan, M., Sharbatian, M.H. (2023). A sociological study of Internet dependence due to peer communication (Case study of high school students in districts 2 and 3 in Mashhad). *Sociological studies*, 16(59), 107-127. [10.30495/jss.2023.1965055.1485](https://doi.org/10.30495/jss.2023.1965055.1485) [In Persian].
- Jamdar, P., & Kakulte, A. (2023). Internet Addiction and Emotional Maturity among Young Adults. *Indian Journal of Positive Psychology*, 14(2), 31-34.
- Janadleh, A. and Rahnama, M. (2019). The Pathological Representation of New Media in Family Studies (a Meta-Analysis of Articles Regarding the Effect of New Media on Family). *New Media Studies*, 4(16), 1-40. <https://doi.org/10.22054/nms.2019.34873.562> [In Persian].
- Kalar, S. (2004). *The Impact of Child-Directed Media Consumption on Consumer Intelligence*, the University of Texas at Austin.

- Kapetanovic, S., & Skoog, T. (2021). The role of the family's emotional climate in the links between parent-adolescent communication and adolescent psychosocial functioning. *Research on Child and Adolescent Psychopathology*, 49, 141-154. <https://doi.org/10.1007/s10802-020-00705-9>
- Kewalramani, S., & Pandey, S. (2020). Effect of frustration intolerance and emotional maturity on internet addiction among young adults. *International Journal on Neuropsychology and Behavioural Sciences Effect*, 1(1), 1-10. [10.51626/ijnbs.2020.01.00001](https://doi.org/10.51626/ijnbs.2020.01.00001)
- Lee, V. W. P., Ling, H. W. H., Cheung, J. C. S., Tung, S. Y. C., Leung, C. M. Y., & Wong, Y. C. (2021). Technology and family dynamics: The relationships among children's use of mobile devices, family atmosphere and parenting approaches. *Child and Adolescent Social Work Journal*, 1-8. <https://doi.org/10.1007/s10560-021-00745-0>
- Mahmoudian, H., Kochani Isfahani, M., Moqadas, S. (2015). Consumption of Media, Body Management and Pregnancy Behavior (A Study of Women Teachers in Yasuj). *Strategy for Culture*, 8(31), 173-196. https://www.jsfc.ir/article_14926.html?lang=en [In Persian].
- Meena, R., & Paliwal, R. (2022). A Study of Emotional Maturity in Social Media Addicted Adolescents. *Bengal Past Present J. Calcutta Hist. Soc.*, 117, 372-378.
- Mosayebie, S., Safarpour, F., Saadat, S. (2024). The relationship between Family Organized Cohesiveness and Cyberbullying: The Mediation Role of Emotional Maturity and Emotional Self-Awareness in Female adolescents. *Rooyesh*. 13(7), 241-250. <http://frooyesh.ir/article-1-4971-fa.html> [In Persian].
- Nahidi, M. (2011). Investigating the relationship between family emotional climate and the formation of personality traits of toughness and self-actualization in adolescents. Master's thesis, Islamic Azad University, Tehran Science and Research Branch. [In Persian].
- Panza, M. J., Graupensperger, S., Agans, J. P., Doré, I., Vella, S. A., & Evans, M. B. (2020). Adolescent sport participation and symptoms of anxiety and depression: A systematic review and meta-analysis. *Journal of sport and exercise psychology*, 42(3), 201-218. [10.1123/jsep.2019-0235](https://doi.org/10.1123/jsep.2019-0235)
- Plotnik R. (2009). *Introduction to Psychology*. Kaknüs Yayınları.
- Ra'ees Manshadi, B. R., Alavi Langroudi, S. K., Zandvanian, A. (2023). The Comprehensive Structure of Extracurricular Activities for Female Junior High School Students. *QJFR*; 19 (4) :61-80. <http://qjfr.ir/article-1-1188-fa.html> [In Persian].
- Rahmanzadeh, S. A. (2010). Functions of Virtual Social Network In Globalization Period. *Strategic Studies of public policy*, 1(1), 49-78. https://sspp.iranjournals.ir/article_627.html?lang=en [In Persian].
- Roach, A. (2018). Supportive peer relationships and mental health in adolescence: An integrative review. *Issues in mental health nursing*, 39(9), 723-737. <https://doi.org/10.1080/01612840.2018.1496498>

- Roshandel Arbatani, Taher and Amiri, Abdolreza. (2011). Investigating the media consumption patterns of students and their influence on the media with the aim of police training programs. *Social Security Studies*, 25, 83-105. <https://www.magiran.com/p1963538> [In Persian].
- SadiPour, E. (2017). The Relationship between Use of Social Networks With Peers Relationships and Academic Performance of Students. *Communication Research*, 24(91), 175-202. <https://doi.org/10.22082/cr.2017.75216.1484> [In Persian].
- Safari Shali, R, Abde-Molae, A. (2015). The Impact of Socialization Factors on Adolescents' Identity (Peers, School, and Mass Media). *QJFR*; 12 (2) :117-136: <http://qjfr.ir/article-1-56-fa.html> [In Persian].
- Sarmad, Zohreh; Bazargan, Abbas; Hejazi, Elaheh. (2011). *Research Methods in Behavioral Sciences*. Tehran: Agah. [In Persian].
- Shahabi anbaran, B., jafari, A., Hashemi, S. and Soltanifar, M. (2023). Adolescents' Dual Identities in Cyber-Real space (Case Study: Secondary School Students in Ardabil Province). *Journal of Culture-Communication Studies*, 24(61), 33-64. [10.22083/jccs.2023.331813.3560](https://doi.org/10.22083/jccs.2023.331813.3560) [In Persian].
- Shi, Y., Tang, Z., Gan, Z., Hu, M., & Liu, Y. (2023). Association Between Family Atmosphere and Internet Addiction Among Adolescents: The Mediating Role of Self-Esteem and Negative Emotions. *International Journal of Public Health*, 68, 1605609. [10.3389/ijph.2023.1605609](https://doi.org/10.3389/ijph.2023.1605609)
- Singh, N., Dinesh, N. (2019). Relationship between Internet Addiction with Emotional Maturity: A Study of High School Students. *The International Journal of Indian Psychology*, 7(1), 2349-3429. [10.25215/0701.004](https://doi.org/10.25215/0701.004)
- Su, H., Young, C. B., Han, Z. R., Xu, J., Xiong, B., Zhou, Z., ... & Qin, S. (2023). Atypical child-parent neural synchrony is linked to negative family emotional climate and children's psychopathological symptoms. *American Psychologist*. <https://doi.org/10.1037/amp0001173>
- Sutrisno, S. (2023). Changes in media consumption patterns and their implications for people's cultural identity. *Technology and Society Perspectives (TACIT)*, 1(1), 18-25. <https://doi.org/10.61100/tacit.v1i1.31>
- Taghavi, Seyede Zeynab and Sattarzadeh, Davud. (2010). Studying the effect of family emotional atmosphere on mental health of female high school students in Sari city, First National Conference on Family Health and Lifestyle Reform, Ahvaz. <https://civilica.com/doc/123503> [In Persian].
- Taş, İ. (2023). The relationship between social ignore and social media addiction among adolescents: Mediator effect of satisfaction with family life. *Youth & Society*, 55(4), 708-729. <https://doi.org/10.1177/0044118X211055210>
- Tezci, E., Icen, M. (2017). High School Students' Social Media Usage Habits. *Journal of Education and Practice*, 8 (22).

- Visala, A., Rawat, V. (2016). Role of Self- concept and Emotional Maturity in Excessive Internet Usage. *The International Journal of Indian Psychology*, 3(3), 30-39. 18.01.080/20160303
- Yap, S. F., & Lim, W. M. (2023). A paradox theory of social media consumption and child well-being. *Australasian Marketing Journal*, 14413582221139492. <https://doi.org/10.1177/14413582221139492>
- Yusoff, M. S. B., Rahim, A. F. A., Mat Pa, M. N., See, C. M., Ja'afar, R., & Esa, A. R. (2011). The validity and reliability of the USM Emotional Quotient Inventory (USMEQ-i): its use to measure Emotional Quotient (EQ) of future medical students. *International Medical Journal*, 18(4), 29.
- Zandvanian, A. , Heidari, M. , Bagheri, R. and Atarzadeh, F. (2013). Cyberspace Traumas Among Girl Students. *Journal of Culture-Communication Studies*, 14(23), 195-216. [20.1001.1.20088760.1392.14.23.8.7](https://doi.org/10.1001.1.20088760.1392.14.23.8.7) [In Persian].