



Research Paper

Development and Validation of the War-Related Media Consumption Scale in a Sample of Iranian University Students

Mehdi Shomaliahmadabadi¹ , Atefeh Barkhordariahmadabadi²

1. PhD in Psychology, Education department, Ardakan, Yazd, Iran.

2. Department of Psychology, Azad University, Isfahan branch (Khorasgan), Isfahan, Iran.

Article info:

Received: 28.04.2026

Revised: 25.05.2026

Accepted: 12.06.2026

Keywords:

War, Media Consumption, Psychometric, validation, University Students



Publisher: University of Zanjan

Abstract

Background: Excessive consumption of war-related media content often leads to severe adverse psychological outcomes, including heightened anxiety, chronic stress, and the significant exacerbation of behavioral problems. The present study aimed to develop and validate the War-Related Media Consumption Scale in a sample of Iranian university students during the 2025–2026 academic year.

Methods: This applied study employed a correlational-psychometric design. The statistical population comprised students at Payame Noor University of Yazd, from whom 420 individuals were selected using convenience sampling. The research instruments included the researcher developed War Related Media Consumption Scale, the Ruminative Response Scale (McEvoy, 2010), and the Hope Scale (Snyder, 1991). Data were analyzed using exploratory and confirmatory factor analyses, the Kaiser–Meyer–Olkin (KMO) measure of sampling adequacy, Bartlett’s test of sphericity, Cronbach’s alpha, and Pearson correlation coefficients, implemented in SPSS version 26 and AMOS version 24.

Results: Exploratory factor analysis indicated that the scale comprises 10 items loading on a single factor, accounting for 61.687% of the total variance. Confirmatory factor analysis further supported the adequacy and goodness of fit of the one factor model (RMSEA = 0.028, GFI = 0.947, CFI = 0.965, TLI = 0.951). Convergent validity was established by a significant positive correlation with rumination ($r = 0.517$), and divergent validity was supported by a significant negative correlation with hope ($r = -0.250$). In addition, the total scale demonstrated excellent internal consistency, with a Cronbach’s alpha coefficient of 0.93.

Conclusion: Overall, the results underscore that the War-Related Media Consumption Scale demonstrates robust psychometric indices. As such, this tool serves as a reliable instrument for identifying at-risk students and formulating tailored educational and psychological interventions.



Citation: Shomaliahmadabadi, M., & Barkhordariahmadabadi, A. (2026). Development and Validation of the War-Related Media Consumption Scale in a Sample of Iranian University Students. *Iranian Journal of Psychoeducational Assessment*, 2 (1), 111-126.

<https://doi.org/10.30470/ijpa.2026.2087711.1030>

*Corresponding Author: Atefeh Barkhordariahmadabadi

Address: Department of Psychology, Azad University, Isfahan branch (Khorasgan), Isfahan, Iran.

Email: atefeh.8449@gmail.com

Extended Abstract

Introduction

War-related media consumption has emerged as a salient psychological and public health concern, particularly in contexts where individuals are chronically exposed to distressing news about armed conflicts. Continuous engagement with war-related content across television, online news platforms, and social media may heighten cognitive preoccupation, exacerbate anxiety and depressive symptoms, and contribute to maladaptive behavioral responses. Despite the growing theoretical and empirical attention to media effects, the construct of war-related media consumption has rarely been operationalized through culturally grounded, psychometrically sound instruments especially in non-Western settings. In the Iranian context, geopolitical tensions, frequent coverage of regional conflicts, and widespread use of digital media create a unique environment in which students may develop habitual patterns of consuming war-related news. However, the lack of standardized tools has limited both accurate assessment and the design of evidence-based interventions. Accordingly, the present study aimed to develop and psychometrically validate the War-Related Media Consumption Scale in a sample of Iranian university students

Methods

The study was applied in purpose and followed a correlational–psychometric design. The statistical population comprised all students of Payame Noor University of Yazd in the 2025–2026 academic year. Using convenience sampling, 420 students were recruited to participate in the study. Ethical principles were strictly observed, including informed consent, voluntary participation, confidentiality of responses, and respect for cultural norms. The primary instrument was a researcher-developed War-Related Media Consumption Scale. Items were initially generated through a review of the theoretical and empirical literature on media use in crisis and war contexts, examination of existing related instruments, and consultation with experts in psychology and media studies. After initial item construction, content validity was evaluated by a panel of subject-matter experts using the Content Validity Ratio (CVR) and Content Validity Index (CVI). Items that did not meet the minimum criteria were revised or removed. The preliminary version of the scale was then administered to the target sample alongside two external measures to establish convergent and divergent validity: the Ruminative Response Scale (McEvoy, 2010) and the Hope Scale (Snyder, 1991). Data were analyzed in SPSS 26 and AMOS 24 using descriptive statistics, the Kaiser–Meyer–Olkin (KMO) index, Bartlett’s test of sphericity, exploratory factor analysis (EFA) with appropriate extraction and rotation methods, confirmatory factor analysis (CFA) with maximum likelihood estimation, Pearson correlation coefficients, and Cronbach’s alpha coefficients.

Results

Preliminary analyses supported the suitability of the data for factor analysis. The KMO measure indicated adequate sampling adequacy, and Bartlett’s test of sphericity was statistically significant, confirming sufficient inter-item correlations. Exploratory factor analysis revealed a clear unidimensional structure for the War-Related Media Consumption Scale. The final version comprised 10 items loading on a single factor, which explained 61.687% of the total variance, indicating a strong and coherent latent construct. All retained items showed factor loadings above the conventional threshold of 0.40 and contributed meaningfully to the underlying dimension of war-related media consumption. Confirmatory factor analysis further supported the adequacy of the one-factor model. Goodness-of-fit indices demonstrated an acceptable to excellent model fit (RMSEA = 0.028, GFI = 0.947, CFI = 0.965, TLI = 0.951), providing robust evidence for construct validity. Convergent validity was supported by a significant positive correlation between war-related media consumption and rumination ($r = 0.517, p < 0.001$), suggesting that higher levels of consumption are associated with more persistent and repetitive war-related thoughts. Divergent validity was evidenced by a significant negative correlation between war-related media consumption and hope ($r = -0.250, p < 0.001$), indicating that greater engagement with war news is linked to lower future-oriented optimism. Reliability analyses showed excellent internal

consistency, with a Cronbach's alpha coefficient of 0.93 for the total scale, reflecting high item homogeneity and score stability.

Conclusion

The present study successfully developed and validated the War-Related Media Consumption Scale for use with Iranian university students. The findings indicate that the scale possesses strong psychometric properties, including a clear unidimensional structure, satisfactory construct validity, meaningful convergent and divergent validity, and high internal consistency. Conceptually, the results underscore that war-related media consumption is a coherent psychological construct closely associated with maladaptive cognitive processes such as rumination and with reduced hopefulness about the future. From an applied perspective, this instrument can serve as a practical screening and assessment tool in research, clinical, and counseling settings to identify students who may be at heightened risk of psychological distress due to excessive exposure to war-related news. It can also inform the development and evaluation of preventive and therapeutic interventions, such as acceptance- and mindfulness-based programs, aimed at promoting healthier media-use patterns and enhancing resilience in the face of ongoing geopolitical stressors. Nonetheless, several limitations should be noted. The use of a convenience sample from a single university restricts the generalizability of the findings. Moreover, the cross-sectional design and exclusive reliance on self-report measures limit causal inferences and raise the possibility of method-related biases. Future research should replicate the validation process across more diverse educational and regional contexts, employ longitudinal designs to examine the temporal dynamics of media consumption and mental health, and incorporate objective or behavioral indicators of media use to complement self-report data and deepen our understanding of war-related media consumption.

Ethical considerations

Prior to commencing the study, the objectives were fully explained to school administrators and students, and informed consent was obtained from all participants. Throughout the research process, ethical guidelines endorsed by the Psychology and Counseling Organization of Iran were strictly adhered to. The researchers committed to maintaining confidentiality of information, prioritizing participants' mental well-being, upholding scientific integrity, demonstrating respect and appreciation toward participants, collecting data in an ethically appropriate manner, and protecting individuals' privacy.

Funding

All research expenses were borne by the authors. No financial support was received.

Author contributions

Mehdi Shomaliahmadabadi: Conceptualization; Methodology; Investigation; Formal analysis; Writing; original draft; Writing; review & editing. Atefeh Barkhordariahmadabadi: Resources; Writing; review & editing. Both authors contributed to the final drafting of the manuscript and approved the revisions suggested by reviewers.

Conflict of interest

The authors declare that they have no conflict of interest.



مقاله پژوهشی

ساخت و رواسازی مقیاس مصرف رسانه‌ای اخبار جنگ در نمونه‌ای از دانشجویان ایرانی

مهدی شمالی احمدآبادی^۱، عاطفه برخوردار احمدآبادی^{۲*}

۱. دکتری روانشناسی، سازمان آموزش و پرورش، اردکان، یزد، ایران.

۲. گروه روان‌شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد اصفهان (خوراسگان)، اصفهان، ایران.

چکیده

زمینه: مصرف رسانه‌ای اخبار جنگ می‌تواند پیامدهای مختلفی مانند تشدید مشکلات روان‌شناختی و رفتاری را به دنبال داشته باشد. هدف پژوهش حاضر، ساخت و رواسازی مقیاس مصرف رسانه‌ای اخبار جنگ در نمونه‌ای از دانشجویان ایرانی در سال تحصیلی ۱۴۰۴-۱۴۰۵ بود.

روش: این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر روش همبستگی - روان‌سنجی انجام شد. جامعه آماری شامل دانشجویان پیام نور استان یزد بود که از میان آن‌ها ۴۲۰ نفر با روش نمونه‌گیری در دسترس انتخاب شدند. ابزارهای پژوهش شامل مقیاس محقق‌ساخته مصرف رسانه‌ای اخبار جنگ، پرسش‌نامه نشخوار فکری (مک‌وی، ۲۰۱۰) و پرسش‌نامه امید به زندگی (اسنایدر، ۱۹۹۱) بود. داده‌ها با استفاده از تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی، آزمون کفایت نمونه‌گیری KMO، آزمون کرویت بارلت، ضریب آلفای کرونباخ و ضریب همبستگی پیرسون و با بهره‌گیری از نرم‌افزارهای SPSS نسخه ۲۶ و AMOS نسخه ۲۴، تحلیل شدند.

یافته‌ها: نتایج تحلیل عاملی اکتشافی نشان داد مقیاس مصرف رسانه‌ای اخبار جنگ دارای ۱۰ سؤال و تک‌عاملی است که در مجموع، ۶۱/۶۸۷ درصد از واریانس کل را تبیین می‌کنند. نتایج تحلیل عاملی تأییدی نیز برازش مناسب مدل را تأیید کرد ($TLI = 0.951$; $CFI = 0.965$; $GFI = 0.947$; $RMSEA = 0.028$)، روایی همگرا از طریق همبستگی مثبت با نشخوار فکری ($r = 0.517$) و روایی واگرا از طریق همبستگی منفی با امید به زندگی ($r = -0.250$) تأیید شد. همچنین اعتبار کل مقیاس با آلفای کرونباخ ۰/۹۳ نشان‌دهنده همسانی درونی مطلوب ابزار بود.

نتیجه‌گیری: یافته‌های حاصل از پژوهش حاضر تأیید می‌کنند که مقیاس مصرف رسانه‌ای اخبار جنگ از شاخص‌های روان‌سنجی مطلوبی برخوردار است؛ لذا این ابزار می‌تواند برای غربالگری دانشجویان مستعد آسیب و تدوین پروتکل‌های مداخلاتی آموزشی و روان‌شناختی هدفمند، به‌طور مؤثری مورد بهره‌برداری قرار گیرد.

اطلاعات مقاله:

تاریخ دریافت: ۱۴۰۵/۰۲/۰۸

تاریخ داوری: ۱۴۰۵/۰۳/۰۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۵/۰۳/۲۲

واژه‌های کلیدی:

جنگ، مصرف رسانه‌ای، روانسنجی، رواسازی.



ناشر: دانشگاه زنجان

استناد: شمالی احمدآبادی، م. و برخوردار احمدآبادی، ع. (۱۴۰۵). ساخت و رواسازی مقیاس مصرف رسانه‌ای اخبار جنگ در نمونه‌ای از دانشجویان ایرانی سنجش روانی تربیتی، ۲(۱)، ۱۱۱-۱۲۶.

<https://doi.org/10.30470/ijpa.2026.2087711.1030>



از دستگاه خود برای اسکن و خواندن مقاله به صورت آنلاین استفاده کنید

* نویسنده مسئول: عاطفه برخوردار احمدآبادی

نشانی: گروه روان‌شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد اصفهان (خوراسگان)، اصفهان، ایران.

پست الکترونیکی: atefeh.8449@gmail.com

مقدمه

جنگ پدیده‌ای چندبعدی و ویرانگری است که فراتر از خسارات نظامی و تخریب زیرساخت‌های یک جامعه، بنیان‌های اجتماعی، فرهنگی و روان‌شناختی جوامع، از جمله محیط‌های تحصیلی و دانشگاهی را نیز دستخوش آسیب‌های گسترده می‌سازد (لاگرانژ^۱، ۲۰۲۶). جنگ علاوه بر تعطیلی مدارس و دانشگاه‌ها، می‌تواند در دانشجویان و دانش‌آموزان به افزایش پریشانی روانی، افت تمرکز تحصیلی و تضعیف امید به آینده منجر شود و آن‌ها را در برابر مشکلات روان‌شناختی آسیب‌پذیرتر سازد (کاماردینا^۲ و همکاران، ۲۰۲۶). شواهد پژوهشی نشان می‌دهد که در زمان تهدیدات نظامی، گسست پیوندهای خانوادگی، مهاجرت‌های اجباری و تضعیف شبکه‌های حمایت اجتماعی، با افزایش معنادار مشکلات روان‌شناختی نظیر افسردگی، اضطراب و اختلال استرس پس از سانحه همراه است (گلی‌گرمخانی و همکاران، ۱۴۰۴؛ پورسیدآقای و همکاران، ۱۴۰۴؛ ژانگ و لی^۳، ۲۰۲۵؛ راجکومار^۴ و همکاران، ۲۰۲۵؛ اسکندر^۵، ۲۰۲۵). در این میان، اضطراب جنگ به‌عنوان پاسخی چندبعدی به تهدیدها، تصاویر و اخبار مرتبط با درگیری‌های نظامی، جلوه‌ای ویژه می‌یابد و مؤلفه‌های شناختی، فیزیولوژیک و رفتاری را در بر می‌گیرد (شمالی و برخوردار، ۱۴۰۴). ترس مداوم از ناامنی و نگرانی درباره خود و خانواده می‌تواند این اضطراب را تداوم بخشد و به چرخه‌های پایدار افکار ناکارآمد منجر شود (ال‌دبور^۶ و همکاران، ۲۰۲۵). با توجه به نقش پررنگ رسانه‌ها در بازنمایی جنگ و دسترسی لحظه‌ای به اخبار و تصاویر آن، مطالعه نظام‌مند «مصرف رسانه‌ای اخبار جنگ» و پیامدهای روان‌شناختی آن، به‌ویژه در جمعیت‌های حساس مانند دانشجویان، اهمیتی فزاینده می‌یابد.

در الگوهای شناختی و ناکارآمد مرتبط با جنگ، یکی از پیامدها و عوامل مهم مؤثر بر اضطراب جنگ، چک کردن مداوم رسانه‌ها با هدف کاهش بار هیجانی این افکار است (لو-آن و اوزیل^۷، ۲۰۱۸). در عین حال، با توجه به نقش محوری رسانه‌ها در انتشار اخبار و تصاویر جنگ (یاوتر^۸ و همکاران، ۲۰۲۵)، استفاده افراطی از رسانه‌ها و فضای مجازی به‌عنوان یکی از عوامل کلیدی بروز و تشدید اضطراب جنگ مطرح شده است و در این میان، مصرف رسانه‌ای اخبار جنگ^۹، متغیری اساسی شناخته می‌شود (مارین^{۱۰} و همکاران، ۲۰۲۵). به‌طور کلی، مصرف رسانه‌ای به الگو و میزان تعامل افراد با رسانه‌های خبری برای کسب اطلاعات، سرگرمی یا ارتباط اجتماعی اطلاق می‌شود و ابعادی چون مدت زمان استفاده، نوع رسانه، نحوه مصرف و ماهیت محتوا را در بر می‌گیرد (پارک و پولی^{۱۱}، ۲۰۰۸)؛ بنابراین، مصرف رسانه‌ای اخبار جنگ شامل مجموعه‌ای از رفتارهای هدفمند یا مبتنی بر عادت در جست‌وجو، مشاهده و پیگیری اخبار جنگ است که عمدتاً معطوف به اطلاعات تهدیدآمیز (از جمله تلفات، تخریب، ناامنی و بحران‌های انسانی) است و می‌تواند به تداوم درگیری شناختی و هیجانی با موضوع جنگ منجر شود. این مسئله از آنجایی نگران‌کننده است که در دوره دسترسی دائمی به پلتفرم‌های اجتماعی از طریق گوشی‌های هوشمند، حجم و تنوع اطلاعات جنگی افزایش یافته و اکوسیستم رسانه‌ای پیچیده‌تر و اضطراب‌زاتر شده است (یاوتر و همکاران، ۲۰۲۵). در مواجهه با تهدیدهای ناگهانی مانند خطر جنگ، نیاز فوری به کسب اطلاعات درباره وضعیت، پیامدها و راهبردهای ایمنی، اغلب موجب افزایش مصرف رسانه‌ای اخبار جنگ می‌شود؛ پدیده‌ای که در تشدید اضطراب جنگ، نقش قابل توجهی دارد (سورویا^{۱۲} و همکاران، ۲۰۲۱؛ لو-آن و اوزیل، ۲۰۱۸؛ جونز^{۱۳} و همکاران، ۲۰۱۷).

بنابراین، با توجه به نقش پررنگ رسانه‌ها در بازنمایی جنگ و دسترسی لحظه‌ای به اخبار و تصاویر آن، مطالعه نظام‌مند و توسعه ابزارهایی که بتوانند این سازه را به‌صورت دقیق و بومی در جامعه ایران ارزیابی کنند، ضروری است. ابزارهای متعددی برای سنجش سازه‌های مرتبط با مصرف رسانه‌ای، از جمله اعتیاد به اینترنت، نوموفوبیا، وابستگی به فضای مجازی، اعتیاد به تلفن هوشمند و مصرف رسانه‌ای، هنجاریابی شده‌اند. در ایران، محمودیان و همکاران (۱۳۹۴) پرسش‌نامه ۱۱ سؤالی مصرف رسانه‌ای را با هدف بررسی میزان مصرف رسانه‌ای در افراد از ابعاد مختلف (اینترنت، رسانه خارجی، رسانه داخلی) طراحی و اعتباریابی کردند و روایی سازه آن را مطلوب دانستند و پایایی آن را با استفاده از آلفای کرونباخ برای سه بعد اینترنت، رسانه خارجی و رسانه داخلی، به‌ترتیب ۰/۷۵، ۰/۷۳ و ۰/۶۳ گزارش کردند. همچنین پرسش‌نامه اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی مجازی توسط خواجه‌احمدی و همکاران (۱۳۹۵) با ۲۴ گویه و در سه زیرمقیاس عملکرد فردی، مدیریت زمان، خودکنترلی و روابط اجتماعی، طراحی و هنجاریابی شده است. سازندگان، بارهای عاملی را بالای ۰/۴، شاخص‌های روان‌سنجی را مطلوب و آلفای کرونباخ را بین ۰/۶۸۱ تا ۰/۹۰۷ گزارش کردند. همچنین پرسش‌نامه نوموفوبیا^{۱۴} نیز با ۲۰ سؤال برای بررسی شدت و ترس ناشی از دسترسی نداشتن به تلفن همراه طراحی شده است و در چهار خرده‌مقیاس ناتوانی در دسترسی به اطلاعات، از دست دادن ارتباط، ناتوانی در برقراری ارتباط و از دست دادن آرامش، ارزیابی می‌شود. آلفای کرونباخ آن ۰/۹۲ و ضریب بازآزمایی آن ۰/۸۱ گزارش شده است (علیزاده و همکاران، ۱۴۰۰). سواری (۱۳۹۳) نیز برای سنجش وابستگی به گوشی هوشمند، پرسش‌نامه‌ای ۱۳ سؤالی را در سه زیرمقیاس خلاقیت‌زدایی، میل‌گرایی و احساس تنهایی، معرفی و شاخص‌های روان‌سنجی آن را مطلوب

1 Lagrange
2 Kamardina
3 Zhang & Li
4 Rajkumar
5 Eskandar
6 Aldabbour
7 Lev-On & Uziel

8 Yavetz
9 War-Related Media Consumption
10 Măirean
11 Park & Pooley
12 Soroya
13 Jones
14 Nomophobia Questionnaire

گزارش کرده است (روایی سازه مطلوب و آلفای کرونباخ بین ۰/۸۳ تا ۰/۹۳). پرسش‌نامه اعتیاد به اینترنت کیمبرلی یانگ^۱ (۱۹۹۹) نیز تک‌عاملی و شامل ۲۰ سؤال است که میزان اعتیاد به اینترنت را بررسی می‌کند. این پرسش‌نامه از روایی مطلوب برخوردار است و اعتبار آن در مطالعات قبلی با آلفای کرونباخ ۰/۹۰ گزارش شده است. نسخه فارسی این مقیاس در ایران نیز به‌صورت متعدد مورد استفاده قرار گرفته است؛ برای مثال، علوی و همکاران (۱۳۸۹) روایی محتوایی و سازه را مطلوب و ضریب بازآزمایی ($r=0/82$)، همسانی درونی ($a=0/88$) و ضریب تصنیف ($r=0/72$) را گزارش کرده‌اند. همچنین نسخه بلند ۳۳ سؤالی و فرم کوتاه ۱۰ سؤالی مقیاس اعتیاد به تلفن همراه هوشمند (Sas-SV) نیز توسط کاون^۲ و همکاران (۲۰۱۳) برای شناسایی خطر اعتیاد به تلفن‌های همراه هوشمند طراحی شده است که فرم کوتاه آن توسط سیدی خلیل‌آباد و حسینی (۱۴۰۴) هنجاریابی شده و روایی آن از طریق تحلیل عاملی تأییدی و ضریب آلفای کرونباخ مقیاس ۰/۸۶ و ضریب همبستگی درون‌طبقه‌ای بازآزمایی ۰/۸۹ گزارش و مطلوب ارزیابی شده است. با این حال، هیچ‌یک از این ابزارها مستقیماً برای سنجش مصرف رسانه‌ای اخبار جنگ طراحی نشده‌اند و از این جهت شکاف پژوهشی مهمی وجود دارد.

ساخت و رواسازی مقیاسی بومی برای سنجش مصرف رسانه‌ای اخبار جنگ در ایران از چند جهت ضروری است. نخست، با توجه به تجربه درگیری‌های نظامی گذشته، ازجمله جنگ دوازده روزه خرداد ماه ۱۴۰۴ و درگیری‌های نظامی در اسفند ماه ۱۴۰۴ و نیز خطر بالقوه بروز تنش‌ها و درگیری‌های جدید در آینده، وجود ابزاری که به‌طور اختصاصی برای این زمینه طراحی شده باشد، از منظر پژوهشی و بالینی اهمیت ویژه‌ای دارد. این مسئله از آنجایی قابل توجه است که ابزارهای موجود به‌طور اختصاصی برای این هدف طراحی نشده‌اند. دوم، حتی در صورت ترجمه و رواسازی ابزارهای خارجی در ایران، این مقیاس‌ها لزوماً با بافت منحصربه‌فرد جامعه ایران که شامل فشارهای نظامی و امنیتی، ویژگی‌های فرهنگی و هنجاری خاص و نیز محدودیت‌ها و الگوهای استفاده از زیرساخت‌های اینترنت و رسانه است، به‌طور کامل همخوان نیستند؛ در مقابل، ابزارهای بومی می‌توانند با دقت بیشتری ابعاد کمی و کیفی مصرف اخبار جنگ و پیامدهای روان‌شناختی مرتبط با آن را در دانشجویان آشکار سازند و بدین ترتیب، مبنایی معتبر برای طراحی مداخلات پیشگیرانه و درمانی هدفمند فراهم کنند (شمالی و برخورداری، ۱۴۰۴)؛ افزون بر این، رواسازی مقیاسی بومی در جامعه ایران، امکان تدوین هنجارهای اختصاصی برای دانشجویان و مقایسه نتایج در سطوح بین دانشگاهی و ملی را فراهم می‌کند؛ موضوعی که می‌تواند در برنامه‌ریزی آموزشی، خدمات مشاوره‌ای دانشگاهی و سیاست‌گذاری‌های کلان تربیتی و سلامت روان نقش راهبردی ایفا کند. بر این اساس، مطالعه حاضر با هدف طراحی، ساخت و رواسازی مقیاس مصرف رسانه‌ای اخبار جنگ در نمونه‌ای از دانشجویان ایرانی انجام شد.

روش

این پژوهش از نظر ماهیت از نوع پژوهش‌های همبستگی و به‌طور خاص روان‌سنجی و به لحاظ هدف از نوع مطالعات کاربردی است که در آن به طراحی، ساخت و رواسازی مقیاس مصرف رسانه‌ای اخبار جنگ در جامعه دانشجویان دانشگاه پیام نور استان یزد در سال تحصیلی ۱۴۰۴-۱۴۰۵ و هم‌زمان با شروع درگیری‌های نظامی در اسفند ۱۴۰۴ پرداخته شد. در این مطالعه، ویژگی‌های روان‌سنجی ابزار از طریق بررسی اعتبار^۳ و روایی^۴ ارزیابی شده‌اند. برای سنجش اعتبار، معیارهایی همچون آلفای کرونباخ مورد محاسبه و تحلیل قرار گرفته‌اند؛ علاوه بر این، روایی ابزار با روش‌های گوناگون، ازجمله ارزیابی نظر متخصصان (روایی محتوایی)، تحلیل همبستگی نتایج با پرسش‌نامه نشخوار فکری (روایی همگرا)، پرسش‌نامه امید به زندگی (روایی واگرا) و در نهایت، تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی (روایی سازه)، مورد بررسی قرار گرفته است.

مشارکت‌کنندگان

جامعه آماری تحقیق شامل دانشجویان دانشگاه‌های پیام نور استان یزد با تعداد تقریبی ۳۷۰۰ نفر بودند. از آنجا که در مدل‌سازی معادلات ساختاری حداقل حجم نمونه بر اساس متغیرهای پنهان و نه متغیرهای مشاهده‌پذیر تعیین می‌شود (۵ تا ۲۰ نمونه برای هر عامل یا متغیر پنهان لازم است)، به‌طور کلی حداقل ۳۰۰ نمونه توصیه شده است (هو، ۲۰۰۸)، در حالی که حجم نمونه در کل مطالعه ۶۳۹ بود. در مطالعه اول (تحلیل عاملی اکتشافی)، ۲۱۹ نفر و در مطالعه دوم (تحلیل عاملی تأییدی)، ۴۲۰ نفر به‌عنوان نمونه در نظر گرفته شدند. نمونه‌گیری به روش در دسترس انجام شد؛ بدین شکل که نمونه پژوهش بر اساس معیارهای ورود به مطالعه و از بین دانشجویان دانشگاه‌های پیام نور استان یزد که در دوره‌های کارشناسی و کارشناسی ارشد در حال تحصیل بودند، انتخاب شدند. معیارهای ورود به مطالعه شامل تحصیل در دوره‌های کارشناسی و کارشناسی ارشد دانشگاه‌های پیام نور استان یزد و داشتن رضایت برای شرکت در پژوهش است. معیارهای خروج از مطالعه نیز عدم دقت در پاسخگویی به سؤالات مقیاس در نظر گرفته شد. به‌منظور جمع‌آوری اطلاعات، پس از انجام مراحل قانونی، سؤالات به‌صورت برخط طراحی و پس از برگزاری جلسات توجیهی مجازی، در اختیار شرکت‌کنندگان قرار داده شد. ابزار پژوهش به‌گونه‌ای طراحی شده بود که افراد فاقد معیارهای ورود، فقط به بخشی از سؤالات دسترسی داشتند تا از ورود آن‌ها به مطالعه جلوگیری شود. در این پژوهش، محرمانه بودن داده‌ها، وجود نداشتن مشکلات قانونی و مالی و عدم تضاد با ارزش‌های فرهنگی و مذهبی برای شرکت‌کنندگان به‌عنوان ملاحظات اخلاقی تضمین شد.

¹ Kimberly Young

² Kwon

³ Reliability

⁴ Validity

⁵ Hoe

بررسی ویژگی‌های جمعیت‌شناختی شرکت‌کنندگان در مطالعه اول نشان داد از مجموع ۲۱۹ شرکت‌کننده در پژوهش، ۱۲۵ نفر (۵۷/۱ درصد) از شرکت‌کنندگان دختر و ۹۴ نفر (۴۲/۹ درصد) نیز پسر بودند. محدوده سنی ۱۲۶ نفر (۵۷/۵ درصد) از شرکت‌کنندگان کمتر از ۲۵ سال، ۵۰ نفر (۲۲/۸ درصد) بین ۲۵ تا ۳۰ سال و ۴۳ نفر (۱۹/۷ درصد) بیشتر از ۳۰ سال بود. همچنین بررسی ویژگی‌های جمعیت‌شناختی شرکت‌کنندگان در مطالعه دوم نشان داد از مجموع ۴۲۰ شرکت‌کننده در پژوهش، ۲۳۹ نفر (۵۶/۹ درصد) از شرکت‌کنندگان دختر و ۱۸۱ نفر (۴۳/۱ درصد) نیز پسر بودند. محدوده سنی ۲۴۹ نفر (۵۶/۹ درصد) از شرکت‌کنندگان کمتر از ۲۵ سال، ۹۸ نفر (۲۳/۳ درصد) بین ۲۵ تا ۳۰ سال و ۷۳ نفر (۱۷/۴ درصد) بیشتر از ۳۰ سال بود.

ابزار

در ادامه سه ابزار که در این پژوهش مورد استفاده قرار گرفته‌اند، معرفی می‌شوند:

مقیاس مصرف رسانه‌ای مرتبط با جنگ^۱ (WRMCS): فرم اولیه این مقیاس که ابزاری خودگزارشی است، به‌منظور ارزیابی مصرف رسانه‌ای مرتبط با جنگ طراحی شد. در ابتدا ۲۰ گویه بر اساس مرور ادبیات مربوط به مواجهه رسانه‌ای در بحران‌ها و جنگ‌ها، مثل هولمن^۲ و همکاران (۲۰۱۴) و سیلور^۳ و همکاران (۲۰۱۳) و مصاحبه‌های اکتشافی و عمیق با دانشجویان، استادان و خبرگان دانشگاهی، طراحی شد. به‌منظور بهبود کیفیت گویه‌ها، در تمامی مراحل نظر ۱۰ نفر از خبرگان (۵ نفر هیئت علمی در حوزه‌های روان‌شناسی، ۳ نفر هیئت علمی در حوزه‌های روان‌سنجی و ۲ نفر در حوزه ارتباطات و رسانه) اخذ شد. در نهایت، به‌منظور بررسی روایی محتوایی و پس از کسب نظر این خبرگان و ادغام برخی از گویه‌ها، فرم نهایی مقیاس به ۱۵ گویه کاهش یافت. پاسخگویی به گویه‌ها در مقیاسی پنج گزینه‌ای شامل اصلاً درمورد من صحیح نیست (۱) تا کاملاً درمورد من صحیح است (۵)، انجام می‌شود. نمرات بالاتر نشان‌دهنده سطح بالاتر مصرف رسانه‌ای مرتبط با جنگ است.

پرسش‌نامه نشخوارگری افکار جنگ^۴ (RTQ): برای بررسی نشخوارگری افکار جنگ، از پرسش‌نامه ۱۰ سؤالی افکار تکرارشونده استفاده شد. پرسش‌نامه شامل ۱۰ گویه است که از بین ۲۷ گویه نسخه اصلی پرسش‌نامه افکار تکرارشونده که بیشترین وزن عاملی را داشت، انتخاب شده است و بر مقیاسی پنج درجه‌ای از یک (کاملاً غلط) تا پنج (کاملاً صحیح) نمره‌گذاری می‌شود. بررسی نسخه ۱۰ سؤالی پرسش‌نامه افکار تکرارشونده هم در جمعیت غیربالیینی (مک‌وی^۵ و همکاران، ۲۰۱۰) و هم در جمعیت بالینی (ماهونی^۶ و همکاران، ۲۰۱۲) نشان داد که این ابزار از اعتبار درونی بالایی برخوردار بود (آلفای کرونباخ بزرگ‌تر از ۰/۸۹) و همبستگی بالایی با مقیاس ۲۷ آیتمی نسخه اصلی پرسش‌نامه افکار تکرارشونده داشت. روایی همگرایی این ابزار با طیف گسترده‌ای از هیجان‌های منفی (اضطراب، افسردگی، شرم، خشم و پریشانی عمومی) گزارش شد. در پژوهش اکبری (۱۳۹۶)، نسخه ۱۰ سؤالی پرسش‌نامه افکار تکرارشونده از ساختار تک‌عاملی، اعتبار بازآزمایی مطلوب (۰/۷۶) و همسانی درونی بالایی (۰/۹۱) برخوردار بود. همچنین این ابزار با افسردگی، اضطراب، عاطفه منفی، نشخوار فکری و نگرانی روایی همگرا و با عاطفه مثبت، روایی واگرایی مطلوبی داشت. در پژوهش حاضر، نتایج تحلیل عاملی تأییدی نشان داد بارهای عاملی بالای ۰/۴، خطای تقریب (RMSEA) ۰/۰۶۵، شاخص نیکویی برازش (GFI) برابر با ۰/۹۸۲، شاخص برازندگی تطبیقی (CFI) برابر با ۰/۹۸۹ و اعتبار مقیاس با استفاده از آلفای کرونباخ ۰/۸۳۱ است.

پرسش‌نامه امید به زندگی^۷ (SHQ): به‌منظور بررسی میزان امید به زندگی، از پرسش‌نامه‌ای که توسط اسنایدر و همکاران در سال ۱۹۹۱ طراحی شده است، استفاده گردید. این مقیاس شامل ۱۲ آیتم است که از میان آن‌ها ۸ آیتم انتخاب شده‌اند. این ۸ آیتم شامل ۴ آیتم مربوط به مؤلفه تفکر عاملی (آیتم‌های ۲، ۹، ۱۰ و ۱۲) و ۴ آیتم مربوط به مؤلفه تفکر راهبردی (آیتم‌های ۱، ۴، ۶ و ۸) است. همچنین ۴ آیتم انحرافی شامل سؤالات ۳، ۵، ۷ و ۱۱ هستند. نمره‌گذاری این مقیاس به‌صورت لیکرت پنج درجه‌ای از ۱ (کاملاً مخالفم) تا ۵ (کاملاً موافقم) صورت می‌گیرد. مجموع نمرات نشان‌دهنده میزان امید فرد است و نمرات بالاتر نشان‌دهنده امید بیشتر است. اسنایدر ضریب آلفای کرونباخ نمره کل مقیاس را ۰/۸۶ و خرده‌مقیاس تفکر عاملی را ۰/۸۲ و مؤلفه تفکر راهبردی را ۰/۸۴ گزارش کرده است (اسنایدر، ۲۰۰۶). در ایران، پژوهش گلزاری (۱۳۸۶) بر ۶۶۰ دانش‌آموز دختر در تهران نشان داد که اعتبار مقیاس امید اسنایدر با استفاده از روش همسانی درونی، ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۹ را به دست آورده است. مقیاس امید با مقیاس‌های مشابهی که فرایندهای روان‌شناختی نزدیک‌تری را ارزیابی می‌کنند، همبستگی بالایی دارد (۰/۵۰ تا ۰/۶۰). همچنین نمرات این مقیاس با نمرات سیاهه افسردگی بک همبستگی منفی (۰/۵۱ و ۰/۴۲) دارد (به نقل از بیجاری و همکاران، ۱۳۸۸). زاهدبابلان و همکاران (۱۳۹۰) نیز در بررسی خود اعتبار پرسش‌نامه را با آزمون آلفای کرونباخ ۰/۷۹ گزارش کردند، در حالی که اعتبار مقیاس امید اسنایدر در این پژوهش برابر ۰/۷۹۳ به دست آمد. در پژوهش حاضر، نتایج تحلیل عاملی تأییدی نشان داد بارهای عاملی بالای ۰/۴، خطای تقریب (RMSEA) ۰/۰۷۳، شاخص نیکویی برازش (GFI) برابر با ۰/۹۳۲، شاخص برازندگی تطبیقی (CFI) برابر با ۰/۹۴۶ و اعتبار مقیاس با استفاده از آلفای کرونباخ ۰/۹۳۵ است.

¹ War-Related Media Consumption Scale

² Holman

³ Silver

⁴ Repetitive Thinking Questionnaire

⁵ McEvoy

⁶ Mahoney

⁷ Snyder Hope Questionnaire

روش اجرا

برای طراحی اولیه گویه‌ها، از منابع اطلاعاتی متنوعی استفاده شد. این منابع شامل مصاحبه‌های عمیق با ۷ دانشجوی دختر و ۷ دانشجوی پسر مشغول به تحصیل در دانشگاه‌های پیام نور استان یزد با اضطراب بالای جنگ (کسب نمره بالای ۴۵ در مقیاس اضطراب جنگ) (شمالی و برخورداری، ۱۴۰۴)، ابزارهای موجود، نظرات خبرگان دانشگاهی و غیردانشگاهی بود. در نهایت، این اطلاعات جمع‌بندی و با کسب نظر خبرگان تحلیل شدند. در مرور ادبیات، تمرکز بر تدوین فهرستی از مصرف رسانه‌ای مرتبط با جنگ بود که در نهایت در ۲۰ گویه خلاصه شد. سپس با بازبینی گویه‌ها و دریافت نظرات خبرگان، موارد و ابعاد همپوشان شناسایی، ترکیب یا بازسازماندهی شدند و تعداد گویه‌ها به ۱۵ مورد کاهش یافت. برای تأیید روایی محتوایی^۱ مقیاس مصرف رسانه‌ای اخبار جنگ، از دو شاخص نسبت روایی محتوایی^۲ و شاخص روایی محتوایی^۳ استفاده شد. از پنج خبره با تخصص در رشته‌های مشاوره، روان‌شناسی بالینی، روان‌شناسی تربیتی و علوم تربیتی دعوت شد تا ۱۵ آیتم باقی‌مانده را ارزیابی کنند. خبرگان هر آیتم را از نظر ضرورت (CVR) و ارتباط با سازه (CVI) بررسی کردند. بر اساس معیار لاوشه، برای پنج خبره مقدار CVR بالای ۰/۹۹ و CVI بالای ۰/۷۹ مورد قبول است (لاوشه^۴، ۱۹۷۵). بر این اساس، گویه‌هایی که مقدار CVR آن‌ها کمتر از ۰/۹۹ بود، حذف یا بازنویسی شدند. در نهایت، ۱۵ گویه که همه آن‌ها از نظر خبرگان ضروری ارزیابی شده و دارای CVI و CVR قابل قبول بودند، در فرم نهایی مقیاس باقی ماندند. شاخص روایی محتوایی کل مقیاس نیز در سطح مطلوبی (بیشتر از ۰/۹) به دست آمد که نشان‌دهنده روایی محتوایی مناسب مقیاس است. شاخص‌های روایی محتوایی گویه‌های مقیاس مصرف رسانه‌ای اخبار جنگ بر اساس نظر پنج خبره در جدول ۱ ارائه شده است.

جدول ۱

شاخص‌های روایی محتوایی گویه‌های مقیاس مصرف رسانه‌ای اخبار جنگ

شماره گویه	CVR	I-CVI	تصمیم نهایی
۱	۱/۰۰	۱/۰۰	حفظ بدون تغییر
۲	۱/۰۰	۰/۸۰	حفظ با اصلاح جزئی عبارت‌بندی
۳	۱/۰۰	۱/۰۰	حفظ بدون تغییر
۴	۱/۰۰	۰/۸۰	حفظ با بازنویسی مفهومی خفیف برای وضوح بیشتر
۵	۱/۰۰	۱/۰۰	حفظ بدون تغییر
۶	۱/۰۰	۰/۸۰	حفظ با اصلاح واژگانی جزئی
۷	۱/۰۰	۰/۸۰	حفظ پس از اصلاح عبارت برای هم‌ترازی بیشتر با سازه
۸	۱/۰۰	۱/۰۰	حفظ بدون تغییر
۹	۱/۰۰	۰/۸۰	حفظ؛ پوشش بعد «دشواری در کنترل مصرف»
۱۰	۱/۰۰	۱/۰۰	حفظ؛ پوشش بعد «پیامدهای منفی روان‌شناختی»
۱۱	۱/۰۰	۱/۰۰	حفظ بدون تغییر
۱۲	۱/۰۰	۰/۸۰	حفظ با ساده‌سازی متن گویه
۱۳	۱/۰۰	۱/۰۰	حفظ بدون تغییر
۱۴	۱/۰۰	۱/۰۰	حفظ بدون تغییر
۱۵	۱/۰۰	۰/۸۰	حفظ؛ پوشش بعد «اشتغال ذهنی با اخبار جنگ»

نتایج جدول ۱ نشان می‌دهد که نسبت روایی محتوایی گویه‌های مقیاس مصرف رسانه‌ای اخبار جنگ برای هر ۱۵ گویه نهایی برابر با ۱/۰۰ است و با معیار پیشنهادی لاوشه (۱۹۷۵) برای پنج خبره مطابقت دارد.

داده‌های پژوهش با استفاده از روش‌های زیر تحلیل شدند: آمار توصیفی، ضرایب آلفای کرونباخ، همبستگی پیرسون، آزمون KMO، آزمون بارتلت و چرخش متعامد. همچنین تحلیل‌ها با استفاده از نسخه ۲۶ نرم‌افزار SPSS و نسخه ۲۴ نرم‌افزار AMOS انجام شد.

مطالعه اول

در مرحله بعد، تحلیل عاملی اکتشافی، روایی همگرا و واگرا و برآورد اعتبار ابزار روی یک نمونه مقدماتی ۲۱۹ نفری بررسی شدند. در مطالعه اول، ۵ گویه برای بهبود اعتبار (آلفای کرونباخ) حذف شدند و اعتبار کل مقیاس به ۰/۹۳۶ رسید. فرم نهایی مقیاس پس از انجام تحلیل عاملی اکتشافی تک‌عاملی با حداقل نمره ۱۰ و حداکثر نمره ۵۰ بود که در آن کسب نمره بالاتر نشان‌دهنده مصرف رسانه‌ای مرتبط با جنگ بالاتر است. نتایج تحلیل عاملی اکتشافی و همسانی درونی مطلوبی به دست آمد (آلفای کرونباخ = ۰/۹۱۳). همچنین همبستگی مثبت و متوسط با نشخوارگری افکار جنگ

¹ Content Validity² Content Validity Ratio (CVR)³ Content Validity Index (CVI)⁴ Lawshe

($P < 0.001$; $r = 0.317$) و همبستگی منفی و متوسط با امید به زندگی اسنایدر ($r = -0.279$; $P < 0.001$)، شواهد اولیه از روایی همگرا و واگرا در مطالعه اول را فراهم کردند. میانگین و انحراف معیار نمرات متغیرهای پژوهش به تفکیک جنسیت و سن در جدول ۲ ارائه شده است.

جدول ۲

میانگین و انحراف معیار مصرف رسانه‌ای اخبار جنگ به تفکیک جنسیت و سن ($N = 219$)

متغیر	گروه	مصرف رسانه‌ای مرتبط با جنگ	نشخوار فکری	امید به زندگی
میانگین (انحراف معیار)				
جنسیت	دختر	۲۸/۷۸ (۷/۰۱)	۳۰/۷۹ (۶/۲۲)	۳۲/۲۹ (۵/۳۳)
	پسر	۳۱/۴۹۳ (۹/۴۳)	۲۸/۴۱ (۵/۴۴)	۳۶/۷۶ (۳/۵۱)
سن	کمتر از ۲۵ سال	۲۶/۸۸ (۷/۰۸)	۳۰/۴۹ (۶/۳۸)	۳۲/۵۱ (۶/۳۷)
	بین ۲۵ تا ۳۰ سال	۳۰/۷۳ (۵/۶۵)	۲۹/۶۹ (۵/۵۵)	۳۴/۴۱ (۴/۵۶)
	بیشتر از ۳۰ سال	۳۸/۲۲ (۱۴/۹۸)	۳۱/۴۵ (۹/۴۸)	۳۲/۴۱ (۱۰/۴۹)
	کجی	۰/۴۵۶	-۰/۵۶۹	-۰/۴۳۵
	کشیدگی	۰/۴۵۵	۰/۸۸۹	۰/۵۶۸

نتایج جدول ۲ نشان می‌دهد در مطالعه اول، میانگین مصرف رسانه‌ای مرتبط با جنگ در دانشجویان پسر بیشتر از دانشجویان دختر و میانگین نشخوار فکری و امید به زندگی در دانشجویان دختر بیشتر از دانشجویان پسر بوده است. در خصوص سن نیز بیشترین میانگین مصرف رسانه‌ای مرتبط با جنگ و نشخوار فکری در گروه سنی بیشتر از ۳۰ سال و بیشترین میانگین امید به زندگی در گروه سنی بین ۲۵ تا ۳۰ سال بوده است. همچنین نتایج نشان داد مقدار کجی و کشیدگی در بازه مجاز ۲ تا ۲- قرار دارد که حاکی از نرمال بودن توزیع نمرات است. به منظور تحلیل عاملی اکتشافی، ابتدا امکان انجام دادن تحلیل عاملی بر نمونه پژوهش با استفاده از آزمون بارتلت و شاخص کفایت نمونه‌برداری KMO بررسی شد. نتایج نشان داد مقیاس مصرف رسانه‌ای اخبار جنگ برابر ۰/۸۶۶ به دست آمده است. با توجه به اینکه اندازه KMO بالاتر از ۰/۷ است، می‌توان تحلیل عاملی را انجام داد. داده‌ها نیز از کفایت حجم نمونه برخوردار هستند. همچنین مقدار خی‌دو در آزمون آماری کرویت بارتلت (۳۰۲/۸۰۸) و معنی‌دار به دست آمد ($P < 0.001$)؛ بنابراین، علاوه بر کفایت نمونه‌برداری، انجام دادن تحلیل عاملی نیز پذیرفتنی است. همچنین نتایج همبستگی غیرتصویری^۱ و قطر اصلی آن (معیار بالای ۰/۷) نشان داد که داده‌های این پژوهش، قابلیت استخراج عوامل را دارند و کفایت نمونه با توجه به ضرایب همبستگی بین گویه‌ها و ضرایب قطر اصلی ماتریس همبستگی، مناسب است. واریانس کل توضیح داده‌شده، مقادیر ماتریس مؤلفه‌ها و مشترکات، در جدول ۳ ارائه شده‌اند.

جدول ۳

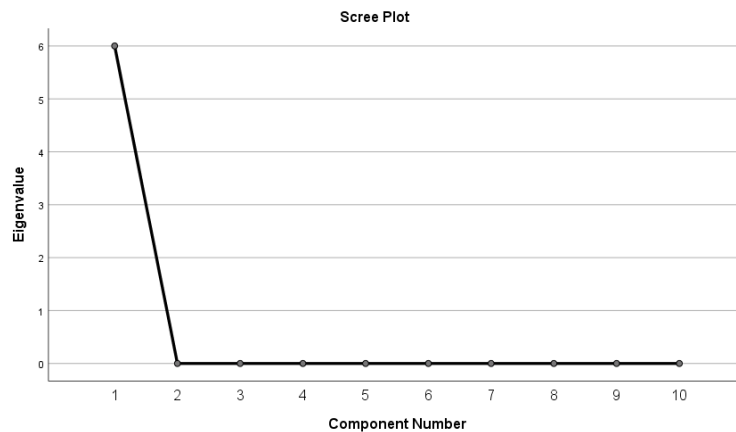
واریانس کل توضیح داده‌شده، مقادیر ماتریس مؤلفه‌ها و مشترکات

شماره	اشتراکات هر گویه با عامل‌ها	ماتریس بارهای عاملی	کل	درصد واریانس	مقادیر ویژه اولیه	کل	درصد واریانس	مجموع بارهای مربعی
۱	۰/۴۳۲	۰/۷۹۰	۶/۱۶۹	۶۱/۶۸۷	۶۱/۶۸۷	۶/۱۶۹	۶۱/۶۸۷	۶۱/۶۸۷
۲	۰/۷۰۷	۰/۷۵۶	۰/۸۹۹	۸/۹۹۱	۷۰/۶۷۸	۷۰/۶۷۸	۸/۹۹۱	۶۱/۶۸۷
۳	۰/۵۷۷	۰/۷۳۹	۰/۸۴۵	۸/۴۵۱	۷۹/۱۳۰	۷۹/۱۳۰	۸/۴۵۱	۶۱/۶۸۷
۴	۰/۷۷۵	۰/۸۲۲	۰/۵۸۱	۵/۸۱۳	۸۴/۹۴۲	۸۴/۹۴۲	۵/۸۱۳	۶۱/۶۸۷
۵	۰/۷۷۵	۰/۸۳۶	۰/۴۳۲	۴/۳۱۵	۸۹/۲۵۷	۸۹/۲۵۷	۴/۳۱۵	۶۱/۶۸۷
۶	۰/۶۹۸	۰/۸۶۹	۰/۴۲۴	۴/۲۴۰	۹۳/۴۹۷	۹۳/۴۹۷	۴/۲۴۰	۶۱/۶۸۷
۷	۰/۶۷۵	۰/۸۸۰	۰/۳۳۹	۳/۳۸۹	۹۵/۸۸۷	۹۵/۸۸۷	۳/۳۸۹	۶۱/۶۸۷
۸	۰/۵۴۶	۰/۷۵۹	۰/۱۹۳	۱/۹۲۵	۹۷/۸۱۲	۹۷/۸۱۲	۱/۹۲۵	۶۱/۶۸۷
۹	۰/۵۷۲	۰/۸۴۱	۰/۱۲۵	۱/۲۴۹	۹۹/۰۶۱	۹۹/۰۶۱	۱/۲۴۹	۶۱/۶۸۷
۱۰	۰/۶۲۴	۰/۴۸۹	۰/۰۹۴	۰/۹۳۹	۱۰۰/۰۰۰	۱۰۰/۰۰۰	۰/۹۳۹	۶۱/۶۸۷

جدول ۳، تحلیل عاملی اکتشافی با استفاده از روش مؤلفه‌های اصلی و چرخش واریماکس^۲ را نشان می‌دهد. بر اساس معیار کایزر، مؤلفه‌ای با مقادیر ویژه بیشتر از ۱ شناسایی شد که ۶۱/۶۸۷ درصد از واریانس کل را توضیح می‌دهد و مطلوب است. نمودار اسکری برای تعیین تعداد عوامل مقیاس در شکل ۱ ارائه شده است.

^۱ Anti-image

^۲ Varimax



شکل ۱

نمودار اسکری برای تعیین تعداد عوامل مقیاس

نمودار اسکری نشان می‌دهد که مقیاس مصرف رسانه‌ای اخبار جنگ، تک‌عاملی است و با توجه به شیب دامنه، تنها یک عامل تشکیل‌دهنده پرسش‌نامه، بالاتر از شیب خط است و بقیه عوامل در یک محدوده و نزدیک به هم قرار دارند. پیش از انجام تحلیل عاملی تأییدی، ضریب آلفای کرونباخ گویه‌های مقیاس و همبستگی آیتم تصحیح‌شده هر گویه با نمره کل مقیاس بررسی شد. پس از بررسی ضریب آلفای کرونباخ هر گویه به روش لوپ، مشخص شد که همه گویه‌های مقیاس نقش مناسبی در افزایش ضریب همسانی درونی کل آزمون داشتند. شاخص‌های توصیفی و نقش گویه‌های مقیاس در همسانی درونی کل آزمون در جدول ۴ ارائه شده است.

جدول ۴

شاخص‌های توصیفی و نقش گویه‌های آزمون در همسانی درونی کل آزمون

گویندها	همبستگی آیتم تصحیح‌شده - کل	ضریب آلفای کرونباخ با حذف گویه	بار عاملی
در هر عبارت کدام گزینه بهتر شما را توصیف می‌کند؟			
۱. مرتب اخبار جنگ را در رسانه‌های مختلف چک می‌کنم.	۰/۷۲۸	۰/۹۱۹	۰/۶۷۴
۲. اگر به اخبار دسترسی نداشته باشم، احساس خوبی ندارم.	۰/۶۹۶	۰/۹۲۱	۰/۶۷۸
۳. ویدئوها و کلیپ‌های جنگ را تماشا می‌کنم.	۰/۶۷۵	۰/۹۲۲	۰/۶۰۲
۴. کانال‌ها و گروه‌های مختلف مجازی را برای دیدن اخبار چک می‌کنم.	۰/۷۷۳	۰/۹۱۷	۰/۷۰۵
۵. دنبال کردن اخبار جنگ در رسانه‌ها از کنترل خارج شده است و احساس می‌کنم نمی‌توانم آن را کاهش دهم.	۰/۷۷۲	۰/۹۱۷	۰/۸۷۷
۶. حتی وقتی مشغول کارهای دیگر هستم، مرتب فکر می‌کنم که باید ببینم چه خبر جدیدی درباره جنگ منتشر شده است.	۰/۸۱۷	۰/۹۱۵	۰/۸۸۱
۷. حتی وقتی کارهای مهمی دارم، باز هم مقدار قابل توجهی از وقتم را صرف دنبال کردن اخبار جنگ می‌کنم.	۰/۸۳۰	۰/۹۱۴	۰/۹۳۵
۸. به خاطر دنبال کردن اخبار جنگ در رسانه‌ها، خوابم را به تعویق می‌اندازم یا تا دیروقت بیدار می‌مانم.	۰/۶۹۳	۰/۹۲۱	۰/۷۵۶
۹. بعد از دیدن اخبار جنگ، تصاویر و مطالبی را که دیده‌ام، مدتی طولانی در ذهنم می‌ماند و بارها به آن‌ها فکر می‌کنم.	۰/۸۰۳	۰/۹۱۵	۰/۶۷۶
۱۰. دنبال کردن اخبار جنگ در رسانه‌ها روی حال روانی‌ام (مثل اضطراب، خشم، ناراحتی یا تحریک‌پذیری) تأثیر منفی گذاشته است.	۰/۴۲۵	۰/۹۳۵	۰/۴۱۵

نتایج جدول ۴ نشان می‌دهد که حذف آیتم ۱۰ منجر به افزایش اندک آلفای کرونباخ از ۰/۹۲۸ به ۰/۹۳۵ می‌شود؛ اما با توجه به همبستگی آیتم - کل تصحیح‌شده قابل قبول برای این گویه (۰/۴۲۵) و نقش آن در پوشش بعد مفهومی متمایز از مصرف رسانه‌ای اخبار جنگ، آیتم ۱۰ پس از اصلاح عبارت‌بندی و با اتکا بر ملاحظات نظری، در مقیاس حفظ شد. در مجموع، همه گویه‌های آزمون از همبستگی مناسبی با نمره کل مقیاس برخوردار هستند و ضریب همبستگی همه گویه‌ها بیشتر از ۰/۳ (۰/۴۲۵ تا ۰/۸۳۰) است. همچنین نتایج جدول ۴ نشان می‌دهد که بارهای عاملی هریک از سوالات در محدوده ۰/۴۱۵ تا ۰/۸۸۱ و بالاتر از ۰/۴ قرار دارد که مطلوب است.

مطالعه دوم

در مرحله بعد، داده‌های اصلی در نمونه‌ای متفاوت و در طی ده روز جمع‌آوری شدند. در این مدت، ۴۵۶ نفر به سؤالات پاسخ دادند. از این تعداد، ۴۲۸ نفر معیارهای ورود به پژوهش را داشتند. سپس پس از بررسی داده‌ها و حذف پاسخ‌های نامعتبر یا ناقص، ۴۲۰ پاسخ تحلیل شدند. همسانی درونی مقیاس از طریق محاسبه همبستگی هر گویه با نمره کل بررسی شد. همانند مطالعه اول، برای بررسی روایی همگرا از پرسش‌نامه نشخوار فکری و برای بررسی روایی واگرا، از پرسش‌نامه امید به زندگی استفاده شد. همچنین برای ارزیابی روایی سازه، از تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد؛ علاوه بر این، اعتبار مقیاس با استفاده از آلفای کرونباخ محاسبه شد. میانگین و انحراف معیار مصرف رسانه‌ای اخبار جنگ به تفکیک جنسیت و سن در جدول ۵ ارائه شده است.

جدول ۵

میانگین و انحراف معیار مصرف رسانه‌ای اخبار جنگ به تفکیک جنسیت و سن (N=۴۲۰)

متغیر	گروه	مصرف رسانه‌ای مرتبط با جنگ	نشخوار فکری	امید به زندگی
میانگین (انحراف معیار)				
جنسیت	دختر	۲۸/۶۰ (۷/۷۲)	۳۰/۷۱ (۶/۵۴)	۳۲/۱۱ (۵/۶۷)
	پسر	۳۱/۴۳ (۱۰/۰۹)	۲۸/۴۳ (۵/۳۵)	۳۶/۸۶ (۳/۳۸)
سن	کمتر از ۲۵ سال	۲۶/۸۰ (۶/۸۷)	۳۰/۵۲ (۶/۵۸)	۳۲/۲۴ (۵/۷۵)
	بین ۲۵ تا ۳۰ سال	۳۰/۸۵ (۵/۶۷)	۲۹/۶۱ (۵/۱۴)	۳۴/۳۸ (۴/۰۹)
	بیشتر از ۳۰ سال	۳۸/۰۶ (۱۵/۳۸)	۳۱/۵۰ (۹/۷۴)	۳۲/۲۶ (۱۱/۳۲)
	کجی	۰/۶۵۹	۱/۱۱۳	۰/۶۱۲
کشیدگی		۱/۰۳۳	-۰/۲۵۹	-۰/۴۵۸

نتایج جدول ۵ نشان می‌دهد میانگین مصرف رسانه‌ای مرتبط با جنگ در دانشجویان پسر بیشتر از دانشجویان دختر و میانگین نشخوار فکری و امید به زندگی در دانشجویان دختر بیشتر از دانشجویان پسر بوده است. در خصوص سن نیز بیشترین میانگین مصرف رسانه‌ای مرتبط با جنگ و نشخوار فکری در گروه سنی بیشتر از ۳۰ سال و بیشترین میانگین امید به زندگی در گروه سنی بین ۲۵ تا ۳۰ سال بوده است. همچنین نتایج نشان داد مقدار کجی و کشیدگی در بازه مجاز ۲ تا ۲- قرار دارد که حاکی از نرمال بودن توزیع نمرات است. به‌منظور بررسی روایی همگرا و واگرا، ضرایب همبستگی بین پرسش‌نامه نشخوار فکری و امید به زندگی با مقیاس مصرف رسانه‌ای اخبار جنگ محاسبه شد. نتایج نشان داد که بین نشخوار فکری و مصرف رسانه‌ای اخبار جنگ، رابطه مثبت معنی‌دار ($P < ۰/۰۰۱$; $r = ۰/۵۱۷$) و بین امید به زندگی و مصرف رسانه‌ای اخبار جنگ، رابطه منفی معنی‌دار ($P < ۰/۰۰۱$; $r = -۰/۲۵۰$) وجود دارد که روایی همگرا و واگرا را نشان می‌دهد.

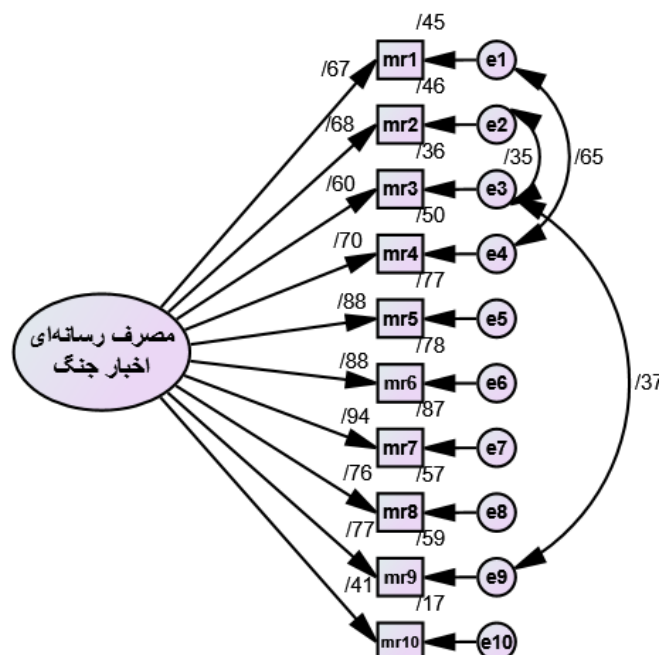
پس از تعیین ساختار عاملی مقیاس با استفاده از تحلیل عاملی اکتشافی در نمونه اول، برای بررسی برازش مدل تک‌عاملی و تأیید ساختار نظری ابزار، تحلیل عاملی تأییدی با بهره‌گیری از نرم‌افزار AMOS بر داده‌های نمونه دوم انجام شد. شاخص‌های برازندگی تحلیل عاملی تأییدی در جدول ۶ ارائه شده است.

جدول ۶

شاخص‌های برازندگی تحلیل عاملی تأییدی

شاخص‌های برازش	GFI	NFI	CFI	IFI	TLI	RMSEA	p	χ^2/df	df	(χ^2)
دامنه پذیرش	> ۰/۹	> ۰/۹	> ۰/۹	> ۰/۹	> ۰/۹	< ۰/۰۸	> ۰/۰۵	< ۳	۳۲	۴۲/۱۶۵
مقادیر به دست آمده	۰/۹۴۷	۰/۹۲۵	۰/۹۶۵	۰/۹۵۳	۰/۹۵۱	۰/۰۲۸	۰/۱۰۸	۱/۳۱۸	۳۲	۴۲/۱۶۵

برای بررسی برازندگی مدل عاملی، از روش بیشینه درست‌نمایی استفاده شد. بر اساس نتایج جدول ۶ شاخص‌ها برای بررسی برازندگی مدل عاملی، واریانس خطای تقریب (RMSEA) برابر با ۰/۰۲۸، شاخص نیکویی برازش (GFI) برابر با ۰/۹۴۷، شاخص برازندگی هنجار شده (NFI) برابر با ۰/۹۲۵، شاخص برازندگی تطبیقی (CFI) برابر با ۰/۹۶۵، شاخص برازندگی افزایشی (IFI) برابر با ۰/۹۵۳ و شاخص توکر-لویس (TLI) برابر با ۰/۹۵۱ به دست آمد که همگی بالای ۰/۹۰ هستند و برای برازش مدل، مطلوب تلقی می‌شوند. همچنین مقدار $\chi^2/df = ۱/۳۱۸$ به دست آمد که مطلوب است؛ علاوه بر این، تمامی بارهای عاملی نیز بالاتر از ۰/۴ به دست آمد که نشان‌دهنده مطلوب بودن بارهای عاملی است. بدین ترتیب، روایی سازه ابزار از طریق تحلیل عاملی تأییدی، مورد تأیید قرار گرفت. بارهای عاملی هریک از سؤالات و مدل عاملی مقیاس در شکل ۲ ارائه شده است.



شکل ۲

بارهای عاملی هریک از گویه‌های مقیاس

در بخش بعد، همسانی درونی مقیاس با استفاده از آلفای کرونباخ بررسی شد که ضریب آلفای کرونباخ برای کل سؤالات مقیاس ۰/۹۲۸ به دست آمد که نشان‌دهنده اعتبار مناسب آن است.

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف ساخت و رواسازی مقیاس مصرف رسانه‌ای اخبار جنگ در نمونه‌ای از دانشجویان ایرانی انجام شد. مصرف رسانه‌ای اخبار جنگ به مجموعه‌ای از رفتارهای هدفمند یا عادت‌گونه در جست‌وجو، مشاهده و پیگیری اخبار مرتبط با جنگ اشاره دارد که عمدتاً معطوف به اطلاعات تهدیدآمیز است و می‌تواند به تداوم درگیری شناختی و هیجانی با موضوع جنگ منجر شود. در موقعیت‌های تهدیدآمیز و ناگهانی مانند خطر جنگ، نیاز فوری به کسب اطلاعات درباره وضعیت، پیامدها و راهبردهای ایمنی غالباً موجب افزایش مصرف رسانه‌ای اخبار جنگ می‌شود؛ پدیده‌ای که در تشدید اضطراب و نگرانی مرتبط با جنگ، نقش قابل توجهی دارد (سورویا و همکاران، ۲۰۲۱).

یافته‌های روان‌سنجی حاکی از آن بود که مقیاس مصرف رسانه‌ای اخبار جنگ دارای ساختار تک‌مؤلفه‌ای است که از ۱۰ گویه تشکیل شده است و روایی و اعتبار مناسبی را در نمونه دانشجویان ایرانی نشان می‌دهد. این مقیاس توانست ۶۸۷/۶۱ درصد از واریانس کل سازه را تبیین کند که نشان‌دهنده پوشش مناسب ابعاد مختلف مصرف رسانه‌ای اخبار جنگ است. شاخص‌های برازندگی حاصل از تحلیل عاملی تأییدی نیز روایی سازه این ابزار را تأیید کردند (RMSEA=۰/۰۲۸، CFI=۰/۹۶۵، GFI=۰/۹۴۷ و TLI=۰/۹۵۱). همچنین کل مقیاس بر اساس ضریب آلفای کرونباخ ۰/۹۲۸ به دست آمد که نشان‌دهنده ثبات درونی بسیار مطلوب آن است؛ علاوه بر این، همبستگی مثبت مقیاس مصرف رسانه‌ای اخبار جنگ با نشخوار فکری ($r=۰/۵۱۷$) و همبستگی منفی آن با امید به زندگی اسنادی ($r=-۰/۲۵۰$)، شواهد لازم را برای روایی همگرا و واگرا فراهم کردند. این یافته‌ها با نتایج پژوهشی پیشین در خصوص سنجش سازه‌های مرتبط با مصرف رسانه‌ای و فناوری، از جمله پرسش‌نامه مصرف رسانه‌ای (محمودیان و همکاران، ۱۳۹۴)، اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی مجازی (خواجeh احمدی و همکاران، ۱۳۹۵)، نوموفوبیا (علیزاده و همکاران، ۱۴۰۰)، وابستگی به گوشی هوشمند (سواری، ۱۳۹۳)، اعتیاد به اینترنت (یانگ، ۱۹۹۹؛ علوی و همکاران، ۱۳۸۹) و مقیاس اعتیاد به تلفن همراه هوشمند (کائون و همکاران، ۲۰۱۳؛ سیدی خلیل‌آباد و حسینی، ۱۴۰۴) که همگی با شاخص‌های روان‌سنجی مطلوب هنجاریابی شده‌اند، همسو است. با این حال، باید تأکید کرد که هیچ‌یک از این ابزارها به‌طور اختصاصی برای سنجش مصرف رسانه‌ای اخبار جنگ طراحی نشده‌اند؛ تفاوتی که بر نوآوری مفهومی و ضرورت توسعه مقیاس حاضر دلالت دارد. بر این اساس، مقیاس حاضر علاوه بر برخورداری از ویژگی‌های روان‌سنجی مطلوب، از حیث محتوایی نیز واجد نوآوری است؛ به این معنا که به‌طور اختصاصی بر مصرف رسانه‌ای اخبار جنگ در بافت فرهنگی — اجتماعی ایران تمرکز دارد و ابعادی همچون اجبار به پیگیری اخبار، اشتغال ذهنی به اخبار، اختلال در کارکرد روزمره و پیامدهای هیجانی منفی به دلیل مصرف رسانه‌ای اخبار جنگ را به‌صورت یکپارچه می‌سنجد؛ مسئله‌ای که در ابزارهای موجود حوزه مصرف رسانه و فناوری به‌طور خاص و متمرکز مورد توجه قرار نگرفته است و بدین وسیله، ارزش افزوده مفهومی و کاربردی مقیاس را برای پژوهش‌های آینده برجسته می‌سازد.

علاوه بر این، روایی همگرا و واگرایی مقیاس مصرف رسانه‌ای اخبار جنگ از طریق همبستگی آن با نشخوار فکری و امید به زندگی بررسی شد. نتایج نشان داد بین نشخوار فکری و مصرف رسانه‌ای اخبار جنگ، رابطه مثبت و معنادار و بین امید به زندگی و مصرف رسانه‌ای اخبار جنگ، رابطه منفی و معنادار وجود دارد. این الگوی همبستگی با مطالعات پیشین همسو است (سورویا و همکاران، ۲۰۲۱؛ لو-آن و اوزیل، ۲۰۱۸؛ جونز و همکاران، ۲۰۱۷) و از روایی همگرا و واگرایی ابزار پشتیبانی می‌کند. به لحاظ نظری، مواجهه مکرر و پیگیری مستمر اخبار جنگ می‌تواند با افزایش برانگیختگی هیجانی، تهدید ادراک شده و درگیری شناختی همراه باشد و در نتیجه، با نشخوار فکری به عنوان سبک پردازش تکراری و ناسازگارانه افکار همپوشانی داشته باشد (مک‌وی و همکاران، ۲۰۱۰)؛ بنابراین، مشاهده همبستگی مثبت و معنادار بین این دو متغیر، شواهدی در حمایت از روایی همگرایی مقیاس است؛ در مقابل، امید به زندگی معمولاً با خوش‌بینی، هدفمندی و راهبردهای مقابله‌ای سازگارانه پیوند دارد و انتظار می‌رود با الگوهای مواجهه استرس‌زای مکرر با محتوای جنگی رابطه معکوس داشته باشد (اسنایدر، ۱۹۹۱). از این رو، همبستگی منفی و معنادار میان امید به زندگی و مصرف رسانه‌ای اخبار جنگ، مؤید روایی واگرایی مقیاس است. این الگوی همبستگی نشان می‌دهد ابزار حاضر هم با سازه‌های نزدیک همگرایی دارد و هم از سازه‌های مثبت متمایز فاصله می‌گیرد؛ الگویی که با استانداردهای روان‌سنجی ابزارهای معتبر همخوان است (محمودیان و همکاران، ۱۳۹۴؛ سورویا و همکاران، ۲۰۲۱).

در مجموع، مقیاس مصرف رسانه‌ای اخبار جنگ که در این پژوهش ساخته و رواسازی شد، ابزاری معتبر و پایا برای سنجش این سازه در دانشجویان ایرانی است. این ابزار تک‌عاملی با برخورداری از روایی همگرا و واگرایی قوی، ساختار عاملی مستحکم و اعتبار بالا می‌تواند به عنوان منبعی ارزشمند برای پژوهشگران، متخصصان سلامت روان و سیاست‌گذاران آموزشی – تربیتی مورد استفاده قرار گیرد. با توجه به ارتباط مصرف رسانه‌ای اخبار جنگ با پیامدهای منفی روان‌شناختی، توسعه و به کارگیری چنین ابزاری در نظام آموزشی و پژوهشی ایران ضروری به نظر می‌رسد. این پژوهش گامی مهم برای پر کردن شکاف موجود در ابزارهای بومی به منظور سنجش مصرف رسانه‌ای اخبار جنگ برداشته و زمینه را برای انجام مطالعات طولی، مقایسه‌ای و طراحی مداخلات هدفمند در این حوزه فراهم کرده است.

با وجود نقاط قوت این پژوهش، محدودیت‌هایی نیز وجود دارد که باید مورد توجه قرار گیرد. نخست، نمونه پژوهش به دانشجویان دانشگاه پیام نور استان یزد محدود بود که ممکن است تعمیم‌پذیری نتایج به سایر مناطق جغرافیایی، دانشگاه‌ها و گروه‌های فرهنگی را کاهش دهد. دوم، مطالعه حاضر صرفاً بر دانشجویان متمرکز بود و کاربست آن در دیگر گروه‌ها نیازمند بررسی بیشتر است. برای کاهش این محدودیت‌ها پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آینده، مقیاس مصرف رسانه‌ای اخبار جنگ در نمونه‌های بزرگ‌تر و متنوع‌تر از نظر جغرافیایی و بافت فرهنگی مورد آزمون قرار گیرد تا قابلیت تعمیم‌پذیری آن افزایش یابد. همچنین رواسازی ابزار در سایر گروه‌ها، مانند نوجوانان، کارکنان سازمانی و جمعیت عمومی، می‌تواند دامنه کاربرد آن را گسترش دهد.

سپاس‌گزاری

نویسندگان از همه دانشجویانی که در تکمیل پرسش‌نامه‌ها مشارکت کردند، تشکر می‌کنند.

ملاحظات اخلاقی

پیش از شروع پژوهش، هدف‌های مطالعه به‌طور کامل برای دانشجویان توضیح داده شد و رضایت‌نامه آگاهانه آن‌ها برای شرکت در تحقیق جمع‌آوری گردید. در تمامی مراحل اجرا، ضوابط اخلاقی مورد تأکید سازمان نظام روان‌شناسی و مشاوره ایران رعایت شد. پژوهشگران متعهد بودند محرمانگی اطلاعات را حفظ کنند، سلامت روانی شرکت‌کنندگان را در اولویت قرار دهند، صداقت علمی را مراعات نمایند، نسبت به مشارکت‌کنندگان احترام و قدردانی نشان دهند، داده‌ها را مطابق موازین اخلاقی گردآوری و از حریم خصوصی افراد محافظت کنند.

حامی مالی

تمام هزینه‌های پژوهش بر عهده نویسندگان بوده و هیچ‌گونه حمایت مالی برای آن دریافت نشده است.

مشارکت نویسندگان

در این پژوهش، مهدی شمالی احمدآبادی به ایده‌پردازی، انتخاب موضوع، تدوین مبانی نظری، تجزیه و تحلیل داده‌ها، نگارش بخش‌های اصلی مقاله، بحث و نتیجه‌گیری پرداخته است. عاطفه برخورداری احمدآبادی نیز در جمع‌آوری منابع و ویراستاری مقاله مشارکت داشته است. هر دو نویسنده در نگارش و تنظیم نهایی متن و اعمال اصلاحات پیشنهادی داوران مشارکت داشته‌اند.

تعارض منافع

نویسندگان اعلام می‌دارند که این پژوهش هیچ‌گونه تعارض منافی ندارد.

- پورسید آقایی، ز.، تشکری موحد، پ و قاسمی نیائی، ف. (۱۴۰۴). الگوی تاب‌آوری خانواده در سایه جنگ: تبیین مؤلفه‌های محافظ روانی و معنوی. *فرهنگ مشاوره و روان‌درمانی*. ۱۷(۴)، ۳۳-۳۹.
- خواجeh احمدی، م.، پولادی، ش و بحرینی، م. (۱۳۹۵). طراحی و روان‌سنجی پرسش‌نامه اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر موبایل. *نشریه روان پرستاری*. ۴(۴)، ۴۳-۵۱.
- سواری، ک. (۱۳۹۳). ساخت و اعتباریابی پرسش‌نامه اعتیاد به تلفن همراه. *فصلنامه اندازه‌گیری تربیتی*. ۵(۱۵)، ۱۲۶-۱۴۲.
- سیدی خلیل‌آباد، ز و حسینی، ر. (۱۴۰۴). بررسی ویژگی‌های روان‌سنجی نسخه کوتاه مقیاس اعتیاد به تلفن هوشمند در بزرگسالان ایرانی. *سنجش روانی تربیتی*. ۱(۲)، ۲۰۹-۲۲۱.
- شمالی احمدآبادی، م و برخورداری احمدآبادی، ع. (۱۴۰۴). ساخت و اعتباریابی نسخه ایرانی مقیاس اضطراب جنگ. *مجله روان‌شناسی اجتماعی*. ۱۵(۲)، ۱۴۰-۱۲۰.
- علوی، س.، اسلامی، م.، مرائی، م.، نجفی، م.، جنتی‌فرد، ف و رضاپور، ح. (۱۳۸۹). ویژگی‌های روان‌سنجی آزمون اعتیاد به اینترنت یانگ. *مجله علوم رفتاری*. ۴(۳)، ۱۸۳-۱۸۹.
- علیزاده، م.، حسنی، م.، میان‌بندی، گ و عاشوری، ا. (۱۴۰۰). رواسازی و اعتباریابی پرسش‌نامه نوموفوبیا در نمونه ایرانی. *مجله روان‌پزشکی و روان‌شناسی بالینی ایران (اندیشه و رفتار)*. ۲۷(۲)، ۲۳۴-۲۴۷.
- گلی گرمخانی، ر.، امیری، ح و گل‌محمدیان، م. (۱۴۰۴). تدوین مدل واکاوی آسیب‌های خانواده‌های جانبازان PTSD به روش آمیخته. *مجله علوم روان‌شناختی*. ۲۴(۱۵۰)، ۲۹۳-۳۱۵.
- محمودیان، ح.، کوچانی اصفهانی، م و مقدس، س. (۱۳۹۴). مصرف رسانه، مدیریت بدن و رفتار باروری. *نشریه راهبرد فرهنگ*. ۸(۳۱)، ۱۷۳.

References

- Alavi, S. S., Eslami, M., Meracy, M. R., Najafi, M., Jannatifard, F., & Rezapour, H. (2010). Psychometric properties of Young internet addiction test, *International Journal of Behavioral Sciences*, 4(3), 183. (Persian)
- Aldabbour, B., El-Jamal, M., Abuabada, A., Al-Dardasawi, A., Abusedo, E., Abu Daff, H., ... & Dardas, L. A. (2025). The psychological toll of war and forced displacement in Gaza: A study on anxiety, PTSD, and depression. *Chronic Stress*, 9, 24705470251334943.
- Alizadeh, M., Hasani, M., Mianbandi, G., & Ashouri, A. (2021). Psychometric properties of the Persian version of the Nomophobia Questionnaire. *Iranian Journal of Psychiatry and Clinical Psychology (IJPCP)*, 27(2), 234-247. (Persian)
- Barkhordari Ahmadabadi, A., & Shomali Ahmadabadi, M. (2025). Construction and validation of the War Anxiety Scale. *Scientific Journal of Social Psychology*, 13(76), 1-17. (Persian)
- DePaula, N., & Hansson, S. (2025). Politicization of government social media communication: A linguistic framework and case study. *Social Media + Society*, 11(2), 20563051251333486.
- Eskandar, K. (2025). Psychiatry and global conflict: A review of war-related psychological impacts, ethical dilemmas, and future directions. *Debates em Psiquiatria*, 15, 1-26.
- Goli Garmakhani, R., Amiri, H., & Gol Mohammadian, M. (2025). Compilation of a model for examining traumas of PTSD veterans' families using a mixed method, *Journal of Psychological Sciences*, 24(150), 293-315. (Persian)
- Hoe, S. L. (2008). Issues and procedures in adopting structural equation modelling technique. *Journal of Quantitative Methods*, 3(1), 76.
- Holman, E. A., Garfin, D. R., & Silver, R. C. (2014). Media's role in broadcasting acute stress following the Boston Marathon bombings. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 111(1), 93-98.

- Jones, N. M., Thompson, R. R., Dunkel Schetter, C., & Silver, R. C. (2017). Distress and rumor exposure on social media during a campus lockdown. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 114(44), 11663–11668.
- Kamardina, A., Saunders, R., & Broglia, E. (2026). The impact of initial depression and anxiety levels on symptom severity change during psychological treatment for common mental disorders: A systematic review. *Journal of Mental Health*, 35(3), 354–374.
- Khajehmadi, M., Pooladi, S., & Bahreini, M. (2017). Design and assessment of psychometric properties of the addiction to mobile questionnaire based on social networks. *Iranian Journal of Psychiatric Nursing (IJPN)*, 4(4), 43–51. (Persian)
- Kwon, M., Lee, J. Y., Won, W. Y., Park, J. W., Min, J. A., Hahn, C., ... & Kim, D. J. (2013). Development and validation of a smartphone addiction scale (SAS). *PLOS ONE*, 8(2), e56936.
- Lagrange, H. (2026). War anxiety and resource-holding potential.
- Lawshe, C. H. (1975). A quantitative approach to content validity. *Personnel Psychology*, 28(4), 563–575.
- Lev-On, A., & Uziel, V. (2018). Live, visual, social, and mobile: Media ecology in emergencies and ordinary times. *Online Information Review*, 42(4), 545–558.
- Mahmoudian, H., Kochani Isfahani, M., & Moqadas, S. (2016). Consumption of Media, Body Management and Pregnancy Behavior (A Study of Women Teachers in Yasuj), *Strategy for Culture*, 8(31), 173. (Persian)
- Mahoney, A. E., McEvoy, P. M., & Moulds, M. L. (2012). Psychometric properties of the Repetitive Thinking Questionnaire in a clinical sample. *Journal of Anxiety Disorders*, 26(2), 359–367.
- Măirean, C., Cobzeanu, A., & Dănilă, O. (2025). Breaking news, breaking minds? Social media engagement and peritraumatic stress behavior immediately after the Russian–Ukrainian war outbreak: The role of peritraumatic anxiety and dispositional resilience. *Computers in Human Behavior Reports*, 20, 100808.
- McEvoy, P. M., Mahoney, A. E., & Moulds, M. L. (2010). Are worry, rumination, and post-event processing one and the same? Development of the Repetitive Thinking Questionnaire. *Journal of Anxiety Disorders*, 24(5), 509–519.
- Park, D. W., & Pooley, J. (Eds.). (2008). *The history of media and communication research: Contested memories*. 3(52), 52–68.
- Pour Seyyed Aghaei, Z. S., Tashakori Movahed, P., & Ghaseminiyaei, F. (2026). Family Resilience Model in the Shadow of War: Explaining Psychological and Spiritual Protective Components. *Counseling and psychotherapy culture*, 17(67), 131–157. (Persian)
- Rajkumar, E., Lipsa, J. M., Harshit, S., & Gopi, A. (2025). Effectiveness of psychological interventions for mental health problems among war refugees: A systematic review and meta-analysis. *Psychiatry Research*, 348, 116432.
- Sevari, K. (2014). Construction and Validation of the Mobile Phone Addiction Questionnaire. *Quarterly of Educational Measurement*, 5(15), 126–142. (Persian)
- Seyed Khalilabad, S. Z., & Hosseini, S. R. (2025). Psychometric properties of the short form of the Smartphone Addiction Scale among Iranian adults. *Iranian Journal of Psycho-Educational Assessment*, 1(2), 209–221. (Persian)
- Silver, R. C., Holman, E. A., Andersen, J. P., Poulin, M., McIntosh, D. N., & Gil-Rivas, V. (2013). Mental- and physical-health effects of acute exposure to media images of the September 11, 2001 attacks and the Iraq War. *Psychological Science*, 24(9), 1623–1634.

- Snyder, C. R., Irving, L. M., & Anderson, J. (1991). Hope and health. In C. R. Snyder & D. R. Forsyth (Eds.), *Handbook of social and clinical psychology*, 2(5), 285–305.
- Snyder, C. R., Lehman, K. A., Kluck, B., & Monsson, Y. (2006). Hope for rehabilitation and vice versa. *Rehabilitation Psychology*, 51(2), 89.
- Soroya, S. H., Farooq, A., Mahmood, K., Isoaho, J., & Zara, S. E. (2021). From information seeking to information avoidance: Understanding the health information behavior during a global health crisis. *Information Processing & Management*, 58(2), 102440.
- Yavetz, G., Zumofen, R., & Mabillard, V. (2025). Trust in government and media consumption during an armed conflict: The case of the Israeli public during the Swords of Iron War. *Armed Forces & Society*, 0095327X251365854.
- Young, K. S. (1999). Internet addiction: Symptoms, evaluation, and treatment. In L. VandeCreek & T. L. Jackson (Eds.), *Innovations in clinical practice* (Vol. 17). Professional Resource Press.
- Zhang, S. X., & Li, L. Z. (2025). War anxiety: A review. *Current Psychiatry Reports*, 27(2), 140–146.