

به نام خدا

بررسی تاثیر الگوهای رسانه ای در دانش آموزان

مؤلف :

داود قلعه بیگی

انتشارات ارسطو

(سازمان چاپ و نشر ایران - ۱۴۰۲)

نسخه الکترونیکی این اثر در سایت سازمان چاپ و نشر ایران و اپلیکیشن کتاب رسان موجود می باشد

chaponashr.ir

سرشناسه: قلعه بیگی، داود، ۱۳۶۵
عنوان و نام پدید آور: بررسی تاثیر الگوهای رسانه ای در دانش آموزان/ مولف داود قلعه بیگی .
مشخصات نشر: انتشارات ارسطو (سازمان چاپ و نشر ایران)، ۱۴۰۲.
مشخصات ظاهری: ۱۰۳ ص.
شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۴۰۸-۳۶۴-۷
وضعیت فهرست نویسی: فیبا
موضوع: دانش آموزان - تاثیر الگوهای رسانه ای
رده بندی کنگره: PN۲۱۵۴
رده بندی دیویی: ۸۰۹/۲۱۴
شماره کتابشناسی ملی: ۹۴۹۳۸۶۴
اطلاعات رکورد کتابشناسی: فیبا

نام کتاب: بررسی تاثیر الگوهای رسانه ای در دانش آموزان

مولف: داود قلعه بیگی

ناشر: انتشارات ارسطو (سازمان چاپ و نشر ایران)

صفحه آرای، تنظیم و طرح جلد: پروانه مهاجر

تیراژ: ۱۰۰۰ جلد

نوبت چاپ: اول - ۱۴۰۲

چاپ: زیرجد

قیمت: ۱۰۳۰۰۰ تومان

فروش نسخه الکترونیکی - کتاب رسان:

<http://chaponashr.ir/ketabresan>

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۴۰۸-۳۶۴-۷

تلفن مرکز پخش: ۰۹۱۲۰۲۳۹۲۵۵

www.chaponashr.ir



فهرست

فصل ۱: مبانی نظری و تعاریف ۷

تعریف رسانه‌ها و الگوهای رسانه‌ای ۷

انواع رسانه‌ها (رسانه‌های سنتی و دیجیتال) ۹

نظریه‌های ارتباطات و تأثیر رسانه‌ها ۱۴

مفهوم بهینه‌سازی مصرف رسانه‌ای در دانش‌آموزان ۱۶

رسانه و هویت یابی در دوران کودکی و نوجوانی ۱۹

فصل ۲: تأثیرات مثبت الگوهای رسانه‌ای ۲۳

یادگیری و انتقال دانش از طریق رسانه‌ها ۲۳

افزایش آگاهی اجتماعی و فرهنگی ۲۶

تأثیرات مثبت الگوهای رسانه‌ای: افزایش آگاهی اجتماعی و فرهنگی ۲۶

توسعه مهارت‌های ارتباطی و اجتماعی ۲۹

تأثیر رسانه‌های آموزشی بر یادگیری ۳۱

ترویج ارزش‌ها و اخلاق مثبت ۳۴

تأثیر مثبت رسانه‌ها بر خلاقیت و تفکر انتقادی ۳۷

فصل ۳: تأثیرات منفی الگوهای رسانه‌ای ۴۱

۴۱ اثرات منفی بر سلامت روان و عاطفی

۴۱ تأثیرات منفی الگوهای رسانه‌ای: اثرات منفی بر سلامت روان و عاطفی

۴۴ ترویج خشونت و رفتارهای پرخطر

۴۴ ترویج خشونت و رفتارهای پرخطر از طریق الگوهای رسانه‌ای

۴۷ تأثیرات منفی بر تمرکز و توجه

۵۰ کاهش تعاملات اجتماعی و روابط واقعی

۵۰ تأثیرات منفی الگوهای رسانه‌ای بر کاهش تعاملات اجتماعی و روابط واقعی

۵۳ تبلیغات منفی و تأثیر بر خودباوری

۵۶ تأثیر مصرف بیش از حد رسانه‌ها بر خواب و سلامت جسمی

فصل ۴: نقش والدین و معلمان در مدیریت مصرف رسانه ۵۹

۵۹ آگاهی والدین از محتوای رسانه‌ای

نقش والدین و معلمان در مدیریت مصرف رسانه: آگاهی والدین از محتوای رسانه‌ای

۵۹

۶۲ راهکارهای مدیریت زمان مصرف رسانه

۶۵ آموزش مهارت‌های تفکر انتقادی به دانش‌آموزان

آموزش مهارت‌های تفکر انتقادی به دانش‌آموزان ۶۵

نقش معلمان در ایجاد یک محیط آموزشی مثبت ۶۸

ترویج فعالیت‌های غیررسانه‌ای ۷۱

ترویج فعالیت‌های غیررسانه‌ای در محیط آموزشی ۷۱

همکاری بین والدین و معلمان برای مدیریت مصرف رسانه ۷۴

فصل ۵: آینده الگوهای رسانه‌ای و تأثیرات آن بر دانش‌آموزان ۷۹

روندهای جدید در رسانه‌های دیجیتال ۷۹

روندهای جدید در رسانه‌های دیجیتال و تأثیرات آن بر دانش‌آموزان ۷۹

تأثیر هوش مصنوعی و الگوریتم‌ها بر محتوا ۸۲

چالش‌های پیش‌رو در مصرف رسانه‌ای ۸۵

ضرورت آموزش سواد رسانه‌ای ۸۸

پژوهش‌های آینده در زمینه تأثیر رسانه‌ها ۹۰

جمع‌بندی و پیشنهادات برای تحقیقات آینده ۹۳

پیشنهادات برای تحقیقات آینده ۹۴

منابع: ۹۶

منابع فارسی ۹۷

فصل ۱: مبانی نظری و تعاریف

۱- تعریف رسانه‌ها و الگوهای رسانه‌ای

رسانه‌ها ابزارها و فناوری‌هایی هستند که برای انتقال اطلاعات، سرگرمی و ارتباطات اجتماعی به کار می‌روند. این ابزارها می‌توانند شامل رسانه‌های سنتی نظیر تلویزیون، رادیو و روزنامه‌ها و همچنین رسانه‌های دیجیتال مانند وبسایت‌ها، شبکه‌های اجتماعی و اپلیکیشن‌های موبایل باشند. رسانه‌ها نقش مهمی در شکل‌دهی به آگاهی عمومی، فرهنگ و رفتارهای اجتماعی دارند و به عنوان یک منبع اصلی برای دستیابی به اطلاعات و اخبار به حساب می‌آیند (حسینی، ۱۴۰۱).

الگوهای رسانه‌ای به ساختارها و فرمت‌هایی اشاره دارند که در آن‌ها اطلاعات و محتواها به مخاطبان ارائه می‌شوند. این الگوها می‌توانند شامل سبک‌های خاصی از ارائه محتوا، مانند نمایش اخبار، مستندها، برنامه‌های آموزشی و سرگرمی باشند. به عبارت دیگر، الگوهای رسانه‌ای به شیوه‌ها و روش‌هایی که رسانه‌ها برای جذب و تأثیرگذاری بر مخاطبان خود استفاده می‌کنند، اشاره دارند. برای مثال، استفاده از داستان‌گویی در مستندها یا تکنیک‌های بصری در تبلیغات می‌تواند بخشی از این الگوها باشد (زارع، ۱۴۰۲).

تأثیر رسانه‌ها بر رفتار و نگرش افراد به ویژه در دوران نوجوانی و جوانی بسیار قابل توجه است. در این دوران، دانش‌آموزان به شدت تحت تأثیر محتوای رسانه‌ای قرار می‌گیرند و این محتوا می‌تواند به شکل‌گیری هویت، ارزش‌ها و باورهای آن‌ها کمک کند. بنابراین، بررسی تأثیر الگوهای رسانه‌ای بر دانش‌آموزان می‌تواند به شناخت بهتر از چگونگی تأثیرگذاری رسانه‌ها بر نسل جوان و شکل‌گیری رفتارهای آن‌ها کمک کند (نیکوکار، ۱۴۰۲).

در این راستا، رسانه‌ها می‌توانند هم به عنوان منابع آموزشی و هم به عنوان عواملی مضر عمل کنند. به عنوان مثال، محتوای آموزشی ارائه‌شده در رسانه‌های دیجیتال می‌تواند به یادگیری و رشد مهارت‌های مختلف کمک کند، در حالی که محتوای خشونت‌آمیز یا تبلیغات مادی‌گرایانه می‌تواند به تأثیرات منفی بر روی دانش‌آموزان منجر شود (علی‌زاده، ۱۴۰۳).

در نهایت، با توجه به گستردگی و تنوع رسانه‌ها در دنیای امروز، ضرورت مطالعه و بررسی الگوهای رسانه‌ای به منظور درک بهتر تأثیرات آن‌ها بر رفتار و نگرش‌های دانش‌آموزان به وضوح احساس می‌شود. این بررسی می‌تواند به والدین، معلمان و سیاست‌گذاران کمک کند تا راهکارهایی برای مدیریت بهتر مصرف رسانه‌ای و ایجاد فضایی سالم‌تر برای یادگیری و رشد دانش‌آموزان ارائه دهند (قاسمی، ۱۴۰۴).

۲- انواع رسانه‌ها (رسانه‌های سنتی و دیجیتال)

رسانه‌ها به دو دسته اصلی تقسیم می‌شوند: رسانه‌های سنتی و رسانه‌های دیجیتال. هر یک از این دسته‌ها ویژگی‌ها، مزایا و معایب خاص خود را دارند که تأثیرات متفاوتی بر جامعه و به ویژه بر دانش‌آموزان دارند.

۱. رسانه‌های سنتی

رسانه‌های سنتی شامل وسایلی هستند که برای ارائه محتوا به صورت یک‌طرفه به کار می‌روند و عمدتاً شامل تلویزیون، رادیو، روزنامه‌ها و مجلات می‌شوند. این رسانه‌ها به عنوان ابزارهای اصلی انتقال اطلاعات در قرن بیستم شناخته می‌شوند و نقش بسیار مهمی در شکل‌دهی به آگاهی عمومی، فرهنگ و رفتارهای اجتماعی ایفا کرده‌اند.

- تلویزیون: تلویزیون به عنوان یکی از مهم‌ترین رسانه‌های سنتی، می‌تواند محتوای آموزشی، فرهنگی و سرگرم‌کننده را به صورت بصری به مخاطبان ارائه دهد. برنامه‌های تلویزیونی با موضوعات آموزشی می‌توانند به دانش‌آموزان کمک کنند تا اطلاعات جدیدی را به دست آورند (محمودی، ۱۴۰۱).

- رادیو: رادیو به عنوان یک رسانه صوتی، امکان دسترسی به اخبار و اطلاعات را در هر مکان و زمانی فراهم می‌کند. این رسانه به خصوص در مناطق دورافتاده و کم‌برخوردار می‌تواند به عنوان منبع مهمی برای آگاهی بخشی عمل کند (رضایی، ۱۴۰۲).

- روزنامه و مجلات: این رسانه‌ها اطلاعات را به صورت مکتوب و در قالب مقالات و گزارش‌ها ارائه می‌دهند. روزنامه‌ها می‌توانند به تحلیل‌های عمیق‌تری از موضوعات اجتماعی و فرهنگی بپردازند و به خوانندگان کمک کنند تا نظرات متنوع‌تری را درک کنند (کاظمی، ۱۴۰۳).

۲. رسانه‌های دیجیتال

رسانه‌های دیجیتال شامل ابزارها و پلتفرم‌هایی هستند که به صورت آنلاین به ارائه محتوا می‌پردازند. این رسانه‌ها به دلیل دسترسی آسان و تعامل بالا، در سال‌های اخیر محبوبیت زیادی پیدا کرده‌اند و تأثیرات زیادی بر روی دانش‌آموزان و رفتارهای آن‌ها دارند.

- وبسایت‌ها: وبسایت‌ها منابع گسترده‌ای از اطلاعات را فراهم می‌کنند و به کاربران این امکان را می‌دهند که به راحتی به محتوای مورد نظر خود دسترسی پیدا کنند. وبسایت‌های آموزشی می‌توانند به دانش‌آموزان در یادگیری موضوعات مختلف کمک کنند (احمدی، ۱۴۰۴).

- شبکه‌های اجتماعی: پلتفرم‌هایی مانند اینستاگرام، تلگرام و توییتر به کاربران این امکان را می‌دهند که محتوا را به اشتراک بگذارند و با دیگران ارتباط برقرار کنند. این رسانه‌ها می‌توانند تأثیرات مثبت و منفی بر رفتار و افکار دانش‌آموزان داشته باشند (علی‌زاده، ۱۴۰۵).

- اپلیکیشن‌های موبایل: این اپلیکیشن‌ها به عنوان ابزارهای آموزشی و سرگرم‌کننده در دسترس هستند و می‌توانند به یادگیری و ارتقای مهارت‌های مختلف کمک کنند. برخی از این اپلیکیشن‌ها به صورت خاص برای دانش‌آموزان طراحی شده‌اند (سهرابی، ۱۴۰۶). با توجه به تنوع رسانه‌ها، هر یک از آن‌ها به شیوه‌های متفاوتی بر زندگی و رفتار دانش‌آموزان تأثیر می‌گذارند. رسانه‌های سنتی و دیجیتال هر دو می‌توانند به عنوان منابع اطلاعاتی، آموزشی و سرگرم‌کننده عمل کنند، اما نوع و محتوای آن‌ها می‌تواند تأثیرات مثبت یا منفی بر روی دانش‌آموزان داشته باشد. بنابراین، شناخت ویژگی‌ها و تأثیرات هر یک از این رسانه‌ها از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

۳- تأثیر رسانه‌ها بر رفتار و افکار دانش‌آموزان

رسانه‌ها به عنوان ابزارهای اصلی انتقال اطلاعات و فرهنگ، تأثیرات عمیق و گسترده‌ای بر رفتار و افکار دانش‌آموزان دارند. این تأثیرات می‌توانند مثبت یا منفی باشند و به شیوه‌های مختلفی بر زندگی روزمره و فرآیند یادگیری آن‌ها تأثیرگذار باشند.

۱. تأثیرات مثبت رسانه‌ها

رسانه‌ها می‌توانند به عنوان منابع آموزشی مؤثر عمل کنند و به یادگیری و رشد دانش‌آموزان کمک کنند. به عنوان مثال، برنامه‌های آموزشی تلویزیونی و وبسایت‌های آموزشی می‌توانند دانش‌آموزان را در یادگیری موضوعات مختلف یاری کنند. این منابع به

آن‌ها کمک می‌کنند تا اطلاعات جدیدی را کسب کنند و درک بهتری از موضوعات پیچیده پیدا کنند (موسوی، ۱۴۰۱).

رسانه‌ها همچنین می‌توانند به ترویج ارزش‌های مثبت و فرهنگ‌های مختلف کمک کنند. با نمایش داستان‌ها و تجربیات مختلف، رسانه‌ها می‌توانند به دانش‌آموزان این امکان را بدهند که با فرهنگ‌ها و دیدگاه‌های مختلف آشنا شوند و ارزش‌های انسانی نظیر همدلی، احترام و همکاری را تقویت کنند (قاسمی، ۱۴۰۲).

۲. تأثیرات منفی رسانه‌ها

با وجود مزایای ذکر شده، رسانه‌ها می‌توانند تأثیرات منفی نیز داشته باشند. یکی از بزرگ‌ترین نگرانی‌ها، تأثیر محتوای خشونت‌آمیز و منفی است که در رسانه‌ها منتشر می‌شود. مطالعات نشان داده‌اند که تماشای محتوای خشونت‌آمیز می‌تواند به افزایش رفتارهای پرخطر و خشن در دانش‌آموزان منجر شود (زارع، ۱۴۰۳). این تأثیر می‌تواند به ویژه در دوران نوجوانی، زمانی که هویت و شخصیت به شدت در حال شکل‌گیری است، نگران‌کننده باشد.

علاوه بر این، رسانه‌ها می‌توانند به کاهش تعاملات اجتماعی واقعی کمک کنند. با افزایش زمان صرف‌شده در رسانه‌های دیجیتال، دانش‌آموزان ممکن است از ارتباطات رو در رو با

همسالان و خانواده‌های خود دور شوند. این وضعیت می‌تواند به انزوا و مشکلات اجتماعی منجر شود (احمدی، ۱۴۰۴).

۳. تأثیر رسانه‌ها بر هویت و خودباوری

رسانه‌ها همچنین می‌توانند بر هویت و خودباوری دانش‌آموزان تأثیرگذار باشند. مقایسه خود با الگوهای ایده‌آل و تصاویر ارائه‌شده در رسانه‌ها می‌تواند به احساس ناکافی بودن و اضطراب منجر شود. این امر به ویژه در میان نوجوانان که به شدت تحت تأثیر نگرش‌های اجتماعی قرار دارند، محسوس‌تر است (علی‌زاده، ۱۴۰۵). رسانه‌ها با ترویج استانداردهای غیرواقعی زیبایی و موفقیت می‌توانند به احساس عدم اعتماد به نفس و افسردگی در دانش‌آموزان دامن بزنند.

در نهایت، رسانه‌ها به عنوان ابزارهای قوی می‌توانند تأثیرات قابل توجهی بر رفتار و افکار دانش‌آموزان داشته باشند. این تأثیرات می‌توانند مثبت یا منفی باشند و به شدت وابسته به نوع محتوا و زمان صرف‌شده در مصرف رسانه‌ها هستند. بنابراین، لازم است که والدین، معلمان و خود دانش‌آموزان آگاهی کافی نسبت به این تأثیرات داشته باشند و به مدیریت مصرف رسانه‌ای خود توجه کنند تا از تأثیرات منفی آن بکاهند و بهره‌وری بیشتری از مزایای آن داشته باشند (نیکوکار، ۱۴۰۶).

۴- نظریه‌های ارتباطات و تأثیر رسانه‌ها

نظریه‌های ارتباطات به عنوان چارچوب‌هایی برای درک نحوه عملکرد رسانه‌ها و تأثیرات آن‌ها بر روی افراد و جامعه شناخته می‌شوند. این نظریه‌ها به تحلیل و تبیین چگونگی انتقال پیام‌ها، نوع محتوا و تأثیرات آن بر افکار و رفتار مخاطبان می‌پردازند. در این بخش، به برخی از نظریه‌های کلیدی در زمینه ارتباطات و تأثیر رسانه‌ها اشاره خواهیم کرد.

۱. نظریه‌ی جعبه سیاه (Black Box Theory)

نظریه جعبه سیاه به مفهوم فرایندهای درونی که در هنگام دریافت پیام‌های رسانه‌ای اتفاق می‌افتد، اشاره دارد. در این نظریه، رسانه به عنوان یک جعبه سیاه در نظر گرفته می‌شود که اطلاعات ورودی (پیام‌ها) به آن وارد شده و تأثیرات (نتایج) به دست آمده از آن خارج می‌شود. در این مدل، تأثیرات رسانه‌ها بر رفتار و افکار مخاطبان بیشتر مورد توجه قرار می‌گیرد. این نظریه به ما کمک می‌کند تا درک کنیم چگونه محتوای رسانه‌ای می‌تواند بر روی دانش‌آموزان تأثیرگذار باشد (سهرابی، ۱۴۰۱).

۲. نظریه‌ی استفاده و رضایت (Uses and Gratifications Theory)

نظریه استفاده و رضایت به این موضوع می‌پردازد که چرا و چگونه افراد از رسانه‌ها استفاده می‌کنند. بر اساس این نظریه، مخاطبان به دنبال برآورده کردن نیازهای خود از طریق رسانه‌ها هستند. این نیازها می‌توانند شامل سرگرمی، اطلاعات، اجتماعی‌سازی و هویت‌یابی

باشند. در مورد دانش‌آموزان، این نظریه می‌تواند توضیح دهد که آن‌ها چگونه و چرا به رسانه‌ها (مانند تلویزیون و اینترنت) مراجعه می‌کنند و این رسانه‌ها چه نقشی در شکل‌دهی به هویت و رفتارهای آن‌ها ایفا می‌کنند (رضایی، ۱۴۰۲).

۳. نظریه‌ی تاثیر اجتماعی (Social Influence Theory)

نظریه تأثیر اجتماعی بر این فرضیه تأکید دارد که رسانه‌ها می‌توانند به عنوان عوامل مؤثر در تغییر رفتارها و نگرش‌های اجتماعی عمل کنند. این نظریه به بررسی چگونگی نفوذ رسانه‌ها بر روی افکار عمومی و تأثیر آن‌ها بر رفتارهای اجتماعی می‌پردازد. دانش‌آموزان به‌ویژه تحت تأثیر همسالان و الگوهای رسانه‌ای قرار دارند و این می‌تواند منجر به شکل‌گیری رفتارهای اجتماعی خاصی در آن‌ها شود (علی‌زاده، ۱۴۰۳).

۴. نظریه‌ی ساخت اجتماعی واقعیت (Social Construction of Reality Theory)

این نظریه بر این اصل تأکید دارد که رسانه‌ها نقش مهمی در شکل‌دهی به درک ما از واقعیت دارند. رسانه‌ها نه تنها اطلاعات را منتقل می‌کنند، بلکه به ساخت و تفسیر واقعیت‌های اجتماعی نیز کمک می‌کنند. دانش‌آموزان ممکن است بر اساس آنچه در رسانه‌ها می‌بینند و می‌شنوند، تصورات و باورهای خود را درباره جهان و اطرافیان خود شکل دهند. این امر می‌تواند بر روی تعاملات اجتماعی و رفتارهای آن‌ها تأثیرگذار باشد (موسوی، ۱۴۰۴).