

به نام خدا

تأثیر رسانه های جمعی بر هویت فردی و اجتماعی نوجوانان

مؤلف :

پروین توکلی

انتشارات ارسطو

(سازمان چاپ و نشر ایران - ۱۴۰۴)

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

chaponashr.ir

سرشناسه: توکلی، پروین، ۱۳۵۹
عنوان و نام پدیدآور: تاثیر رسانه های جمعی بر هویت فردی و اجتماعی نوجوانان/ مولف پروین توکلی.
مشخصات نشر: انتشارات ارسطو (سازمان چاپ و نشر ایران)، ۱۴۰۴.
مشخصات ظاهری: ۱۰۰ ص.
شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۴۵۵-۴۶۱-۱
وضعیت فهرست نویسی: فیفا
موضوع: نوجوانان - هویت فردی و اجتماعی - تاثیر رسانه های جمعی
رده بندی کنگره: Q۳۵۶۱
رده بندی دیویی: ۰۱۵/۱
شماره کتابشناسی ملی: ۹۷۲۷۸۵۱
اطلاعات رکورد کتابشناسی: فیفا

نام کتاب: تاثیر رسانه های جمعی بر هویت فردی و اجتماعی نوجوانان

مولف: پروین توکلی

ناشر: انتشارات ارسطو (سازمان چاپ و نشر ایران)

صفحه آرای، تنظیم و طرح جلد: پروانه مهاجر

تیراژ: ۱۰۰۰ جلد

نوبت چاپ: اول - ۱۴۰۴

چاپ: زبرجد

قیمت: ۱۰۰۰۰۰ تومان

فروش نسخه الکترونیکی - کتاب رسان:

<https://chaponashr.ir/ketabresan>

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۴۵۵-۴۶۱-۱

تلفن مرکز پخش: ۰۹۱۲۰۲۳۹۲۵۵

www.chaponashr.ir



انتشارات ارسطو



فهرست

پیشگفتار :	۷
مقدمه :	۱۱
فصل اول: مبانی نظری هویت و رسانه:	۱۳
تعریف هویت فردی و اجتماعی:	۱۶
فرآیند شکل‌گیری هویت در نوجوانی:	۱۸
مفاهیم و انواع رسانه‌های جمعی:	۲۱
نظریه‌های ارتباط جمعی و تأثیرات روانی آن‌ها:	۲۴
فصل دوم: ویژگی‌های روان‌شناختی و اجتماعی نوجوانان:	۲۷
دوران نوجوانی و ویژگی‌های رشدی:	۳۰
نیازهای روانی و اجتماعی نوجوانان:	۳۲
نیازهای روانی نوجوانان	۳۳
نیازهای اجتماعی نوجوانان	۳۴
جستجوی معنا و تعلق در رسانه‌ها:	۳۶
تأثیرپذیری نوجوانان از الگوهای رسانه‌ای:	۳۷
فصل سوم: رسانه‌های سنتی و مدرن در زندگی نوجوانان:	۴۱
تلویزیون، رادیو و مطبوعات:	۴۳
تأثیر رسانه‌های اجتماعی (اینستاگرام، تیک‌تاک و...):	۴۴
بازی‌های ویدیویی و جهان مجازی:	۴۷
مقایسه رسانه‌های سنتی و دیجیتال در نفوذ بر نوجوانان:	۴۹
ویژگی‌های رسانه‌های سنتی	۵۰
ویژگی‌های رسانه‌های دیجیتال	۵۰

۵۱ تأثیر بر هویت فردی و اجتماعی
۵۲ تأثیر بر رفتار و روان‌شناسی نوجوانان
۵۳ فصل چهارم: رسانه و هویت فردی نوجوان:
۵۶ خودانگاره و تصویر ذهنی در فضای رسانه‌ای:
۵۸ تأثیر رسانه‌ها بر عزت‌نفس و اعتمادبه‌نفس:
۵۹ تأثیرات مثبت رسانه‌ها بر عزت‌نفس و اعتمادبه‌نفس:
۵۹ تأثیرات منفی رسانه‌ها بر عزت‌نفس و اعتمادبه‌نفس:
۶۱ نقش رسانه‌ها در بهبود عزت‌نفس و اعتمادبه‌نفس:
۶۱ رسانه‌ها و شکل‌گیری باورها و ارزش‌های فردی:
۶۵ نقش رسانه در شکل‌دهی سبک زندگی:
۶۹ فصل پنجم: رسانه و هویت اجتماعی نوجوان:
۷۱ تعاملات اجتماعی در شبکه‌های مجازی:
۷۳ تأثیر رسانه‌ها بر تعلق گروهی و رفتار اجتماعی:
۷۶ نقش رسانه در شکل‌گیری نگرش‌های فرهنگی و قومی:
۷۸ رسانه و بحران‌های هویتی نوجوانان:
۸۱ فصل ششم: فرصت‌ها و تهدیدهای رسانه‌ای برای نوجوانان:
۸۱ فرصت‌ها:
۸۲ تهدیدها:
۸۴ فرصت‌های آموزشی و فرهنگی رسانه‌ها:
۸۶ اعتیاد رسانه‌ای و پیامدهای روانی:
۸۹ تأثیر اخبار و محتوای خشونت‌آمیز بر نوجوانان:
۸۹ تأثیرات روانی:
۸۹ تأثیرات اجتماعی:

- تأثیرات شناختی: ۹۰
- تأثیرات فیزیکی: ۹۰
- راهکارهای مقابله با تأثیرات منفی: ۹۱
- چالش‌های امنیتی و اخلاقی فضای مجازی: ۹۱
- چالش‌های امنیتی فضای مجازی: ۹۲
- چالش‌های اخلاقی فضای مجازی: ۹۳
- راهکارهای مقابله با چالش‌های امنیتی و اخلاقی: ۹۴
- فصل هفتم: نقش خانواده، مدرسه و جامعه در مدیریت رسانه: ۹۷**
- سواد رسانه‌ای والدین و نوجوانان: ۹۹
- نقش نهاد مدرسه در تربیت رسانه‌ای: ۱۰۰
- نتیجه‌گیری: ۱۰۲
- منابع: ۱۰۵**

پیشگفتار :

رسانه‌های جمعی در دنیای امروز نقشی فراتر از اطلاع‌رسانی دارند و به یکی از تأثیرگذارترین ابزارها در شکل‌دهی افکار، رفتار و هویت افراد به‌ویژه نوجوانان تبدیل شده‌اند. نوجوانی، مرحله‌ای از زندگی است که فرد در تلاش برای شناخت خود، یافتن جایگاه اجتماعی و تعریف هویت فردی خویش است. در این میان، رسانه‌ها با ارائه اطلاعات، الگوهای رفتاری، سبک زندگی و ارزش‌های گوناگون، تأثیر عمیقی بر این فرایند می‌گذارند. نوجوانان در تعامل با رسانه‌ها نه تنها اطلاعات کسب می‌کنند، بلکه نگرش‌ها، احساسات و درک خود از جهان را نیز شکل می‌دهند. آن‌ها در معرض تصاویر، پیام‌ها و داستان‌هایی قرار می‌گیرند که می‌توانند بر باورها، ارزش‌ها و حتی انتخاب‌های فردی و اجتماعی آن‌ها تأثیرگذار باشند. در عصر دیجیتال، استفاده از رسانه‌ها محدود به تلویزیون و رادیو نیست، بلکه شبکه‌های اجتماعی، یوتیوب، تیک‌تاک، اینستاگرام و پیام‌رسان‌هایی نظیر واتساپ و تلگرام نیز به بخشی از زندگی روزمره نوجوانان بدل شده‌اند. نوجوانان زمان زیادی را در این فضاها صرف می‌کنند و این تعامل مستمر باعث می‌شود رسانه‌ها نقشی تعیین‌کننده در هویت‌یابی آن‌ها ایفا کنند. آن‌ها در این فضاها می‌آموزند که چگونه خود را معرفی کنند، چگونه با دیگران تعامل داشته باشند و چه چیزی برایشان ارزشمند است. از آنجا که بسیاری از محتواهای رسانه‌ای بر اساس فرهنگ‌های غیر بومی تولید می‌شود، امکان دارد نوجوانان دچار نوعی دوگانگی هویتی یا سردرگمی در ارزش‌ها و باورها شوند.

هویت فردی نوجوان تحت تأثیر نحوه ارائه خود در فضای رسانه‌ای قرار دارد. بسیاری از نوجوانان به دنبال تأیید و دیده‌شدن در شبکه‌های اجتماعی هستند و در نتیجه ممکن است خود واقعی‌شان را تغییر دهند تا بیشتر مورد توجه قرار گیرند. لایک، کامنت و تعداد دنبال‌کننده‌ها به معیارهایی برای سنجش خودارزشمندی تبدیل شده‌اند. این مسئله می‌تواند اعتمادبه‌نفس نوجوانان را به شدت تحت تأثیر قرار دهد و آنان را به سوی خودسانسوری، مقایسه بیمارگونه با دیگران و حتی اختلالات روانی مانند اضطراب و افسردگی سوق دهد. از سوی دیگر، رسانه‌های جمعی نقش مهمی در شکل‌دهی به هویت اجتماعی نوجوانان ایفا می‌کنند. نوجوانان از طریق رسانه‌ها با گروه‌ها،

خرده‌فرهنگ‌ها و جنبش‌های اجتماعی آشنا می‌شوند و تمایل دارند عضوی از آن‌ها باشند. آن‌ها الگوهای رفتاری، پوشش، زبان و حتی دیدگاه‌های سیاسی و اجتماعی خود را از رسانه‌ها می‌گیرند. این امر از یک سو می‌تواند به گسترش آگاهی و درک متقابل فرهنگی کمک کند و از سوی دیگر، اگر بدون تحلیل انتقادی صورت گیرد، منجر به تقلید کورکورانه و از بین رفتن استقلال فکری نوجوانان خواهد شد.

نقش رسانه‌ها در تقویت یا تضعیف هویت فرهنگی نیز قابل تأمل است. رسانه‌های جهانی با پخش برنامه‌ها و محتوای فرهنگی خاص، ممکن است نوجوانان را از فرهنگ بومی و ملی خود دور کنند. بسیاری از نوجوانان بیشتر با فرهنگ مصرف‌گرای غربی آشنا هستند تا با سنت‌ها، زبان و آیین‌های سرزمین خود. این امر به تدریج می‌تواند باعث بی‌هویتی فرهنگی یا کاهش احساس تعلق به جامعه و کشور شود. در عوض، اگر رسانه‌های ملی و محلی بتوانند محتوای جذاب، تعاملی و متناسب با نیازهای روانی نوجوانان تولید کنند، می‌توانند به عنوان عاملی مؤثر در تقویت هویت ملی عمل نمایند. در کنار تهدیدها، رسانه‌ها فرصت‌هایی نیز برای رشد هویتی نوجوانان فراهم می‌کنند. دسترسی به اطلاعات متنوع، آشنایی با دستاوردهای علمی، گفت‌وگو با همسالان در سراسر جهان و امکان ابراز نظر از جمله این فرصت‌ها هستند. نوجوانانی که با سواد رسانه‌ای رشد می‌کنند، می‌توانند پیام‌ها را تحلیل کنند، تفاوت بین واقعیت و تبلیغات را بشناسند و هویت فردی و اجتماعی خود را آگاهانه و مقاوم بسازند. آموزش سواد رسانه‌ای در مدارس و خانواده‌ها می‌تواند نوجوانان را در برابر تأثیرات منفی رسانه‌ها مقاوم کند.

با وجود این مزایا، عدم نظارت کافی بر محتوای رسانه‌ای و نبود برنامه‌ریزی فرهنگی دقیق، می‌تواند باعث آسیب‌های جدی شود. نوجوانانی که در معرض محتوای خشونت‌آمیز، جنسی، مصرف‌گرایانه یا نژادپرستانه قرار می‌گیرند، ممکن است رفتارهای پرخطر، نگرش‌های منفی و گرایش‌های ناسالم را در خود پرورش دهند. همچنین، تکرار این محتواها باعث عادی‌سازی برخی رفتارهای غیراخلاقی یا ضد اجتماعی می‌شود. نقش نهادهایی مانند خانواده، آموزش و پرورش و سازمان‌های فرهنگی در هدایت مصرف رسانه‌ای نوجوانان در این زمینه حیاتی است. تعامل با رسانه‌ها همچنین می‌تواند نقش مهمی در شکل‌گیری احساس تعلق اجتماعی نوجوانان داشته باشد. آن‌ها از طریق رسانه‌ها می‌توانند خود را بخشی از جامعه بزرگ‌تر احساس کنند، صدای

خود را به گوش دیگران برسانند و در مسائل اجتماعی مشارکت کنند. با این حال، وقتی این فضا به محیطی برای قضاوت، آزار مجازی و تضعیف شخصیت تبدیل می‌شود، احساس امنیت روانی و اجتماعی نوجوانان آسیب می‌بیند. احمدی، س. (۱۳۹۵).

نوجوانانی که زمان زیادی را در فضای مجازی می‌گذرانند، ممکن است دچار انزوای اجتماعی، افت تحصیلی یا اختلال در ارتباطات واقعی شوند. زندگی در دنیای فیلترشده و زیباسازی شده رسانه‌ای، سبب می‌شود آنان واقعیت زندگی خود را با نسخه‌های اغراق‌آمیز مقایسه کنند و احساس نارضایتی و شکست کنند. این وضعیت ممکن است منجر به بروز اختلالات روانی و رفتاری جدی شود که درمان آن‌ها نیازمند مداخلات حرفه‌ای است. از سوی دیگر، وجود شخصیت‌های موفق و الهام‌بخش در رسانه‌ها، به‌ویژه اگر هم‌سن و سال نوجوانان باشند، می‌تواند باعث ایجاد انگیزه، افزایش تلاش فردی و شکل‌گیری هویتی پویا و هدفمند شود. رسانه‌ها در صورتی که به‌درستی مدیریت و هدایت شوند، می‌توانند بستری برای رشد شناختی، عاطفی، فرهنگی و اجتماعی نوجوانان باشند.

در جهان امروز، نمی‌توان نوجوانان را از رسانه‌ها دور نگه داشت، اما می‌توان با ارتقاء سواد رسانه‌ای، نظارت هوشمندانه والدین، مشارکت فعال مدارس و سیاست‌گذاری فرهنگی، مسیر رشد هویتی آنان را هدایت کرد. رسانه‌ها نه تنها ابزار انتقال اطلاعات هستند، بلکه فضای تجربه زیستی نوجوانان محسوب می‌شوند و این تجربه می‌تواند هم‌زمان سازنده یا مخرب باشد. هویت نوجوانان در گذار از سنت به مدرنیته، در فضایی شکل می‌گیرد که رسانه‌ها در آن نقش مرکزی دارند. انتخاب با ماست که از این ابزار چگونه استفاده کنیم. خجسته‌پور، م. (۱۳۹۶).

مقدمه :

عصر حاضر، عصر رسانه و ارتباطات است؛ عصری که در آن مرز میان جهان واقعی و مجازی روزبه‌روز کمرنگ‌تر می‌شود و رسانه‌ها به یکی از محوری‌ترین عناصر شکل‌دهنده سبک زندگی، نگرش‌ها، باورها و حتی هویت افراد بدل شده‌اند. در این میان، نوجوانان به‌عنوان قشر حساس، پویا و در حال شکل‌گیری شخصیت، بیش از هر گروه دیگری در معرض تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم رسانه‌های جمعی قرار دارند. سنین نوجوانی، دوره‌ای مهم در فرآیند «هویت‌یابی» است؛ دورانی که فرد در تلاش برای درک خود، یافتن نقش در جامعه، پذیرش ارزش‌ها و رسم‌الخط زندگی آینده خویش است. خراسانی، ج. (۱۳۹۶).

رسانه‌های جمعی، اعم از تلویزیون، ماهواره، شبکه‌های اجتماعی، سایت‌های خبری، بازی‌های رایانه‌ای و اپلیکیشن‌های تعاملی، توانسته‌اند با حضور گسترده و مداوم در زندگی نوجوانان، نقش مرجع فرهنگی و الگوساز را ایفا کنند. از طریق پیام‌های رسانه‌ای، نوجوانان با الگوهای رفتاری، سبک‌های زندگی، نگرش‌ها و حتی معیارهای زیبایی و موفقیت آشنا می‌شوند. این تأثیرات می‌توانند هم فرصت‌هایی برای رشد، یادگیری و تعامل فرهنگی ایجاد کنند و هم تهدیدهایی برای ثبات شخصیتی، خودباوری و هویت فرهنگی آنان به همراه داشته باشند. ضرورت پرداختن به موضوع «تأثیر رسانه‌های جمعی بر هویت فردی و اجتماعی نوجوانان» از آن‌جا ناشی می‌شود که شکل‌گیری هویت در این دوره، پایه‌گذار شخصیت و مسیر آینده فرد است. شناخت نقش رسانه‌ها در این فرایند، می‌تواند خانواده‌ها، نظام آموزشی، روان‌شناسان و سیاست‌گذاران فرهنگی را در جهت اتخاذ تصمیمات مناسب یاری رساند. هدف این نوشتار آن است که با نگاهی تحلیلی و چندبعدی، چگونگی تأثیرگذاری رسانه‌های جمعی بر شکل‌گیری هویت نوجوانان را بررسی کرده و به واکاوی فرصت‌ها و چالش‌های موجود در این مسیر بپردازد. همچنین تلاش خواهد شد راهکارهایی کاربردی برای هدایت مصرف رسانه‌ای نوجوانان و افزایش تاب‌آوری فرهنگی و هویتی آن‌ها ارائه شود.

فصل اول:

مبانی نظری هویت و رسانه:

هویت مفهومی بنیادین در علوم انسانی و اجتماعی است که به درک انسان از خود، نقش‌هایش در جامعه، تعلقات فرهنگی، ارزشی و روانی او بازمی‌گردد. این مفهوم، با پیچیدگی‌های فردی و جمعی در هم تنیده است و تحت تأثیر عوامل گوناگون روان‌شناختی، فرهنگی، خانوادگی و اجتماعی شکل می‌گیرد. از دیدگاه روان‌شناسی رشد، نوجوانی یکی از مهم‌ترین مراحل شکل‌گیری هویت است؛ دوره‌ای که در آن فرد به دنبال یافتن پاسخ‌هایی برای سؤالاتی بنیادین چون "من کیستم؟"، "چه می‌خواهم باشم؟" و "در کجا قرار دارم؟" است. در این دوره، نوجوان درگیر کشمکش میان استقلال‌طلبی و نیاز به تعلق اجتماعی است و تلاش می‌کند تعادلی میان خواسته‌های فردی و انتظارات اجتماعی برقرار کند. در نظریات جامعه‌شناختی، هویت نه تنها یک پدیده درونی، بلکه پدیده‌ای اجتماعی تلقی می‌شود که در تعامل با دیگران و در بستر ساختارهای فرهنگی و تاریخی شکل می‌گیرد. چارلز هورتون کولی با طرح مفهوم "آینه خود" بر این نکته تأکید داشت که هویت فردی حاصل بازتاب تصور ما از خود در نگاه دیگران است. همین‌طور جرج هربرت مید معتقد بود که خود، در فرآیند تعامل اجتماعی ساخته می‌شود و "من اجتماعی" بخش مهمی از هویت ما را تشکیل می‌دهد. این دیدگاه‌ها نشان می‌دهند که رسانه‌ها به‌عنوان یکی از مهم‌ترین بسترهای تعامل اجتماعی مدرن، نقش بسزایی در شکل‌دهی به هویت ایفا می‌کنند. نیک‌پور، س. (۱۳۹۸).

رسانه‌های جمعی، از زمان پیدایش خود تاکنون، همواره در فرآیند انتقال فرهنگ، ارزش‌ها و باورها نقش کلیدی داشته‌اند. رسانه‌ها با ارائه تصاویر، داستان‌ها و الگوهای زندگی، نقش الگوسازی را بر عهده دارند. نوجوانان در مواجهه با این پیام‌ها، ممکن است ارزش‌ها و هویت‌های متفاوتی را با هویت اولیه خانوادگی و بومی خود مقایسه کرده و در برخی موارد، حتی به بازتعریف

خود بپردازند. رسانه‌ها نه فقط انتقال دهنده اطلاعات، بلکه تولیدکننده معنا هستند. آن‌ها با تکرار پیام‌ها، برجسته‌سازی مفاهیم خاص و پنهان‌سازی برخی دیگر، چارچوبی برای فهم جهان پیرامون و جایگاه فرد در آن ارائه می‌دهند.

در نظریه بازنمایی استوارت هال، رسانه‌ها در بازنمایی واقعیت نقش دارند، اما این بازنمایی‌ها الزاماً عینی و بی‌طرف نیستند. رسانه‌ها می‌توانند واقعیت را تحریف کنند، اولویت‌ها را تغییر دهند و تصاویری خاص از گروه‌ها، جنسیت‌ها، فرهنگ‌ها و نقش‌های اجتماعی بسازند. این بازنمایی‌ها ممکن است با واقعیت زندگی نوجوانان فاصله داشته باشد، اما چون به شکل مداوم و گسترده تکرار می‌شوند، می‌توانند به معیارهای ارزشی و هویتی تبدیل شوند. با گسترش فناوری‌های نوین ارتباطی، به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های دیجیتال، ماهیت تأثیر رسانه‌ها بر هویت پیچیده‌تر شده است. در گذشته، مخاطب رسانه بیشتر مصرف‌کننده منفعل پیام بود، اما در عصر دیجیتال، نوجوانان نه فقط مصرف‌کننده بلکه تولیدکننده محتوا نیز هستند. این ویژگی تعاملی، تأثیر رسانه‌ها بر هویت را دوچندان کرده است. نوجوان در محیط دیجیتال با فرصت‌هایی برای ابراز وجود، خلق تصویر از خود و تعامل با گروه‌های هم‌سال مواجه می‌شود. در عین حال، این فضا او را در معرض قضاوت‌های بیرونی، فشار برای شباهت به الگوهای خاص و گاه بحران‌های هویتی ناشی از مقایسه‌های اجتماعی قرار می‌دهد. آقاجانی، م. (۱۳۹۶).

از منظر نظریه‌های انتقادی رسانه، رسانه‌ها ابزار بازتولید سلطه فرهنگی و اقتصادی هستند. نظریه‌پردازانی چون آدورنو و هورکهایمر معتقد بودند که رسانه‌های جمعی در خدمت سرمایه‌داری هستند و با سرگرم کردن مخاطب، مانع تفکر انتقادی و رهایی‌بخش می‌شوند. از این منظر، رسانه‌ها با تولید محتوای همگن و قالبی، هویت‌ها را از تنوع طبیعی خود تهی کرده و به سوی هویت‌های کلیشه‌ای و مصرف‌محور سوق می‌دهند. نوجوانانی که در معرض چنین محتواهایی قرار می‌گیرند، ممکن است به سمت پذیرش هویت‌های تحمیلی و ساختگی سوق پیدا کنند؛ هویت‌هایی که ریشه در فرهنگ محلی یا تجربه زیسته آن‌ها ندارد.

در نظریه کنش متقابل نمادین نیز تأکید بر این است که معناها در بستر تعاملات شکل می‌گیرند. رسانه‌ها از طریق بازتولید نمادها و معناهای خاص، در کنش اجتماعی نوجوانان مداخله می‌کنند. نوجوانی که در معرض پیام‌های مکرر درباره موفقیت، زیبایی، محبوبیت یا حتی هنجارشکنی قرار می‌گیرد، ممکن است برداشت خاصی از این مفاهیم پیدا کند و تلاش کند خود را با آن‌ها تطبیق دهد. در این فرآیند، هویت به‌شکلی سیال و پویا ساخته می‌شود و مدام در حال بازتعریف است. احمدی، س. (۱۳۹۵).

در میان تمام نظریه‌های مورد اشاره، مفهوم "هویت دیجیتال" نیز به‌طور خاص در سال‌های اخیر اهمیت یافته است. هویت دیجیتال به آن بخشی از هویت فرد اشاره دارد که در بستر فضای مجازی شکل می‌گیرد و ممکن است با هویت واقعی تفاوت‌هایی اساسی داشته باشد. نوجوانان در شبکه‌های اجتماعی می‌توانند تصویری آرمانی از خود خلق کنند، از برخی ویژگی‌ها چشم‌پوشی کنند یا نقش‌هایی را تجربه کنند که در واقعیت امکان‌پذیر نیست. این شکاف میان هویت واقعی و مجازی می‌تواند هم فرصتی برای رشد باشد و هم عاملی برای سردرگمی و بحران هویت، به‌ویژه اگر نوجوان توانایی تفکیک میان واقعیت و بازنمایی رسانه‌ای را نداشته باشد. مطالعات مختلف در حوزه ارتباطات و روان‌شناسی اجتماعی نیز نشان داده‌اند که شدت استفاده از رسانه‌ها، نوع محتوای مصرف‌شده، میزان سواد رسانه‌ای و بافت خانوادگی و فرهنگی از عواملی هستند که می‌توانند تأثیر رسانه بر هویت نوجوان را تعدیل یا تشدید کنند. نوجوانی که در خانواده‌ای با حمایت عاطفی و گفت‌وگوی باز رشد کرده باشد و در عین حال سواد رسانه‌ای کافی داشته باشد، احتمالاً در برابر پیام‌های هویتی ناسازگار با ارزش‌هایش مقاوم‌تر خواهد بود. در مقابل، نوجوانانی که فاقد این پشتوانه‌ها باشند، بیشتر در معرض آسیب‌های هویتی ناشی از مصرف افراطی و بدون تحلیل رسانه‌ها قرار می‌گیرند.

نکته مهم دیگر، وابستگی رسانه‌ها به قدرت‌های سیاسی و اقتصادی است. آنچه به‌عنوان پیام رسانه‌ای به نوجوان عرضه می‌شود، اغلب بازتاب منافع گروهی خاص است و نه الزاماً بازتاب حقیقت. این امر سبب می‌شود رسانه‌ها به ابزاری برای هدایت افکار عمومی و بازتعریف مفاهیم