

تأثیر محتوای برنامه های صدا و سیما بر رفتار کودکان و نوجوانان

زینب حبیبی^۱، ساجده جعفری کوچی^۲

چکیده

تلویزیون، به عنوان یکی از قدرتمندترین رسانه‌های جمعی در عصر حاضر، نقش بسزایی در شکل‌گیری شخصیت، باورها و رفتارهای کودکان و نوجوانان ایفا می‌کند. محتوای متنوعی که از طریق این رسانه به مخاطب ارائه می‌شود، می‌تواند تأثیرات مثبت یا منفی بر رشد شناختی، عاطفی و اجتماعی آن‌ها داشته باشد.

با توجه به گسترش روزافزون استفاده از رسانه‌های تصویری و به‌ویژه تلویزیون در بین کودکان و نوجوانان، بررسی تأثیر این رسانه بر رفتار آن‌ها امری ضروری است. تماشای برنامه‌های خشونت‌آمیز، نامناسب و یا محتوای غیرمناسب می‌تواند پیامدهای منفی و جدی بر شخصیت، رفتار اجتماعی و سلامت روان کودکان و نوجوانان داشته باشد. این پژوهش با هدف پاسخ‌گویی به این سوال که برنامه‌های تلویزیونی چه تأثیری بر رفتارهای مختلف کودکان و نوجوانان (مانند پرخاشگری، تقلید رفتار، الگوهای اجتماعی و...) دارند؟ سعی در روشن‌گری والدین در این زمینه دارد.

این مقاله به روش توصیفی-تحلیلی و کتابخانه‌ای، ضمن مرور ادبیات موجود، به بررسی مطالعات تجربی مختلف در این زمینه پرداخته شده است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که تماشای تلویزیون می‌تواند هم اثرات مثبت و هم اثرات منفی بر رفتار کودکان و نوجوانان داشته باشد. در نتیجه، برای بهره‌برداری بهینه از تلویزیون به عنوان یک رسانه، والدین و مربیان باید با آگاهی از تأثیرات مثبت و منفی آن، اقدامات لازم را برای مدیریت تماشای تلویزیون توسط کودکان انجام دهند. این اقدامات شامل انتخاب برنامه‌های مناسب، محدود کردن زمان تماشای تلویزیون، ایجاد تعامل با کودکان در مورد محتوای برنامه‌ها و تشویق آن‌ها به انجام فعالیت‌های دیگر مانند مطالعه، بازی و ورزش می‌شود. در این پژوهش، راهکارهای عملی برای والدین ارائه شده است تا بتوانند از تأثیرات منفی تلویزیون بکاهند و از مزایای آن به بهترین نحو بهره‌برداری کنند.

کلمات کلیدی: کودکان و نوجوانان، رفتار، تأثیر، رسانه، آموزش

^۱ طلبه سطح ۲ مدرسه علمیه الزهرا سلام الله علیها کیش

^۲ طله سطح ۲ مدرسه علمیه الزهرا سلام الله علیها کیش

در دنیای پرهیاهوی امروز، رسانه‌های مختلف به ویژه تلویزیون، نقش پررنگی در زندگی روزمره کودکان و نوجوانان ایفا می‌کنند. با گسترش تکنولوژی و افزایش دسترسی به محتواهای تصویری، تلویزیون به یکی از مهم‌ترین منابع اطلاعات، سرگرمی و اجتماعی شدن برای این گروه سنی تبدیل شده است. و همینطور تلویزیون به عنوان یکی از اصلی‌ترین وسایل ارتباط جمعی در دنیای مدرن، نقشی اساسی در شکل‌گیری رفتار و نگرش‌های کودکان و نوجوانان ایفا می‌کند.

با توجه به افزایش مصرف رسانه‌ای و دسترسی آسان به برنامه‌های تلویزیونی، این تأثیرات علاوه بر جنبه‌های آموزشی، می‌تواند شامل نتایج منفی نظیر رفتارهای پرخاشگرانه و تقلید از محتوای نامناسب باشد. در نهایت، این موضوع می‌تواند پیامدهایی طولانی مدت برای توسعه شخصیت و اجتماعی شدن آن‌ها داشته باشد.

بر اساس تحقیقات مختلف، تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم تلویزیون بر رفتار کودکان و نوجوانان منجر به نگرانی‌های متعددی شده است. به طور مثال، تماشای مکرر برنامه‌های حاوی خشونت می‌تواند به افزایش میزان پرخاشگری و کاهش همدلی در کودکان منجر شود. از طرف دیگر، برنامه‌های آموزشی و مثبت، می‌توانند به توسعه مهارت‌های اجتماعی، عاطفی و شناختی آن‌ها کمک کنند. بنابراین، شناسایی و بررسی محتوای تلویزیونی، امری حیاتی برای والدین و مربیان به شمار می‌آید.

هدف این مقاله، تحلیل تأثیرات مثبت و منفی برنامه‌های تلویزیون بر رفتار کودکان و نوجوانان است. علاوه بر این، ما به ارائه راهکارهایی برای والدین و مربیان خواهیم پرداخت تا به آن‌ها کمک شود تا بتوانند اثرات منفی تلویزیون را به حداقل برسانند و از مزایای آن بهره‌برداری کنند. درباره این موضوع با مطالعاتی که صورت گرفت به مقالات خوبی رسیدیم؛ به طور مثال: (قاسم جوکار ۱۳۸۶) در مقاله خود ابتدا به قابلیت‌های تلویزیون و برنامه‌های کودکان و نوجوانان اشاره نموده، سپس برخی از تأثیرات مثبت و منفی تلویزیون بر کودکان و نوجوانان از جمله پرکردن اوقات فراغت، جامعه‌پذیری، یادگیری، اختلال در فعالیت‌های کودکان، و نیز تأثیر فیلم‌های مربوط به بزرگ سالان بر کودکان، و تأثیر آگهی‌های تلویزیونی و خشونت را مورد بررسی قرار داده و در پایان، راه کارهایی برای به حداقل رساندن کارکردهای منفی آن ارائه نموده است. (2010 Maire Messenger Davies) در کتاب خود به منظور گسترش بحث عمومی در مورد نقش رسانه‌های عمومی در زندگی کودکان پرداخته است. (مهرناز شهرآرای 1374) به بررسی تأثیر تلویزیون بر مهارت‌های تحصیلی کودکان و نوجوانان پرداخته است. (مریم و صبورزهرایوسفی 1391). در مقاله خود به بررسی نقش تلویزیون بر تغییر رفتار نوجوانان از دیدگاه دانشجویان ارشد ارتباطات. فرهنگ ارتباطات، پرداخته اند. (گرچی بندپی ۱۳۹۱) به بررسی برنامه‌های کودک تلویزیون از منظر توسعه فرهنگی و شاخص‌های آن پرداخته است. (خدادادی شهری ۱۳۹۱) در پژوهشی کوشیده است تا جنبه‌های مختلف برنامه‌سازی در تلویزیون و شیوه ارتباط مؤثر با کودکان را واکاوی و فرصت‌ها و تهدیدهای این رسانه تأثیر گذار را تبیین کند. (زارعی ۱۳۹۱) به بررسی قابلیت‌های فیلم مستند در آموزش کودکان رده سنی ۳ تا ۵ سال پرداخته. (کریمی و همکاران ۱۳۹۱) به بررسی تهدیدها و فرصت‌های وسایل ارتباط جمعی برای کودکان و مرور تاریخ اخلاق رسانه در جهان و ایران پرداخته اند.

این مقاله از طریق بررسی پژوهش‌های موجود، تلاش خواهد کرد تا افق‌های جدیدی در شناخت تأثیرات تلویزیون بر نسل جوان فراهم کند و نقش حیاتی والدین و جامعه را در نظارت و هدایت مصرف رسانه‌ای فرزندان مورد تأکید قرار دهد.

نقش تلویزیون در تربیت

اگر تفاوت‌های دنیای قدیم و جدید را برشماریم، مهم‌ترین امتیاز جامعه جدید از دنیای سنتی فعالیت مقتدرانه رسانه‌ها، به ویژه رسانه تلویزیون در جوامع انسانی، محسوب می‌شود. امروزه، رسانه‌ها یکی از روزه‌های مهم برای دریافت عقیده، معرفت و دانشند؛ بدون تردید، بخش زیادی از اطلاعات و آگاهی‌های ما در مورد زندگی روزانه، به کمک رسانه‌ها به دست می‌آید. در میان رسانه‌ها، رسانه تلویزیون موقعیت برتری را به خود اختصاص داده است؛ ظرفیت این رسانه در انتقال سریع و ساده پیام‌های گوناگون، استفاده از آن را برای طیف وسیعی از مخاطبان، اعم از کوچک و بزرگ، فراهم کرده است. مخاطبان، تأثیرات تربیتی خاصی را از تلویزیون دریافت می‌کنند؛ پیام‌هایی که از تلویزیون به مخاطب می‌رسد، به طور مستقیم یا ضمنی، بینش‌ها، نگرش‌ها و الگوهای ویژه‌ی او را به وی ارائه می‌کند.

این نوع استفاده از تلویزیون، می‌تواند نقش مهمی در شکل‌گیری شخصیت افراد داشته باشد و با گذشت زمان، ممکن است ساختار ذهنی افراد و الگوی رفتاری آنان، منطبق با الگوهای دریافت شده از تلویزیون سامان یابد؛ کارشناسان معتقدند که کودکان، بیش از دیگر مخاطبان، از تلویزیون تأثیر می‌گیرند؛ چون ذهن کودک، ساده و فاقد توانایی تجزیه و تحلیل پیام‌های این رسانه است. از این رو، کودکان بدون هیچ پناهی در برابر رسانه‌های جمعی قرار می‌گیرند و سخت متأثر می‌شوند (ساروخانی، 1372). پژوهش‌ها نشانگر آن است که «اگر روندهای جاری در تماشای تلویزیون ادامه یابند، به طور متوسط کودکی که امروز متولد می‌شود، تا سن هجده سالگی وقت خود را بیش از هر فعالیت دیگری، غیر از خوابیدن، صرف تماشای تلویزیون خواهد کرد (گیدنز، 1374). در بررسی نقش تلویزیون در تربیت، «نظریه پرورش» می‌تواند به خوبی زوایای نقش آفرینی تلویزیون را در تربیت نشان دهد؛ طبق این نظریه، هنگامی که ما از سهم مستقل تلویزیون بحث می‌کنیم، مقصود این است که گسترش برخی دیدگاه‌ها، باورها و نگرش‌ها و حفظ و نگهداری آنان، می‌تواند از پیام‌های تلویزیونی و در اثر استفاده زیاد از این رسانه، تحقق یابد.

گربنر، نظریه پرداز این تیوری، معتقد است، بینندگانی که ساعات زیادی را به تماشای تلویزیون می‌پردازند، اطلاعات و ایده‌های خاصی را رده بندی می‌کنند. از نظر تربیتی، آنچه که در اثر تماشای تلویزیون برای مخاطب پدید می‌آید، گربنر آن را «پرورش» می‌نامد. طبق نظریه «پرورش»، تلویزیون منبع مهمی در تولید ارزش‌های اجتماعی، ایدئولوژی‌ها و دیدگاه‌هاست.

الف) عطای بینش

یکی از ابعاد کارکرد تربیتی تلویزیون، القای بینش‌هایی است که از این رسانه منعکس می‌شوند. مخاطبان رسانه تلویزیون، در اثر استفاده از برنامه‌های آن، به دانش‌ها و بینش‌های نشر شونده از تلویزیون دست پیدا می‌کنند. گفته می‌شود که روند یادگیری و کسب معرفت از تلویزیون، در بیشتر وقت‌ها فارغ از قصد و نیت بیننده تحقق پیدا می‌کند.

افراد، به ویژه کودکان، بیشتر برنامه‌های تلویزیون را همچون سرگرمی نگاه می‌کنند، نه به قصد کسب دانش و معرفت. ولی در عین حال، فرایند کسب دانش و بینش از تلویزیون، به صورت ناخودآگاه به وقوع می‌پیوندد (شرام و همکاران، 1377). کسب

دانش و بینش مخاطبان از تلویزیون چه آگاهانه باشد و چه ناآگاهانه، نشانگر موقعیت مهم تلویزیون در اعطای بینش های تازه به بینندگان یا تغییر اعتقادات آنان است. در مواردی که رسانه تلویزیون، به القای بینش های خاص، همچون رسالتی برای خودش بنگرد، عمق و گستره تأثیر تلویزیون در این جهت، بیش از موارد دیگر خواهد بود؛ امروزه تلویزیون هایی که با این هدف برنامه پخش می کنند، رشد فزاینده دارند.

ب) ایجاد گرایش

تأثیر تربیتی تلویزیون بر افراد، بیشتر به صورت چند بعدی به وقوع می پیوندد؛ یکی از ابعاد آن، تأثیر برنامه های این رسانه بر نگرش های مخاطبان است. محتوای تلویزیون، فضیلت های خاصی را به مخاطب القا می کند که مواردی از آن به صورت عقیده برای مخاطب درمی آید. تردیدی نیست که پیام های رسانه تلویزیون، در انتقال نگرش های خاص، خنثی عمل نمی کند، بلکه دربردارنده نگرش های خاصی برای مخاطب است.

از طرف دیگر، پیام های تلویزیون زمانی تأثیرگذار است که زمینه های روانی و اجتماعی آن برای مخاطب فراهم شود. بخش زیادی از برنامه های تلویزیون، سبک و سیاق عاطفی و انگیزشی دارد، از این رو، همیشه تلویزیون با نگرش های مخاطب درگیر است. از آن جا که بخش زیادی از مخاطبان تلویزیون کودکانند، تغییر نگرش های مخاطبان و ایجاد نگرش های تازه در آنان، هم تشدید و عمیق می شود و هم با سهولت انجام می پذیرد. (مجموعه نویسندگان، 1388)

ج) معرفی الگوهای رفتاری

تأثیر تربیتی تلویزیون، تنها در بخش های بینشی و گرایشی خلاصه نمی شود، بلکه در حیطه عمل هم، راه و روش خاصی را برای مخاطبان عرضه و معرفی می کند. نظریه موسوم به «مدل سازی»، سازوکار تأثیر تربیتی تلویزیون در حوزه رفتار را چنین بازگو می کند که بازیگران تلویزیون و شیوه های رفتار آنان، در مواقع مختلف، برای مخاطبان این رسانه به عنوان الگو عمل می کنند. مخاطبانی که از جاذبه های تلویزیون تأثیر می پذیرند، همیشه سعی می کنند در موقعیت های همسان با مواقعی که در تلویزیون مشاهده کرده اند، رفتارهایی را شبیه به رفتارهای بازیگران تلویزیونی از خود نشان دهند.

اصطلاح مدل در این نظریه، هم شامل شخصیت های نمایش داده شده در تلویزیون می شود و هم رفتار آنان را دربرمی گیرد. این نظریه، تأثیرپذیری افراد از تلویزیون را ظریف و در مواردی فارغ از قصد و نیت مدیران رسانه توضیح می دهد؛ به این معنا که در مواردی ممکن است، بینندگان چیزی را از تلویزیون به عنوان الگو برگزینند که مدیران رسانه قصد الگوسازی آن را نداشته اند.

سازوکار الگوگیری مخاطبان تلویزیون از رفتارهای به نمایش درآمده در آن رسانه، طبق نظریه مدل سازی، چنین بازگو شده است: یک - تماشاگر، رفتار خاصی را از بازیگر رسانه مشاهده می کند. دو- مخاطب رفتار مشاهده شده را درک و حلاجی کرده، خود را در جای بازیگر قرار می دهد. سه - پس از آن، تماشاگر در موقعیت های همسان با موقعیت های نمایش داده شده، شبیه رفتار بازیگر در آن موقعیت عمل می کند. چهار- تکرار رفتارهای مشاهده شده، احساس رضایتمندی تماشاگر را به دنبال دارد و این، مثل شرطی شدن عمل می کند؛ یعنی تماشاگر در مقابل تکرار رفتار نمایش داده شده، رضایت مادی یا معنوی یا هر دو را به دست می آورد. تقویت و ترغیب مثبت، احتمال تکرار آن رفتار را از سوی تماشاگر افزایش می دهد. (ملوین دفلور و دنس، اورت، 1383)

تأثیرات تربیتی مثبت

1- آموزش و یادگیری

تردیدی نیست که کودک از تلویزیون چیزی یاد می‌گیرد. حداقل والدینی که می‌بینند کودکانشان گفتار و رفتار و اسامی را تکرار میکنند و چیزهایی را درخواست می‌کنند که همه آنها را از طریق تلویزیون تجربه کرده‌اند در یادگیری کودک از تلویزیون شکی ندارند. اغلب یادگیری کودک از تلویزیون اتفاقی است. آن شکل از یادگیری است که به هنگام تماشای تلویزیون با هدف سرگرمی صورت می‌گیرد و بیننده بی‌آنکه در پی کسب معلوماتی باشد مطالب یا اطلاعاتی را خود بخود می‌آموزد. در عمل کودک همیشه به منظور سرگرمی از تلویزیون استفاده میکند. بی‌شک کودک به رسانه‌های جمعی به عنوان محل‌هایی برای تفریح آشنا می‌شود تا برایش قصه بگویند او را بخندانند و یا مجری یا بازیگر مورد علاقه اش را نشان بدهند.

مراجعه هدفمند به رسانه‌ها برای کسب اطلاعات مفید، کاری است که عمدتاً در مدارس آموخته می‌شود و کودکان به این منظور بیشتر به رسانه‌های چاپی مراجعه می‌کنند تا رسانه‌های صوتی و تصویری اما فکر مراجعه آگاهانه به تلویزیون در منزل برای کسب اطلاعات رفتاری، نسبتاً غیر معمول است که دیر آموخته می‌شود و به احتمال زیاد به درصد کمی از کودکان منحصر می‌شود که جویندگان فعال واقعیت هستند. اینها افرادی هستند که برای تماشای یک کنفرانس مطبوعاتی یا دیدن یک برنامه آموزشی در مورد چگونگی انجام کاری به تلویزیون مراجعه میکنند به هر حال تعداد این‌گونه افراد در سالهای اولیه تحصیل خیلی کم است. از این رو تردیدی نیست که بیشتر یادگیری کودک از تلویزیون در سنین پایین اغلب باید یادگیری اتفاقی باشد. (ویلبر شرام و همکاران 1377)

1-1- برنامه‌های توسعه مهارت

برنامه‌های صدا و سیما (رسانه ملی ایران) می‌توانند تأثیر قابل توجهی بر توسعه مهارت‌های مختلف کودکان و نوجوانان داشته باشند. این تأثیرات شامل مهارت‌های اجتماعی، شناختی، عاطفی و فرهنگی هستند. برنامه‌های آموزشی به کودک کمک می‌کند تا مهارت‌های جدیدی را یاد بگیرد. به عنوان مثال، برنامه‌های علمی و مستندات طبیعی می‌توانند کنجکاوی کودکان را تحریک کرده و آن‌ها را به سمت یادگیری و اکتشاف سوق دهند.

1-2- زبان آموزی

بسیاری از برنامه‌های تلویزیونی، به خصوص در سنین ابتدایی، به آموزش زبان‌های مختلف و مهارت‌های گفتاری کمک می‌کنند. این برنامه‌ها می‌توانند لغات جدید و جملات را به شکل جذابی معرفی کنند. آنها از طریق شنیدن و تماشای برنامه‌ها، روانشناسی و گرامر زبان را به صورت غیر مستقیم یاد می‌گیرند.

برنامه‌هایی که به ادبیات کودک و نوجوان پرداخته و داستان‌های کلاسیک و معاصر زبان مادری را معرفی می‌کنند، نه تنها باعث افزایش علاقه به زبان مادری می‌شوند، بلکه هویت فرهنگی را نیز تقویت می‌کنند. به عنوان مثال، برنامه‌های داستان‌گویی و شعرخوانی می‌توانند موجب ایجاد علاقه و شناخت بهتر نسبت به ادبیات و زبان مادری شوند.

- خدمات داوطلبانه: تشویق فرزندان به مشارکت در پروژه‌های اجتماعی یا محیط‌زیستی می‌تواند حس مسئولیت‌پذیری و تعامل اجتماعی آن‌ها را تقویت کند.

نتیجه

تحقیق حاضر به بررسی تأثیرات برنامه‌های تلویزیونی بر رفتار و نگرش‌های کودکان و نوجوانان پرداخت. نتایج نشان دادند که تلویزیون به عنوان یک منبع عمده اطلاعات و الگوهای رفتاری، می‌تواند تأثیرات مثبت و منفی عمیقی بر فرزندان داشته باشد. مشاهدات حاکی از آن است که محتوای خشونت‌آمیز در برنامه‌های تلویزیونی می‌تواند به افزایش رفتارهای پرخاشگرانه و کاهش همدلی در کودکان منجر شود. از سویی دیگر، برنامه‌های آموزشی و اجتماعی با موضوعات مناسب می‌توانند مهارت‌های اجتماعی و عاطفی را تقویت کنند. همچنین، زمان تماشای طولانی تلویزیون با مشکلاتی نظیر خواب نامناسب و کاهش فعالیت‌های بدنی مرتبط است. این تحقیق اهمیت توجه به نوع محتوای تلویزیونی و نظارت بر زمان تماشا را برای والدین و مربیان یادآور می‌شود. با توجه به پژوهش‌های پیشین، توصیه می‌شود که والدین ضمن انتخاب برنامه‌های مناسب، زمان تماشای تلویزیون را مدیریت کنند تا از آثار منفی آن جلوگیری کنند. در نهایت، این مقاله تنها به جنبه‌های خاصی از تأثیر تلویزیون بر رفتار کودکان پرداخته و برای تحقیقات آینده نیاز به بررسی دقیق‌تر ارتباطات فرهنگی و اجتماعی و تأثیرات مربوط به آن بر نگرش‌ها و رفتارهای کودکان باقی می‌گذارد. به‌ویژه، مطالعه تأثیرات طولانی‌مدت برنامه‌های تلویزیونی بر نسل‌های آینده موضوعی ارزشمند است که باید مورد توجه بیشتری قرار گیرد. این یافته‌ها نه تنها به والدین و معلمان کمک می‌کند تا تصمیمات بهتری در زمینه مصرف رسانه‌ای فرزندان خود بگیرند، بلکه به پژوهشگران و سیاست‌گذاران نیز اطلاعات ارزشمندی برای تدوین استراتژی‌های آموزشی و فرهنگی به ارمغان می‌آورد. با توجه به روند رو به رشد مصرف رسانه‌ها، لزوم تحقیق و توجه جدی به اثرات آن بر جوانان بیش از پیش احساس می‌شود.

منابع

1. اداره کل پژوهش های اسلامی رسانه، **مجموعه مقالات دومین هم اندیشی سراسری رسانه تلویزیون و سکولاریسم**، نشر صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، مرکز پژوهش های اسلامی، 1387
2. دفلور، ملوین ، اورت ای، دنس، **شناخت ارتباطات جمعی**، مترجم؛ سیروس مرادی و همکاران، نشر دانشکده صدا و سیما، 1391
3. جک لایل، ادوین بی ، ویلبر شرام ، **تلویزیون در زندگی کودکان ما**، انتشارات صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه ای، 1377
4. ساروخانی، باقر، **جامعه شناسی ارتباطات**، نشر اطلاعات، 1372
5. گیدنز، آنتونی ، **جامعه شناسی**، مترجم؛ منوچهر صبوری، نشر نی، 1374
6. هنری ماسن، پاول و کیگان، جروم و هوستون، آلتا کارول و کانجر، جان جین وی، **رشد و شخصیت کودک**، مترجم؛ مهشید یاسایی، نشر مرکز، 1368

7. Tremblay, M. S. , et al. (2010). "Physics of Sedentary Behavior: Time to Act. " *Canadian Journal of Public Health*.

8. Owen, N. , et al. (2010). "Sedentary behavior: A new health hazard. " *Archives of Internal Medicine*.

9. Swinburn, B. A. , et al. (2004). "The introduction of the 'healthier' option in takeaway shops: A novel approach to reducing fast food intake. " *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*.

10. Bauman, A. E. , et al. (2002). "The effectiveness of interventions to change physical activity behaviour. " *Journal of Sports Sciences*

11. Eron, L. D. , Huesmann, L. R. , & Ramm, M. (1972). "Television and Violence: A Longitudinal Study". *Child Development*.

12. Huesmann, L. R. , Moise-Titus, J. , Podolski, C. L. , & Eron, L. D. (2003). "Long-term Effects of Exposure to Violent Media on Aggressive Behavior in Children". *Aggressive Behavior*.

13. Bandura, A. (1977). "Social Learning Theory". *Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall*.
14. Anderson, C. A. , & Dill, K. E. (2000). "Video Games and Aggressive Thoughts, Feelings, and Behavior in the Laboratory and in Life". *Journal of Personality and Social Psychology*.
15. Levine, M. P. , & Murnen, S. K. (2009). "Everybody knows that mass media are/are not [pick one]: A critical review of the evidence for a causal link between media, negative body image, and disordered eating in females". *Journal of Social and Clinical Psychology*.
16. Buijzen, M. , & Valkenburg, P. M. (2003). "The impact of children's advertising on their eating behavior: A meta-analysis". *Health Education & Behavior*.
17. Tiggemann, M. , & Slater, A. (2013). "NetGirls: The Internet, Facebook, and body image concern in adolescent girls". *International Journal of Eating Disorders*.
18. Strasburger, V. C. , & Wilson, B. J. (2002). "Children, Adolescents, and the Media". *SAGE Publications*.
19. Tiggemann, M. , & Slater, A. (2013). "NetGirls: The Internet, Facebook, and body image concern in adolescent girls". *International Journal of Eating Disorders*.
20. Primack, B. A. , et al. (2017). "Association of Social Media Use With Social Isolation Among Young Adults". *American Journal of Preventive Medicine*.
21. Vogel, E. A. , et al. (2014). "Social Comparison, Social Media, and Self Esteem". *Psychology of Popular Media Culture*.
22. Bandura, A. (2001). "Social learning theory: An agentic perspective". *Annual Review of Psychology*.
23. Academy of American Pediatrics (AAP). (2016). "Media Use in School-Aged Children and Adolescents".

24. Anderson, D. R. , & Pempek, T. A. (2005). "Television and very young children". American Psychological Association.