

عنوان مقاله:

تأثیر رسانه های صوتی تصویری بر تغییر تصویر تن نوجوانان

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی علوم رفتاری و مطالعات اجتماعی (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسندگان:

داود خضری - کارشناس ارشد روانشناسی عمومی دانشگاه تبریز

توران صالح زاده - کارشناس روانشناسی عمومی دانشگاه پیام نور سردشت

خلاصه مقاله:

هدف پژوهش حاضر تعیین تأثیر رسانه ها و تبلیغات صوتی تصویری بر تغییر تصویر تن نوجوانان پسر بود. روش این پژوهش به صورت نیمه تجربی بود نمونه پژوهش 120 آزمودنی بودند که از میان دانش آموزان پسر دبیرستانی شهرستان سردشت به صورت تصادفی انتخاب و به صورت جایگزینی تصادفی در 3 گروه آزمایشی (در معرض رسانه تصویری، صوتی، صوتی تصویری) و گروه کنترل گمارده شدند گروه آزمایشی اول در معرض ارائه رسانه تصویری، گروه آزمایشی دوم در معرض رسانه صوتی و گروه آزمایشی سوم در معرض رسانه صوتی تصویری قرار گرفته شدند که محتوای همگی این رسانه ها در مورد تعریف مرد ایده آل در جامعه آرمانی از لحاظ تنه، قد، مو، سروصورت، یا اندام های تحتانی و فوقانی و نگرش کلی آزمودنی نسبت به بدن بود که از انواع رسانه (صوتی، تصویری و چاپی) گردآوری شده بود. قرار گرفته شدند و گروه کنترل در معرض یک محرک خنثی یعنی تصاویری از ماشین ها قرار گرفته شد. و برای جمع آوری داده ها، از پرسشنامه تصویر تن فیشتر استفاده شد. داده های پژوهش با روش کوواریانس تجزیه و تحلیل شدند. نتایج آزمون تحلیل کوواریانس نشان داد که قرار گرفتن در معرض رسانه های صوتی تصویری همزمان تصاویر ایده آل و آرمانی از مردان تصویر بدنی منفی را به طور معنی داری افزایش میدهد. نتیجه گیری: با توجه به یافته های پژوهش میتوان بیان کرد که قرار گرفتن در معرض رسانه ها به صورت عکسها و تمجید و تحریف های شنیداری (صوتی) همزمان از مردان ایده آل موجب تغییر تصویر تن در میان مردان و شکل گیری تصویر بدنی منفی می شود.

کلمات کلیدی:

رسانه ها، تصویر تن، نوجوانان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/421213>

