

تأثیرات رسانه‌های اجتماعی

social media impact

www.ketab.ir

نویسنده:

دکتر سید محمدرضا حسینی علی آباد

مدیرعامل (مدیرمسئول) مؤسسه مطبوعاتی عصر ارتباطات رسانه‌ای

صاحب امتیاز و مدیرمسئول پایگاه خبری کلام قلم

سرشناسه	: حسینی علی آباد، سیدمحمد رضا، ۱۳۷۶
عنوان و نام پدیدآور	: تأثیرات رسانه های اجتماعی = Social media impact / نویسنده سیدمحمد رضا حسینی علی آباد
مشخصات نشر	: تهران: آروین نگار، ۱۴۰۳
مشخصات ظاهری	: ۱۴۰ ص: ۱/۵ × ۱۴/۵ ۲۱/۵ س م
شابک	: ۹۷۸-۶۲۲-۵۷۵۶-۵۱-۹
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
موضوع	: رسانه های اجتماعی - ایران - تأثیر، Social media-Iran-influence، رسانه های اجتماعی - ایران - تأثیر- جنبه های اجتماعی، Social aspects، Social media-Iran-influence-Social aspects
رده بندی کنگره	: HM۱۲۰۶
رده بندی دیویی	: ۳۰۲/۲۳۰۹۵۵
شماره کتابشناسی ملی	: ۹۵۵۷۷۵۴

این اثر مشمول قانون حمایت مؤلفان و مصنفان و هنرمندان مصوب ۱۳۴۸ است. هرکس تمام یا قسمتی از این اثر را بدون اجازه (ناشر) نشر یا پخش یا عرضه کند مورد پیگرد قانونی قرار خواهد گرفت.



تلفن: ۶۶۴۱۸۵۱۲

همراه: ۰۹۳۹۱۲۴۱۶۱۹

عنوان کتاب	 تأثیرات رسانه های اجتماعی
مؤلف	 دکتر سیدمحمد رضا حسینی علی آباد
ناشر	 انتشارات آروین نگار
مدیر فنی و ناظر چاپ	 محرمعلی قاصدی
شابک	 ۹۷۸-۶۲۲-۵۷۵۶-۵۱-۹
طراح جلد	 علی ذوالفقاری
نوبت و سال چاپ	 اول / ۱۴۰۳
تیراژ	 ۲۰ نسخه
قیمت	 ۳۰۰۰۰ تومان

مرکز پخش: فروشگاه اینترنتی کتاب آرتین www.artinbook.ir

فروشگاه اینترنتی گنبد نیلگون آسمان www.gnapub.ir

تلفن: ۰۹۱۲۳۱۶۱۹۰۹ - ۶۶۴۸۱۸۷۰

پست الکترونیکی arvinnegarpub@gmail.com

کلیه حقوق این کتاب برای آروین نگار محفوظ است.

فهرست مطالب

۷	پیشگفتار
۸	مقدمه
۱۰	تعریف رسانه
۱۰	مهم‌ترین انواع رسانه
۱۰	رسانه‌های شنیداری
۱۱	رسانه‌های دیداری
۱۱	رسانه‌های جمعی
۱۲	اهمیت کاربرد رسانه‌ها
۱۳	کارکرد رسانه ارتباط جمعی
۱۳	نقش خبری (کارکرد نظارتی)
۱۴	تشریح کارکرد رسانه جمعی
۱۴	کارکرد نظارتی رسانه ارتباط جمعی
۱۵	کارکرد آموزشی یا انتقال فرهنگ
۱۶	کارکرد سرگرم‌سازی و پرکردن اوقات فراغت
۱۶	کارکرد نوگرایی و توسعه
۱۷	کارکرد همگن‌سازی رسانه ارتباط جمعی
۱۸	کارکرد بحران‌زدایی رسانه ارتباط جمعی
۱۸	کارکرد آگاه‌سازی رسانه ارتباط جمعی
۱۹	اهمیت شبکه‌های اجتماعی (۷ تاثیر آن بر بهبود زندگی)
۱۹	۱- افزایش آگاهی مدنی
۲۰	۲- عدالت اجتماعی
۲۰	۳- بازاریابی پیشرفته کسب و کار
۲۱	۴- مدیریت بحران
۲۱	۵- مراقبت‌های بهداشتی آنلاین
۲۲	۶- دریافت بازخورد فوری از مشتری
۲۲	۷- احساس فوریت و نیاز به اشتراک‌گذاری
۲۳	تاثیر شبکه‌های مجازی بر افکار عمومی
۲۳	افکار عمومی چیست؟
۲۳	عوامل موثر در شکل‌گیری افکار عمومی
۲۴	شبکه‌های مجازی چگونه بر افکار عمومی تاثیر می‌گذارد؟
۲۶	پاسخ به سوالات رایج
۲۷	شبکه‌های اجتماعی معروف کدامند؟
۲۹	شبکه‌های اجتماعی چه خطراتی دارند؟

۲۹.....	وظایف رسانه‌های اجتماعی چیست؟
۳۰.....	اثرات مثبت رسانه‌های اجتماعی
۳۰.....	خلاصه‌ای از اثرات مثبت رسانه‌های اجتماعی
۳۱.....	۱. ایجاد روابط و در ارتباط ماندن
۳۲.....	۲. پیدا کردن راهی برای صدای شما
۳۲.....	۳. نشان دادن همدلی و مهربانی
۳۲.....	۴. ارائه پشتیبانی
۳۲.....	۵. ارتباط بهتری از اثرات مثبت رسانه‌های اجتماعی
۳۳.....	۶. انتشار اخبار
۳۳.....	۷. ایجاد یک کسب و کار
۳۴.....	۸. ایجاد مرجع و اثرات مثبت رسانه‌های اجتماعی
۳۴.....	۹. ایجاد ترافیک به وب سایت شما
۳۴.....	۱۰. افزایش تجربه مشتری
۳۴.....	۱۱. یادگیری و آموزش و اثرات مثبت رسانه‌های اجتماعی
۳۵.....	۱۲. ایجاد انگیزه در جوانان
۳۵.....	۱۳. خلاقیت
۳۶.....	اثرات منفی شبکه‌های اجتماعی
۳۶.....	تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر رفتار
۳۷.....	نقض حریم خصوصی افراد
۳۸.....	انزوا و دور ماندن از محیط‌های واقعی اجتماع
۳۹.....	خطر ابتلا به افسردگی را افزایش می‌دهد
۳۹.....	چرا شبکه‌های اجتماعی می‌توانند باعث افسردگی شوند
۴۱.....	منزوی کردن اجتماعی و سایر احساسات منفی
۴۱.....	چرا باید این را جدی بگیریم
۴۱.....	مشاوره درباره استفاده از رسانه‌های اجتماعی
۴۲.....	داشتن رابطه ناسالم با رسانه‌های اجتماعی
۴۳.....	۴ تأثیر خوب و بد شبکه‌های اجتماعی بر خانواده
۴۴.....	آسیب شناسی روانی تأثیر شبکه‌های اجتماعی از بعدی دیگر
۴۴.....	برخی ابهامات:
۴۶.....	تأثیر شبکه اجتماعی بر سبک زندگی و اهمیت آن در آینده
۴۶.....	تأثیر شبکه اجتماعی بر سبک زندگی
۴۸.....	تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر تجارت
۴۹.....	نظارت بر رقبا
۴۹.....	شبکه‌های اجتماعی بستر بازاریابی دهان‌به‌دهان می‌شود
۵۰.....	تأثیر شبکه اجتماعی در افزایش فروش

تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر رفتار نسل هزاره و تعاملات اجتماعی.....	۵۱
تأثیر اجتماعی در رسانه‌های اجتماعی برای غلبه بر اخبار جعلی در سلامت.....	۵۱
۱.۱. تأثیر اخبار جعلی بر سلامت عمومی.....	۵۲
۱.۲. انتشار اخبار جعلی در مورد سلامت در رسانه‌های اجتماعی.....	۵۴
۱.۲.۱. زمینه‌ای که اخبار جعلی در آن منتشر می‌شود.....	۵۴
۱.۲.۲. اخبار جعلی، سلامت و رسانه‌های اجتماعی.....	۵۶
۱.۳. شناسایی تعاملات رسانه‌های اجتماعی به عنوان کلیدی برای انتشار یا مبارزه با اخبار جعلی مرتبط با سلامت.....	۵۸
۱.۴. مبارزه با اخبار جعلی در شبکه‌های اجتماعی.....	۵۹
تأثیر استفاده از رسانه‌های اجتماعی بر فراگیری زبان دوم.....	۶۴
تأثیر رسانه‌های جهانی بر هویت فرهنگی جوانان.....	۶۵
جهانی شدن.....	۶۷
هویت.....	۶۸
نظریه جامعه‌شناسان معاصر.....	۶۹
جنگینز؛.....	۷۰
گیدنز؛.....	۷۲
کاستلز؛.....	۷۳
نظریه جامعه‌شناسان پست‌مدرن.....	۷۴
وضعیت اینترنت در جهان.....	۷۵
اینترنت و قاره‌ها.....	۷۷
آمار سایت‌های اینترنتی.....	۷۸
اینترنت و کسب و کارهای آنلاین.....	۷۸
ایران و کسب و کارهای اینترنتی.....	۷۹
آمارهایی از دیجی کالا.....	۷۹
تأثیر رسانه‌های جهانی بر هویت فرهنگی جوانان.....	۸۰
چهارچوب نظری و مدل مفهومی؛.....	۸۱
تأثیر دو گانه رسانه‌ها بر نگرش جوانان به آسیب‌های اجتماعی.....	۸۴
تأثیر رسانه‌های اجتماعی در تقویت مدیریت دانش.....	۸۵
رسانه‌های اجتماعی، آموزش و مدیریت دانش.....	۸۸
ارتباط رسانه و سرمایه اجتماعی.....	۱۰۰
تأثیر استفاده از رسانه‌های اجتماعی بر تعامل اجتماعی در جامعه معاصر.....	۱۰۰
جنبه‌های مثبت تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سلامت روان.....	۱۰۴
علائمی از تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سلامت روحی و روانی.....	۱۱۳
چگونگی بهبود تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سلامت روان.....	۱۱۴
تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سلامت روانی دانش‌آموزان.....	۱۱۶

وظایف والدین برای محافظت از فرزندشان در مقابل رسانه‌های اجتماعی.....	۱۱۷
توصیه پایانی.....	۱۱۸
تاثیر رسانه‌های اجتماعی بر رشد و تولید.....	۱۱۸
رسانه و فرهنگ.....	۱۲۰
ارتقاء رسانه در ایران.....	۱۲۱
۱. بهبود کیفیت مدیریت رسانه.....	۱۲۱
۲. تحقیق و پژوهش برای تولید.....	۱۲۲
۳. ایجاد گفت‌وگو حول شعار «جهش تولید».....	۱۲۳
۴. تجسم بخشیدن به ایده «جهش تولید».....	۱۲۴
نفوذ انواع رسانه در بین مردم.....	۱۲۶
استقلال، عزت و اقتدار ملی، بر عهده رسانه.....	۱۲۷
امید به آینده از طریق رسانه‌ها.....	۱۲۸
آثار و نتایج مخرب قاچاق کالا بر روند تولید داخلی.....	۱۳۰
نقش رسانه در اصلاح الگوی مصرف.....	۱۳۲
نقش رسانه در فرهنگ سازی مصرف کالای داخلی.....	۱۳۲
نقش رسانه در ارزش سازی.....	۱۳۳
اهمیت فرهنگ سازی تدریجی توسط رسانه.....	۱۳۵
منابع و مآخذها.....	۱۳۸

پیشگفتار

امروزه شبکه‌های اجتماعی، بخش مهمی از جامعه مدرن را تشکیل می‌دهند. شبکه‌های اجتماعی، نقش پر رنگی در دنیای امروز دارند که نمی‌توان آن‌ها را نادیده گرفت. تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر ابعاد مختلف زندگی فردی و اجتماعی افراد و در سطح کشورها و حتی بین‌الملل، قابل مشاهده است و به همین دلیل، در حال گسترش هستند و در آینده، به مراتب نقش بیشتر و مهم‌تری را در زندگی بازی خواهند کرد.

با پیشرفت فناوری و گسترش روزافزون رسانه‌های اجتماعی، نحوه برقراری و حفظ روابط انسانی در جامعه تحت تأثیر فراوانی قرار گرفته است. انتشار اطلاعات شخصی در فضای عمومی می‌تواند به کاهش اعتماد و صداقت و استفاده ناشایست از رسانه‌های اجتماعی ممکن است به بروز کنش‌های آنتی اجتماعی و بحران‌های روانی در افراد منجر شود. در این کتاب، تأثیرات رسانه‌های اجتماعی بر جوانان، خانواده‌ها، روابط عاطفی و روابط کاری، سلامت روان، اقتصاد و تعاملات اجتماعی و رشد و تولید بررسی می‌شود.

امید است این کتاب گامی باشد برای توجه بیشتر به تأثیرات دوگانه (مثبت و منفی) رسانه‌های اجتماعی، تا در راستای با استفاده از فرصت‌ها و کاهش تهدیدهای این ابزار ارتباطی رو به گسترش و تحول؛ اندیشمندان و سیاست‌گذاران دست در دست هم راهگشا باشند برای زندگی توام با آرامش در کنار رسانه‌های اجتماعی برای تمامی اقشار جامعه.

از دانشجویان، اساتید و پژوهشگران نیز می‌خواهیم تا ضمن مطالعه دقیق این اثر نظرات خود را از طریق پست الکترونیک: dr.hosseinialibad@gmail.com برای ما به اشتراک بگذارند.

با احترام

دکتر سید محمدرضا حسینی علی آباد

مقدمه

شبکه‌های اجتماعی راه‌های ارتباطی راحت تری برای ما فراهم کرده اند. از طریق این شبکه‌ها مکالمات سریعتر شده و اطلاعات به راحتی منتقل می‌شوند. ارتباطات آنلاین نه فقط برای روابط شخصی مزیت دارند بلکه کانال‌ها و گروه‌های موجود در رسانه‌های اجتماعی باعث رونق بخشی به کسب و کارها و مشاغل مختلف نیز می‌شوند.

شبکه‌های اجتماعی ابزارهایی هستند که توسط مردم سراسر جهان استفاده می‌شوند. هدف اصلی شبکه‌های اجتماعی ترویج و حمایت از ارتباطات در نقاط مختلف دنیاست. با این حال، ممکن است این تکنولوژی با آسیب‌هایی نیز همراه باشد. این شبکه‌ها نه تنها شیوهی ارتباطات و نحوه‌ی تعاملات را تغییر داد، بلکه موجب تغییرات در چگونگی همکاری‌ها نیز شده است. افزایش شبکه‌های اجتماعی جایگزینی برای تعاملات شخصی نسل‌های آینده شده است. چنانچه اثرات شبکه‌های اجتماعی به خوبی درک نشوند، تعاملات سنتی همچنان در معرض خطر خواهند بود. شبکه‌های اجتماعی در جامعه به طور ساده تأثیراتی دارند. از جمله‌ی این تأثیرات می‌توان به ارتباطات، بیان، انزوا، دوستی و حتی احساس بیشتر انسانیت اشاره کرد. علاوه بر این بسیاری دیگر از تأثیرات شبکه‌های اجتماعی در طول دوران‌های مختلف سنی و تحصیلی در حال نمود یافتن است، این نمود در سطوح مختلف، مورد استفاده‌ی نسل‌های مختلف با شیوه‌های متفاوت قرار خواهد گرفت، بنابراین لزوم مطالعه‌ی مداوم روی این رسانه همواره به چشم می‌خورد. یکی از نمونه‌های بارز و شفاف انسانیت و ابزار شبکه‌های اجتماعی در کمک به آن، کمک‌ها و محیط‌های فوق العاده‌ای است که شبکه‌های اجتماعی مختلف در بلایای طبیعی و غیرطبیعی انجام می‌دهند. نقش پررنگ این شبکه‌ها در مخاطرات بزرگ و کوچک انسان‌ها و نمایش مشکلات آن‌ها می‌تواند موجب نزدیک‌تر شدن قلب‌ها در کمترین زمان شود. یکی از شناخته شده‌ترین و نزدیک‌ترین حوادث زلزله در کشورمان که قلب بسیاری از مردم را همراه مردم کرمانشاه لرزاند، این واقعه‌ی دردناک بود. در این

میان مردم از سراسر ایران بلافاصله پس از حادثه و پس از آن در سراسر دنیا با کمک‌های گوناگون خود، به یاری مردم شتافتند. یکی از سوالاتی که می‌توان مطرح کرد، این است که شبکه‌های اجتماعی چگونه و در چه زمانی به عنوان رسانه، رسالت خود را انجام دادند؟ تأثیرگذاری شبکه‌های اجتماعی در این قبیل حوادث از چه دیدگاه‌هایی قابل بررسی و ارزیابی است؟ تداوم این قبیل کمک‌ها چگونه می‌تواند توسط شبکه‌های اجتماعی و مردم پیگیری شود؟

شاید بتوان گفت تصاویر منتشر شده و اخبار مختلف لحظه به لحظه در این شبکه‌ها و دست به دست شدن آن بین مردم، خیلی سریع و در کمتر از چند ساعت کل ایران را از این واقعه‌ی تلخ باخبر کرد. تأثیر رسانه‌ای شبکه‌های اجتماعی در این حادثه، قدرت بسیار زیاد آن در انتقال احساسات و تعاریف مختلف انسانیت را معنا کرد.

کمک‌های مردمی و حجم انبوه انتقال این کمک‌ها در روزهای ابتدایی از سراسر ایران و حتی جهان به این منطقه مشاهده شد. این تأثیرها چیزی جز خدمت شبکه‌های اجتماعی در کمک به زلزله‌زدگان دردمند کرمانشاه نبود. بنابراین شبکه‌های اجتماعی می‌توانند به طور مؤثر در جامعه بکار گرفته شوند و شیوه‌ی ارتباطات را به طور کلی تغییر دهند. بسیاری از شبکه‌های اجتماعی تنها برای کمک به ارتباط افراد ایجاد شدند. دلایل بسیار زیادی برای بکارگیری این فناوری وجود دارد اما اولویت اول ایجاد و استفاده از آن، ارتباط است. بسیاری از مردم از این شبکه‌ها برای صحبت با دوستان خود در سایر شهرها و کشورها استفاده می‌کنند. در بسیاری از موقعیت‌ها امکان استفاده از تلفن وجود ندارد. علاوه بر ارتباط با دوستان، امکان ایجاد ارتباطات جدید نیز برای شما فراهم است. این شیوه موجب گسترش حلقه‌های اجتماعی می‌شود. این شبکه‌ها، راه‌های مدرنی برای پیدا کردن دوستان جدید معرفی کردند. با این حال ارتباطات استاندارد، تنها دلیل استفاده از این فناوری اجتماعی نیست.

شبکه‌های اجتماعی در جوامع مختلف تأثیرات متفاوت و اثرات مثبتی دارند. امکاناتی که این مجموعه‌ها برای نزدیک شدن ارتباطات در بین افراد و صنف‌های مختلف قرار می‌دهد، موجب انسجام و اتحاد بیشتر خواهد شد. البته

همین مسأله چنانچه به خوبی ارزیابی نشود، اثرات منفی زیادی روی ارتباطات خواهد داشت. اطلاع رسانی به شیوه‌ی شبکه‌های اجتماعی همواره اثرات شگفت‌انگیزی داشته است. بسیاری از اتفاقات مثبت و منفی و افشای اطلاعاتی یک موضوع، موجب رشد یک جامعه شده‌اند. علاوه بر این آگاهی عمومی از موضوعات مختلف و اطلاعات روز دنیا از طریق شبکه‌های اجتماعی، موجب آسان‌تر شدن شیوه‌ی زندگی شده است.

تعریف رسانه

تعریف کلی رسانه‌های جمعی را می‌توان به رسانه‌هایی اطلاق کرد که در یک زمان مشخص یک پیام مشخص را برای تعداد زیادی از مخاطبین ارسال می‌کنند.

رسانه در لغت به معنای ابزاری جهت تغییر ماهیت پیام به علامت است که مناسب برای ارسال از یک راه یا کانال ارتباطی باشد.

رسانه در اصطلاح به معنی ابزاری برای برقراری ارتباط به وسیله آن تعریف می‌شود.

در تعریف عامه، رسانه وسیله‌ای است که به عموم مردم اطلاع رسانی می‌کند.

با این تعاریف هر چیزی که توانایی انتقال پیام از یک سو به سمت مخاطب موردنظر را داشته باشد، می‌تواند به عنوان رسانه نام برده شود.

مهم‌ترین انواع رسانه

برای بررسی کارکرد رسانه ارتباط جمعی ابتدا باید به انواع رسانه‌ها بپردازیم. از جمله مهم‌ترین رسانه‌ها در زمینه‌های مختلف سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و در جهت ترویج فرهنگ و الگودهی افکار عمومی و بررسی تأثیر سایر رسانه‌ها عبارتند از:

رسانه‌های شنیداری

این نوع رسانه‌ها شامل رادیو، تلفن و پادکست‌های صوتی است.

امروزه به نظر می‌رسد نقش رادیو در جهت دهی به افکار عمومی و تقابل رسانه‌ای بین افراد در زمینه‌های سیاسی و اجتماعی کمرنگ باشد. این در حالی است که پادکست‌های صوتی از همه جهت مورد استقبال قرار گرفته‌اند. این پادکست‌ها نقش بسزایی در تغییر نگرش، آموزش و یادگیری افراد دارند.

رسانه‌های دیداری

دیگر نوع رسانه شامل رسانه‌هایی است که علاوه بر صوت شامل تصاویر یا فقط متشکل از تصاویر است.

از جمله آن‌ها:

اینترنت

تلویزیون و ماهواره

سینما و فیلم

بروشورهای مصور

کتاب و مجلات

نمودارها و نقشه‌ها

پوسترها

کاریکاتورها

روزنامه‌ها

را می‌توان نام برد.

رسانه‌های جمعی

وسایل ارتباط جمعی به تمام ابزارهای غیرشخصی ارتباط گفته می‌شود که به وسیله آن، پیام‌های دیداری و یا شنیداری به طور مستقیم به مخاطبان انتقال می‌یابند. تلویزیون، رادیو، سینما، اینترنت، ماهواره و مجلات، روزنامه‌ها و... در زمره وسایل ارتباط جمعی محسوب می‌شوند. افراد باید برای زندگی جمعی از اهداف، مقاصد، آگاهی‌ها و همچنین از تفکر و برداشت دیگران مطلع گردند تا

به ارائه واکنشی در برابر آنان قادر گردند همچنین آگاه‌سازی جامعه و آموزش همگانی و توسعه مشارکت در پرتو رشد و شتاب روزافزون وسایل ارتباط جمعی اهمیت فراوان دارد و نقش اطلاع‌رسانی به مردم و بالا بردن فهم و شعور سیاسی جامعه از اهم وظایف وسایل ارتباط جمعی است (معمدنژاد، ۱۳۸۵: ۱۰۹). وسایل ارتباط جمعی در دوران کنونی بخشی جدایی‌ناپذیر از زندگی مردم شده‌اند. مردم در طول شبانه روز از محتواهای اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و آموزشی و سرگرمی وسایل ارتباط جمعی استفاده می‌کنند. نسل کنونی جامعه از ابتدای حیاتش با وسایل ارتباط جمعی بزرگ می‌شود و در دنیای اطلاعاتی و ارتباطی امروز، این نسل، بخش عظیم فرهنگ، ارزش‌ها و هنجارهای جامعه خود و دیگر جوامع را از وسایل ارتباط جمعی دریافت می‌کند. به عبارتی در دوران معاصر که به عصر اطلاعات و جامعه اطلاعاتی و ارتباطی معروف است، بخش عظیمی از جامعه-پذیری نسل‌ها از طریق وسایل ارتباط جمعی انجام می‌شود و نفوذ و تأثیر وسایل ارتباط جمعی تا جایی است که برخی از نظریه پردازان ارتباطی-براین باورند که وسایل ارتباط جمعی اولویت ذهنی و حتی رفتاری ما را تعیین می‌کنند و اگر چگونه فکر کردن را به ما یاد ندهند، اینکه به چه چیزی فکر کنیم را به ما می‌آموزند (دادگرا، ۱۳۸۵: ۱۲۶). بی-گمان در مورد همه مسائل جهان، بزرگترین رسالت اطلاع‌رسانی بر دوش وسایل ارتباط جمعی است. امروزه وسایل ارتباط جمعی با گسترش مرزهای جغرافیایی، فرهنگی و سیاسی، هویت انسان معاصر را نیز تحت تأثیر قرار داده‌اند، به طوری که می‌توان هویت انسان مدرن را هویت رسانه‌ای شده نام گذاشت. افزایش نقش وسایل نوین ارتباط جمعی در بخش‌های مختلف زندگی بشری سبب شده است از آنها در تحولات گوناگون استفاده شود و نقش وسایل ارتباط جمعی در آگاهی، هموار سازی و گسترش بحرانها برجسته گردد.

اهمیت کاربرد رسانه‌ها

اهمیت رسانه‌ها در زندگی اجتماعی عبارتند از:
 شکل‌دهی تجارب یادگیری دست اول و یا نزدیک به آن

ایجاد انگیزه یادگیری و کمک به تداوم آن

صرفه‌جویی در زمان آموزش

ارتباط آسان‌تر و تفهیم بهتر

شکل‌دهی یادگیری سریع‌تر، عمیق‌تر و پایدارتر

شکل‌دهی تجارب یادگیری ناممکن

کارکرد رسانه ارتباط جمعی

تحقیقات زیادی درباره کارکرد رسانه ارتباط جمعی انجام یافته و کارکردهای متفاوتی برای رسانه‌ها بیان کرده‌اند.

از جمله این اشخاص هارولد لاسول و چارلز رایت، دو پژوهشگری هستند که درباره کارکرد رسانه‌ها تلاش فراوانی کرده‌اند. برحسب اعتقاد آنها رسانه‌ها دارای چندین کارکرد متفاوت هستند از جمله:

نقش خبری (کارکرد نظارتی)

نقش ارشادی یا راهنمایی (ایجاد همستگی اجتماعی در واکنش به محیط)

نقش آموزشی (انتقال میراث فرهنگی)

نقش تفریحی (سرگرمی و پر کردن اوقات فراغت)

باید توجه کرد که علاوه بر موارد مطرح شده در خصوص کارکرد رسانه ارتباط جمعی می‌توان کارکرد رسانه‌ها را در این دنیای شبکه‌ای شده فراتر از این موارد مطرح کرد.

زیرا با گسترش روزافزون فناوری و تشکیل یافتن جامعه مدرن اطلاعاتی، نقش رسانه‌ها پررنگ‌تر شده و رقابتی شدید بین رسانه به وجود آمده است.

البته گفتنی است که وظیفه و سیاست کاری هر رسانه با سایر رسانه‌ها متفاوت است.

بنابراین با توجه به مطالب گفته شده، اصلی‌ترین کارکرد رسانه ارتباط جمعی مطابق با مأموریت موجود رسانه تعریف خواهد شد.

البته این موضوع به این مفهوم نیست که کارکرد رسانه‌های جمعی کاملاً متفاوت باهم باشد.