

عنوان مقاله:

تأثیر تلویزیون بر مدگرایی بر اساس نظریه کاشت موردی دانشجویان دانشگاه بین المللی امام خمینی(ره)

محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی علوم مدیریت نوین و برنامه ریزی فرهنگی اجتماعی ایران (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

محمد مهدی مظفری - استادیار دانشگاه بین المللی امام خمینی(ره)

کاظم اکبری - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت صنعتی دانشگاه بین المللی امام خمینی(ره)

خلاصه مقاله:

بی تردید با وقوع انقلاب صنعتی در غرب و گسترش پیامدهای اقتصاد سرمایه داری در جوامع غربی و به دنبال آن تغییرات سریع و گسترده در عرصه های سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی چهره جهان به طرز چشمگیری دگرگون شد. در این میان با به میدان آمدن رسانه های و از همه مهمتر تلویزیون، تأثیر بسزایی در تغییر رفتار و ظاهر جامعه داشته است. تلویزیون به عنوان رسانهای جمعیمیتواند همانند مرکز قدرتمند فرهنگی، نظام خویشاوندی، آداب و رسوم، ارزشهای اجتماعی و اخلاقی، زبان، هنر و ادبیات را که زیر بنای هویت جامعه محسوب میشوند، تحت تأثیر مثبت و منفی قرار دهد و با بهره گیری از فنون ارتباطی بر ایدههای فرهنگی و نگرشهای مردم تأثیر گذارد. این مقاله به بررسی میزان تأثیر تلویزیون بر مدگرایی بر اساس نظریه کاشت پرداخته است و میزان تاثیر عواملی چون ارزش های اجتماعی، سیاست، فرهنگی، تاریخی، جامعه، نوع نگاه به رسانه، تهیه کنندگان و برنامه سازان را از نظر دانشجویان بررسی کرده و تأثیر پذیری این عوامل را از تلویزیون را مشخص کرده است

کلمات کلیدی:

تلویزیون، مدگرایی، نظریه کاشت، جریان ها فرهنگی، ارزشهای اجتماعی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/410625>

