

عنوان مقاله:

رسانه و فرهنگ سازی

محل انتشار:

فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، دوره 2، شماره 8 (سال: 1388)

تعداد صفحات اصل مقاله: 30

نویسنده:

محمد رضا دهشیری - استادیار علوم سیاسی دانشکده روابط بین الملل وزارت امور خارجه

خلاصه مقاله:

این مقاله به منظور بررسی تأثیرات رسانه بر فرهنگ سازی، ابتدا به تبیین لایه های شش گانه فرهنگ شامل: باورها، ارزش ها و همجاریها (به عنوان هسته فرهنگ) و نمادها و اسطوره ها، آیین ها و آداب و رسوم، و فناوری ها، مهارت ها و نوآوری ها (به عنوان پوسته فرهنگ) می پردازد. سپس با واکاوی مفهومی فرهنگ سازی مشتمل بر فرهنگ پذیری (به معنای تأثیر گذاری بر هسته و پوسته فرهنگ) و فرهنگ گرایی (به معنای تأثیرگذاری بر پوسته فرهنگ) و با بهره گیری از نظریه های ارتباطی، به تجزیه و تحلیل تأثیرات فرهنگی رسانه ها در عرصه های اندیشه پردازی، ارزش گذاری، هنجار سازی، نمادسازی، جامعه پذیری، الگوسازی و نوآوری رفتاری مبادرت می ورزد و این فرضیه را مورد آزمون قرار می دهد که رسانه ها در عرصه هسته فرهنگ از توان تعلیمی و تثبیتی در زمینه فرهنگ پذیری برخوردارند و در مورد پوسته فرهنگ دارای توان تغییر رفتارها و الگوهای اجتماعی در جهت فرهنگ گرایی هستند. نگارنده در پایان، استلزامات چشم انداز مثبت فعالیت های رسانه ای در عرصه فرهنگ سازی را خاطرنشان می سازد.

کلمات کلیدی:

آیین، ارتباطات، ارزش، باور، جامعه پذیری، رسانه، فرهنگ پذیری، فرهنگ سازی، فرهنگ گرایی، نماد هنجار

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/541658>

