

عنوان مقاله:

توصیف فضای اجتماعی شهری ایران با تاکید بر تقلید فرهنگی شهرنشینان ایرانی

محل انتشار:

فصلنامه جامعه، فرهنگ و رسانه، دوره 8، شماره 32 (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 26

نویسنده:

احمد امین فرد - عضو باشگاه پژوهشگران جوان و نخبگان دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی

خلاصه مقاله:

بر اساس گزارش مرکز آمار ایران نتایج سرشماری نفوس و مسکن در سال ۱۳۹۵، ۷۴ درصد جمعیت ایران در شهرها زندگی میکنند. در فضای شهری ایران امروز، که در عصر ارتباطات و انفجار اطلاعات قرار داریم شهروندان ایرانی در معرض انواع محصولات فرهنگی-رسانهای چه از طریق مصرف محصولات و کالاهای فرهنگی-رسانهای تولید داخل و چه تولید خارج از کشور از طریق بازار کالاهای فرهنگی و همچنین محصولات رسانهای از طریق رسانه ملی و شبکههای مختلف ماهواره‌ای و شبکه جهانی اینترنت در فضای حقیقی و مجازی قرار دارند. هدف این تحقیق، توصیف فضای موجود تقلید فرهنگی شهرنشینان ایرانی در فضای اجتماعی شهری ایران است. این تحقیق با استفاده از روش مصاحبه عمیق و کتابخانه‌های اسنادی، انجام شد. برای دستیابی به اهداف تحقیق از نظرات خبرگان در این حوزه در دو پل اساتید علوم ارتباطات و جامعه-شناسی کمک گرفته شد. در این تحقیق فضای اجتماعی شهری ۳ مجموعه شهری از جمله کلانشهرها، شهرهای مراکز استانهای مختلف و مجموعه شهرهای دیگر کشور مورد بررسی قرار گرفتند. نتیجه این تحقیق مراحل پنجگانه تقلید فرهنگی شهرنشینان ایرانی فرهنگ مصرفی غربی در فضای اجتماعی شهری ایران بازتولید میشود.

کلمات کلیدی:

تقلید فرهنگی، فرهنگ مصرفی، محصولات فرهنگی رسانه ای، ایران

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1186759>

