

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر رسانه های جمعی بر سبک زندگی و الگوی مصرف شهروندان

محل انتشار:

هفتمین کنفرانس بین المللی دانش و فناوری علوم تربیتی مطالعات اجتماعی و روانشناسی ایران (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 23

نویسندگان:

مرضیه شهریاری - استادیار گروه علوم اجتماعی، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران

حسین ملتفت - استادیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران

خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر با روش تحلیلی نظری و براساس دیدگاه های مختلف مطالعات فرهنگی و رسانه ای با اشاره به گسترش فناوری های ارتباطی و افزایش نفوذ رسانه های جمعی در ابعاد گوناگون زندگی، به ویژه نقش آنها در شکل گیری و هدایت پدیده های مهم فرهنگی و اجتماعی مانند سبک های جدید زندگی و الگوهای مصرفی، به ساز و کارهای تاثیرگذاری رسانه ها بر رفتارهای مخاطبان پرداخته و با تاکید بر اثرات متقابل فرهنگ و اقتصاد و معرفی الگوی مصرف به عنوان موضوعی دارای وجوه فرهنگی و اقتصادی صورت گرفته است. وضعیت ناهنجار مصرف رسانه و اثرات آن در مجموعه از رفتار، عادات و عقاید و ارزش های مردم به نفوذ فناوری های ارتباطی در ابعاد گوناگون زندگی، بویژه نقش آنها در شکل گیری و هدایت پدیده های فرهنگی و اجتماعی مانند سبک های جدید زندگی و همچنین رویکردهای رسانه در الگوسازی اقتصادی و فرهنگی و تعدیل رفتارهای اقتصادی ارتباط دارد. بر این اساس، راهکارهای مانند آشنا کردن مخاطبان با پیامدهای مصرف زدگی، تبیین معارف دینی و ارائه الگوهای انسانی و راهکارهای علمی و دقیق توسط رسانه ها از جمله پیشنهادهای ارائه شده برای تقویت نقش رسانه در زمینه ی الگوسازی و سبک زندگی است.

کلمات کلیدی:

رسانه های جمعی، سبک زندگی، الگوی مصرف، اصلاح الگوی مصرف

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1237483>

