

## عنوان مقاله:

ارائه الگوی آگاه سازی مخاطب برای برون رفت از فریب کاری رسانه (مبتنی بر محیط خانواده)

## محل انتشار:

فصلنامه مطالعات اخلاق کاربردی، دوره 18، شماره 45 (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 28

## نویسندگان:

حسین سلطانیان - گروه علوم ارتباطات، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد خوراسگان، خوراسگان، ایران

فائزه تقی پور - عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اصفهان (خوراسگان)

حمیدرضا پیکری - عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی خوراسگان؛ خوراسگان، ایران

## خلاصه مقاله:

هدف این پژوهش، ارائه الگوی آگاه سازی مخاطب برای برون رفت از فریب کاری رسانه مبتنی بر محیط خانواده است. در عصر ارتباطات، دستیابی به مخاطبان و آگاه سازی مخاطب و اثرگذاری بر آنان، از اهداف دست اندرکاران رسانه‌های مختلف است. یکی از مهم ترین عناصر ارتباط با مخاطب، اثری است که رسانه بر او می‌گذارد. با نگاهی به پیشینه تحقیق درباره اثرگذاری رسانه ها و آگاه سازی مخاطب، به ویژه در محیط خانواده، برای برون رفت از فریب کاری رسانه می توان دریافت که اثرگذاری رسانه ها بر مخاطب همواره مورد توجه گردانندگان آن ها، اندیشمندان حوزه مطالعات رسانه ای و دولت بوده است. در واقع، متصدیان و متولیان رسانه ها همواره این پرسش را مطرح می کنند که آیا رسانه ها می توانند تأثیری بر مخاطبان خود به ویژه در حوزه خانواده داشته باشند و آیا می توانند آن ها را در رسیدن به اهدافشان یاری کنند؟ روش تحقیق، کتابخانه ای و اسنادی و ابزار گردآوری اطلاعات، یادداشت برداری است. برای گردآوری اطلاعات، کتاب های نظری درباره رسانه و مطالعات انتقادی، مقالات علمی پژوهشی، تخصصی و ترجمه متون تخصصی بررسی و واکاوی شد. آنگاه با توجه به موضوع مقاله حاضر، زمینه ها و عوامل فریب کاری در رسانه، تحلیل و راه های برون رفت از آن، شناسایی شد. همچنین، اثرگذاری رسانه ها بر آگاه سازی مخاطب بررسی گردید.

## کلمات کلیدی:

رسانه، فریب کاری، برون رفت از فریب کاری، خانواده، سواد رسانه ای

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1544788>

