

عنوان مقاله:

تحلیل نحوه بازنمایی غذا در برنامه های تغذیه ای تلویزیون داخلی

محل انتشار:

فصلنامه مطالعات فرهنگ ارتباطات، دوره 23، شماره 60 (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 42

نویسندگان:

غزاله حسینیان - دانشجوی دکترا مدیریت رسانه، گروه مدیریت رسانه، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب، تهران، ایران. ghazaleh.hasanian@gmail.com

سیدمحسن بنی هاشمی - استادیار گروه مدیریت رسانه، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب، تهران، ایران. smohsenb@yahoo.com (نویسنده مسئول)

عبدالرضا سبحانی - استادیار گروه مدیریت رسانه، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب، تهران، ایران. sobhani@gmail.com

خلاصه مقاله:

رسانه ها بر فرهنگ تغذیه و آداب تغذیه اثر دارند، اما به نظر می رسد که برنامه مدون، منسجم و دارای راهبردی سازمان یافته برای محتوای برنامه های تغذیه ای رسانه ای در ایران وجود نداشته باشد. خلاء نظارت مدیریت یافته بر تولیدات رسانه ای و محتوای ارائه شده، مساله بزرگی است که می تواند به فرهنگ مخاطب و در نهایت جامعه آسیب برساند. هدف پژوهش حاضر، تحلیل نحوه بازنمایی غذا و چگونگی محتوای برنامه های تغذیه ای تلویزیون داخلی ایران است. روش تحقیق مبتنی بر رویکرد تحلیل محتوای کیفی است. در این مطالعه بر اساس روش مایرینگ داده ها ضبط و گردآوری، پیاده سازی، تقلیل، استنباط و تحلیل می شوند. برای جمع آوری داده ها، سه برنامه از شبکه های فارسی زبان داخلی به عنوان نمونه انتخاب شده است. روش نمونه گیری هدفمند انتخابی است. یافته ها نشان داد 6 مقوله نمود فرهنگ در برنامه های غذایی تلویزیونی، طبخ غذا، جامعه شناسی تغذیه، وضعیت تجمل گرایی، اوقات فراغت و ظاهر و ساخت برنامه همراه با زیرمقوله های آن ها در برنامه های تغذیه ای تلویزیون داخلی نمایش داده شده است. از بررسی برنامه های این پژوهش مشخص شد وضعیت برنامه های تغذیه داخلی شامل مواردی چون الگوسازی و بازنمایی فرهنگ، نمایش تجمل گرایی، حضور دین در حوزه تغذیه، نادیده گرفتن طبقات اجتماعی و نبود جلوه های بصری است. تلویزیون در انتقال ارزش ها، تغییر نگرش و رفتار و هدایت سبک زندگی و فرهنگ جامعه نقش پررنگی دارند. شیوه تغذیه می تواند باعث تغییر در تفکر، عادات، ارزش های جوامع شده و در نهایت بر فرهنگ اثر بگذارد. لازم است سیاست ها و راهبردهای تولیدات برنامه های غذایی سالم در رسانه در راستای حفظ هویت فرهنگ تغذیه ایرانی با توجه به مسائل اجتماعی و اقتصادی نظارت کافی و دقیقی بر برنامه ها داشته باشند.

کلمات کلیدی:

تغذیه، تلویزیون، رسانه، فرهنگ، فرهنگ تغذیه

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1599795>

