

## عنوان مقاله:

بررسی رابطه استفاده از رسانه ملی با سطح تغییرات فرهنگی زنان

## محل انتشار:

دومین کنفرانس ملی مطالعات کاربردی در فرایندهای تعلیم و تربیت (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

## نویسندگان:

مریم واقف قوشچی

رضا ابراهیم پور

## خلاصه مقاله:

زنان و خانواده در رسانه و یا رسانه و جنسیت از اهمیت فوق العاده ای برخوردار است. در این زمینه، از یک سو شاهد اعتراضات فراوانی از سوی گفتمان های فمینیستی هستیم که بازتولید نقش ها و کلیشه های جنسیتی را در رسانه ها و به خصوص تلویزیون مورد نقد و چالش قرار می دهند و از سوی دیگر شاهد انتقادات گسترده دیگری هستیم که بر ناسازگاری محتوای سریال های تلویزیونی، آگهی های تبلیغاتی و برخی برنامه های رسانه ملی با آموزه های دینی و اقتضائات بومی، فرهنگی جامعه تاکید دارند. سبک زندگی رسانه ای شده امروزین با تولید تصاویر و مدل هایی از واقعیت که بطور روزافزونی جای «واقعیت» را می گیرند، به تجربه بشری شکل می دهند. در واقع «رسانه ها فقط مدل هایی از واقعیت را منعکس می کنند و از این طریق اقدام به ذهنیت سازی می نمایند. انتقال ارزش ها و سبک زندگی در برنامه های تلویزیونی با ظرافت تمام (به عنوان مثال از طریق کلمات، حرکات، موسیقی، ابزار و وسایل مورد استفاده در برنامه، تکنیک های خاص تصویری، نوع لباس و ...) و در لابه لای برنامه ها پوشیده و مستور است و افراد با شیوه های مختلفی چون همانندسازی و تقلید، ارزش ها و سبک زندگی و تغییرات در آن نمایش داده شده را درونی می کنند. به این ترتیب، سریال های تلویزیونی به طور غیر مستقیم، اما موثر و پنهان بر تمامی وجوه زندگی مادی و معنوی خانواده ها تاثیر گذارند. « نوع پوشش و آرایش بازیگران، منازل و مکان هایی که در آنها بازی می کنند، وسایل نقلیه ای که سوار می شوند، مواد غذایی که مصرف می کنند و ... همه و همه ناخواسته می تواند ذوق و سلیقه و سبک زندگی مخاطب را در مصرف کالا و خدمات شکل دهد و سبک زندگی مصرفی را در مخاطب نهادینه سازند. یکی از برنامه های تلویزیونی که بینندگان را بیشتر در معرض این تاثیرات قرار می دهد، سریال ها هستند که طی سال های اخیر به نسبت گذشته تعداد بیشتری از آنها تهیه و پخش شده و در آنها بیشتر مسائل خانوادگی و اجتماعی جامعه امروز مطرح و بیان می شود. « زنان مهم ترین مخاطبان سریال های خانوادگی تلویزیون به شمار می آیند، از این رو سازندگان این نوع سریال ها با ترفندهای مختلف برای جذب این گروه تلاش می کنند. « گرچه رسانه ملی به دلیل اینکه به نوعی صدای نظام جمهوری اسلامی قلمداد می شود، سعی داشته است ارزش های دینی را به مخاطبان خود منتقل کند و در مقایسه با برنامه های تلویزیونی دیگر کشورهای اسلامی، برنامه های عقیفانه تری ارائه دهد این تحولات در پی مقتضیات دوران مدرن پدید آمده است.

## کلمات کلیدی:

رسانه ملی، تغییرات فرهنگی، زنان،

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1649118>

