

## عنوان مقاله:

بررسی نقش رسانه بر انتقال و ساخت فرهنگ عمومی با رویکرد همگرایی و تسهیل هویت یابی

## محل انتشار:

دهمین کنفرانس بین المللی و ملی مطالعات مدیریت، حسابداری و حقوق (سال: 1403)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

## نویسنده:

امیرحسین قدیری - دانشجوی کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال، تهران، ایران

## خلاصه مقاله:

رسانه ها، یکی از مهم ترین نهادهای اجتماعی بررسی نقش رسانه بر میزان فرهنگ عمومی هستند که نقش اساسی در انتقال میراث فرهنگی و اجتماعی و ارزش های جوامع دارند. در دوره کنونی که عصر اطلاعات و تکنولوژی های نوین نام گرفته است، این رسانه ها هستند که با کارکردهای خود و به کارگیری شیوه های جدید اطلاع رسانی، الگوهای نوین فرهنگی و اجتماعی را به جوامع وارد می کنند که جایگزین ارزش ها و الگوهای فرهنگی سنتی می شوند و به عنوان عاملان تغییر و تحول در ارزش ها و هنجارها و الگوهای فرهنگی جوامع عمل می کنند. بنابراین، رسانه ها نقش مهمی در گستره جهانی شدن ایفا نموده و یکی از عاملان اصلی جهانی شدن فرهنگ هستند. رسانه ها و به خصوص رسانه های الکترونیکی، با توجه به قابلیت ها و کارکردهایی که دارند، می توانند در جهت حفظ سلامت و بهداشت روان و به عنوان یکی از عوامل تسهیل کننده هویت یابی برای جوانان کاربرد داشته باشند. همچنین می توانند زمینه ساز بحران هویت و بیگانگی افراد از فرهنگ، ارزش ها و باورهای خود گردند. بنابراین در جوامع امروزی بررسی جوانب نقش رسانه ها بر انتقال و ساخت فرهنگ عمومی، همگرایی فرهنگی و هویت یابی امری ضروریست

## کلمات کلیدی:

رسانه، رسانه جمعی، فرهنگ، همگرایی، هویت یابی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/2042295>

