

## عنوان مقاله:

تلویزیون و تاثیر آن بر هویت دینی، گروهی و جنسیتی ایرانیان مطالعه نظریه کاشت در ایران

## محل انتشار:

فصلنامه مطالعات فرهنگ ارتباطات، دوره 13، شماره 17 (سال: 1391)

تعداد صفحات اصل مقاله: 38

## نویسندگان:

ناصر باهنر - دانشیار گروه معارف اسلامی و فرهنگ و ارتباطات دانشگاه امام صادق (ع)

طاهره جعفری - مدرس دانشگاه و پژوهشگر صداوسیما

## خلاصه مقاله:

در این نوشتار نظریه کاشت جرج گربنر را با این مضمون که تکرار برنامه های تلویزیونی بر ذهن مخاطبان پرمصرف تاثیر کاشتی می گذارد در خصوص مقوله های دینی گروهی و جنسیتی هویت بررسی کرده و محتوای پیامهای ارایه شده از تلویزیون و نگرش مخاطبان به هویت را با بهره گیری از روش تحلیل محتوای تصویر و پیمایش تحلیل و تبیین کرده ایم نتایج رگرسیون چندمتغیره نشان میدهد برخلاف اینکه تلویزیون ایران درباره هر کدام از مقوله های مورد بررسی هویت پیامهایی را تولید و پخش می کند اما این پیام ها در کنار سایر عوامل تاثیر گذارند و تلویزیون پس از سایر متغیرهای نظام اجتماعی عاملی تاثیر گذار بر نگرش مخاطبان درباره هویت بوده است این مقاله که حاصل پژوهشی علمی در مرکز تحقیقات صداوسیماست نشان میدهد نظریه کاشت که بر تاثیرهای قدرتمندانه تلویزیون به ویژه بر بینندگان پرمصرف تاکید دارد در ایران اثبات نمی شود

## کلمات کلیدی:

تلویزیون، هویت، ایران، کاشت، تحلیل محتوا، تاثیرسنجی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/602417>

