

عنوان مقاله:

تاثیر پیا مهایی بازرگانی ماهواره ای بر تغییر روابط میان فردی زوجین

محل انتشار:

فصلنامه اسلام و مطالعات اجتماعی، دوره 4، شماره 2 (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 29

نویسندگان:

شمس الله مریجی - دانشیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه باقرالعلوم

حکیمه احسانی - کارشناسی ارشد ارتباطات فرهنگی دانشگاه باقرالعلوم

خلاصه مقاله:

رسانه های نوین همچون ماهواره، در عصر کنونی با پوشش جهانی و برنامه ریزی هدفمند، سعی دارند تا با نفوذ در تمامی ابعاد زندگی فردی و اجتماعی بشر، فرهنگ و ارزش های غربی را در قالب های متنوع، به تدریج و البته بدون مقاومت، جایگزین هویت واقعی مخاطبان خود کنند. پیام های بازرگانی، گون های از این قال بهای رسان های و تاثیرگذار است که سوای از هدف نهایی تغییرات ارزشی، با تغییر نگرش و تاثیر بر توده ها به ویژه خانواده ها، بسترهای فرهنگی لازم را برای تامین منافع مادی نیز فراهم می کند. از یک سو، نیاز روزافزون تولیدکنندگان کالا و خدمات به یافتن بازارهای جدید با بهره گیری از همه ظرفیت های رسانه و از سویی دیگر، خانواده ها و به ویژه زوجین که رکن اصلی خانواده بوده و همواره نیازمند شناخت، راهنمایی و کسب تجربه برای رفع نیازهای خود می باشند، سبب توجه و اهمیت تبلیغ محصولات بازرگانی شده است. در این میان، راهنمایی های کاذب این تبلیغات، برای زوجین، بسیار مخاطره انگیز شده و سبب پدید آمدن آسیب های متعدد در عرصه خانواده و ارتباط زوجین شده است. مقاله حاضر تلاش می کند تا با روش اسنادی و نیز تکیه به تحلیل محتوای برخی از پیام های بازرگانی، به باخوانی این تاثیرات و آسیب ها بپردازد. از مهم ترین این تاثیرات می توان به: تغییر سبک زندگی، تضعیف بنیان خانواده، عدم مسیولیت پذیری، کاهش ارتباط عاطفی، ترویج روحیه خیانت زوجین، ایجاد بیماری های روانی، اشاعه فساد اخلاقی و بی بندوباری و نیز ضررهای مالی اشاره کرد

کلمات کلیدی:

زوجین، ماهواره، پیام های بازرگانی، تبلیغات ماهواره ای، روابط میان فردی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/685860>

