

عنوان مقاله:

هویت زنان در برنامه های تلویزیونی

محل انتشار:

پژوهشنامه مطالعات راهبردی در علوم انسانی و اسلامی، دوره 2، شماره 13 (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

سمیه کیانی پی - دانشجوی کارشناسی ارشد مطالعات فرهنگ و رسانه. دانشکده علوم انسانی. دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران غرب. تهران.

رقیه ابوالقاسم سلماسی - دانشجوی کارشناسی ارشد مطالعات فرهنگ و رسانه. دانشکده علوم انسانی. دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران غرب. تهران.

خلاصه مقاله:

رسانه ها یکی از منابع مهم تغییر و تولید هویت در عرصه زندگی هستند. این وسایل، افکار جامعه را مطابق با الگوها و خواسته ها و اهداف خود شکل می دهند و دگرگونی عمده ای در نگرش مردان و زنان بوجود می آورند. رسانه های گروهی از جمله تلویزیون در تمامی کشورها در زمینه های آموزشی و اطلاع رسانی نقش حساس و پراهمیتی دارند. اما همواره یکی از مهمترین موضوعات بحث تلویزیون و زنان، بوده است. زیرا برخورد جوامع مختلف با زنان یکسان نبوده و به دلیل فقدان یک جایگاه شایسته و هویت مستقل برای زنان، هیچ گاه ضرورت طرحی برای چگونگی بازنمایی و هویت زن در تلویزیون، احساس نمی شده است. ژان لوک گدار، 1، میگوید: تلویزیون برنامه نمی سازد، مخاطب ایجاد میکند. هدف از این مقاله، بررسی تلویزیون، برنامه ها و سیاست های انجام شده آن نسبت به مخاطب زن و میزان گرایش زنان به برنامه ها می باشد. در این مقاله به معرفی تلویزیون و کارکرد آن، مخاطب و مخاطب شناسی در تلویزیون، بازنمایی و هویت زنان و جایگاه زن در تلویزیون پرداخته شده است.

کلمات کلیدی:

تلویزیون، زنان، جایگاه، بازنمایی، هویت، هویت مطلوب، مخاطب زن، بینندگان زن

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/898496>

