

تحلیل محتوای الگوهای سبک زندگی در شبکه من و تو (با تاکید بر برنامه من و تو پلاس)

ریحانه آقارجبی

کارشناس ارشد ارتباطات - ارزیاب برنامه های تلویزیونی - کارمند رسمی مرکز نظارت و ارزیابی صدا و سیما

چکیده

این مقاله با هدف شناسایی سبک و شیوه های زندگی مورد توجه شبکه من و تو در برنامه «من و تو پلاس» نگارش یافته است. الگوی نظری - تحلیلی سبک زندگی بر اساس نظریات جامعه شناسان کلاسیک و مدرن از جمله زیمل، وبلن، وبر و بوردیو بوده و چارچوب نظری استفاده شده برای تحلیل داده های بدست آمده نظریه یادگیری اجتماعی و جامعه پذیری بوده است. در این تحقیق مقوله های مصرف فرهنگی، نحوه گذران اوقات فراغت، ارزش های اجتماعی، گروه های مرجع به روش تحلیل محتوا و تکنیک پرسشنامه معکوس مورد بررسی قرار گرفته اند. برای نمونه گیری از میان قسمت های پخش شده برنامه «من و تو پلاس» از روش نمونه گیری طبقه ای استفاده شد که از مجموع ۱۲۰ برنامه پخش شده در فصل تابستان و پاییز ۱۳۹۵، ۶۰ برنامه (یک هفته آماری) انتخاب و بررسی شد. نتایج نشان داد که در برنامه «من و تو پلاس» با استفاده از رویکرد سرگرمی و در قالب گزارش شیوه زندگی جدیدی به مخاطبان معرفی می شود. سبک و شیوه زندگی انگلیسی ایرانیان مقیم انگلستان همواره مورد تاکید و توجه برنامه سازان بوده است و موسیقی و فیلم های غربی از جمله کالاهای فرهنگی هستند که در این برنامه به عنوان الگوی مصرف فرهنگی معرفی شدند.

کلید واژه: شبکه من و تو، سبک زندگی، مصرف فرهنگی، زندگی روزمره، برنامه من و تو پلاس