

## رسانه سازه ی موثر ساختار فرهنگ جوامع

\*دکتر احسان نیک بخت کشکولی\* فارغ التحصیل دپارتمان مردم شناسی فرهنگی از دانشگاه ایالتی میسور هندوستان ، مدرس دانشگاه آزاد اسلامی واحد شیراز  
dr.kashkooli@gmail.com

دکتر فائزه نظری، دکترای حرفه ای پزشکی، کنشگر اجتماعی

### چکیده :

رابطه متقابل فرهنگ و رسانه ریشه در تاریخ حیات بشر دارد و می توان گفت پیدایش رسانه همزاد جامعه بوده است. در طول تاریخ، انسان برای انتقال پیام خود، رسانه ها را به کار گرفته و فرهنگ خود را نیز با آن گسترش داده است این رسانه ها در ادوار مختلف و جوامع مختلف انواع گوناگونی را داشته اند فرهنگ رسانه ای با فرهنگ ارتباطی نزدیک و تنگاتنگ دارد. رسانه با قدرت نفوذپذیری خود، پوسته نهادهای اجتماعی را می شکافد و نا خواسته وارد زندگی آنها می گردد و تفکر و رفتار آنان را به تسخیر درمی آورد. یکی از مقولاتی که رسانه ها به آن می پردازند، نوعی نفوذ و تأثیرگذاری در میان اعضای جامعه و مخاطبان خود است. بدین ترتیب، رسانه ها با ترغیب، تشویق، تبلیغ و حتی ارعاب، مخاطبان را وامی دارند به قواعد دلخواه صاحبان رسانه اعتقاد پیدا کنند. رسانه ها از طریق معرفی هنجارهای خاص اجتماعی و الگوها می توانند باعث هم نوایی و هم سوئی و به نوعی فرهنگ سازی در بین افراد جامعه شوند. یکی پوشیده نیست که رسانه ها یکی از عوامل مهم فرهنگ سازی و البته تجلی فرهنگ در جامعه است و اصلاً فعالیت رسانه ای، خود یک کنش فرهنگی محسوب می شود. در جهان امروز که به عصر رسانه ها و شبکه ای شدن ساختار اجتماعی مشهور است نمی توان تردیدی در نقش رسانه ها در فرهنگ سازی، فرهنگ پذیری و فرهنگ نمایی داشت؛ اساساً یکی از کارکردهای مهم رسانه ها طبق نظریه های معتبر علوم ارتباطات، انتقال میراث فرهنگی است و رسانه در این فرایند به واسطه تجهیزات ارتباطی و جذابیت های صوتی – تصویری از قابلیت و ظرفیت بیشتری در فرهنگ سازی برخوردار است. رسانه های جمعی به عنوان نیروی تأثیرگذار می توانند ضمن تثبیت افکار، اعتقادات، اصول معانی، ارزش ها، هنجارها و اخلاقیات، موجبات اصلاح در نگرش های عمومی نسبت به سنت ها، آداب و رسوم اجتماعی، روندها و رویه ها، تفریح و کار، رفتارها، ابداعات، دانش ها، ابزارها، فناوری ها، مهارت ها، سبک های زندگی، زبان، هنر، قوانین، نمادها و نهادهای اجتماعی را فراهم آورند؛ در واقع رسانه های جمعی از طریق الگوهای رفتاری، اصلاح تفاسیر شناختی، جامعه پذیری ارزش ها، جهت دهی به افکار عمومی، شکل دهی به باورها، تصاویر و ذهنیات اجتماعی، از توان مهندسی فرهنگی برخوردارند.

کلمات کلیدی: رسانه، فرهنگ، فرهنگ رسانه ای، فرهنگ پذیری.