

# 9th International Conference on Humanities, Social Sciences and Lifestyle



## تقابل فرهنگ رسانه ای و خرده فرهنگ ها

محسن سعیدی

دانشجوی کارشناسی ارشد رشته مطالعه فرهنگ و رسانه دانشگاه آزاد واحد الکترونیکی، تهران، ایران

### چکیده

هدف این تحقیق تقابل فرهنگ رسانه ای و خرده فرهنگ ها می باشد که به روش کتابخانه ای انجام شده است. رسانه ها از طریق معرفی هنجارهای خاص اجتماعی و الگوها می توانند باعث هم نوایی، هم سوئی و به نوعی فرهنگ سازی در بین افراد جامعه شوند. رسانه در ارتباط خود با فرهنگ، نه تنها به کانال (مسیر) ارتباطی، که فراتر از آن، به اصل پیام بدل شده است، بلکه پیامی که نه تنها بر پایه شناخت، که بر اساس قدرت هم مبادله می شود و در صدد تغییر ساختارهای فرهنگی، اجتماعی و سیاسی و برقراری نوعی از همسان سازی فکری و رفتاری است. این حرکت ارتباطی - فرهنگی مهمترین شاخص عملکرد رسانه ها در صحنه های گوناگون فردی، اجتماعی و میان فرهنگی است. یافته ها نشان داد رسانه می تواند تلویزیون، فیلم ویدیویی، رسانه های مکتوب، ماهواره و اینترنت باشد. از دیگر سو، رسانه می تواند پوشاکی باشد که معرف هویت و سبک زندگی افراد است. اگر هویت اجتماعی افراد را مجموعه ارزش ها، نگرش ها و باورها بدانیم، قطعاً میان سبک زندگی که یکی از مؤلفه های آن الگوی مصرف پوشاک یا مد است، می توان توان خویشاوندی ساختاری یافت. توجه به کارکردهای رسانه ها در هر کشور، اهمیت بسیار زیادی دارد و باید با تدوین استراتژی های صحیح در تدوین برنامه های رسانه ها از جمله برنامه های تلویزیون، تدابیری اتخاذ شود که بتوان از تهدیدات جهانی شدن پرهیز نمود و از نقاط قوت آن بهره گرفت

واژگان کلیدی: فرهنگ، فرهنگ رسانه ای، خرده فرهنگ ها، سبک زندگی