



دومین همایش علمی پژوهشی توسعه و ترویج فرهنگ و هنر ایران



۱۴۰۱/۱۰/۲۲

art.confnashr.ir

اصفهان

جایگاه فرهنگ در ساختار رسانه

*محمد رضا عیم حسینی اناری

کارشناس ارشد ادبیات فارسی / دبیر آموزش و پرورش

چکیده

مقدمه و هدف پژوهش: نقش رسانه به عنوان یک ابزار تاثیرگذار در افکار عمومی و فرهنگ جوامع را نمی توان در پیشبرد اهداف فرهنگی نادیده گرفت؛ لذا این پژوهش با هدف «ارتباط تنگاتنگ رسانه و فرهنگ» طراحی و اجرا گردیده است.

روش پژوهش: مطالعه حاضر توصیفی از نوع پیمایشی می باشد؛ ابزار گردآوری داده ها در این پژوهش پرسشنامه محقق ساخته که با روش صوری و اعتبار محتوا و پایایی آن با روش محاسبه بررسی شده است. جامعه آماری این پژوهش اساتید حوزه ی علوم ارتباطات، فعالین امور فرهنگی و علوم سیاسی به تعداد ۳۶ نفر بودند که همه آن ها از طریق روش سرشماری به عنوان نمونه انتخاب شدند. یافته ها: نتایج پژوهش نشان داد که رسانه در فرهنگ و نیز در "تبادل فرهنگی، اشاعه فرهنگی و فرهنگ پذیری" به عنوان مولفه های اصلی فعالیت های فرهنگی نقش موثری داشته است.

نتیجه گیری: رسانه می تواند در تبیین و ترویج ارزش های فرهنگی کشور، در توسعه روابط فرهنگی و در فراهم آوردن بستر و زمینه ای برای مطالعه آداب و رسوم و سنن فرهنگ ها نقشی عمده داشته باشد. رسانه با گسترش و توسعه روابط مردم با مردم می تواند باعث اتحاد و یکدلی افکار عمومی شود و نیز بستر و زمینه ای برای آگاه سازی نسبت به نقاط مثبت و نقاط منفی فرهنگ فراهم آورد.

کلمات کلیدی: رسانه ، فرهنگ ، ارتباط ، افکار عمومی ، مدیریت