

عنوان مقاله:

تاثیر رسانه بر الگوی رفتاری و اخلاق رسانه ای

محل انتشار:

دوازدهمین کنفرانس ملی روانشناسی، علوم تربیتی و اجتماعی (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

کیوان میر - دانشگاه فرهنگیان شهید مطهری زاهدان

مرتضی قدوسی نیا - دانشگاه فرهنگیان شهید مطهری زاهدان

مهدی میرشاهی - دانشگاه فرهنگیان شهید مطهری زاهدان

خلاصه مقاله:

در جهان حاضر، وسایل ارتباط جمعی و رسانه های گروهی با انتقال اطلاعات و معلومات جدید و تاثیر بر افکار و عقاید عمومی نقش بسیار مهمی بر عهده دارند. سیر تحول سریع در عصر اطلاعات و لزوم مبادله هرچه بیشتر بین نظام های سنتی و مدرن، رسانه های گروهی را اهمیتی خاص بخشیده است تا جایی که بعضی از اندیشمندان معتقدند توسعه نظام های اقتصادی و اجتماعی و سیاسی و پیشرفت رسانه ها و تکنولوژی های ارتباطی لازم و ملزوم یکدیگرند.

کلمات کلیدی:

رسانه ، رویکرد رفتاری ، اخلاق رسانه ای

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1253026>

