

## عنوان مقاله:

انتقال مفاهیم دینی از طریق وسایل ارتباط جمعی؛ رویکردها و پیامدها

## محل انتشار:

هفتمین همایش بین المللی مطالعات دینی، علوم انسانی و اخلاق زیستی در جهان اسلام (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

## نویسنده:

ابراهیم جوانمردفرخانی - استادیار گروه الهیات، دانشگاه گنبدکاووس

## خلاصه مقاله:

با توجه به دگرگونی هایی که امروزه در رشد ارتباطات و علوم مربوط به آن رخ داده، موضوع «ارتباط دین و رسانه» و نگرانی هایی که در این زمینه پدید آمده، بسیار اهمیت یافته است. در چالش های نظری نسبت دین و رسانه، سه ایده متفاوت وجود دارند که میتوان گفت از پذیرش کامل امکان رابطه بین دین و رسانه تا رد کامل انتقال مضامین دینی از طریق رسانه ها را ادعا می کنند. به همین منظور در این مقاله، نظریه های موافق و مخالف استفاده دین از رسانه برای تبلیغ دینی مطرح شده و مورد بررسی قرار میگیرد. داده های این تحقیق با روش کتابخانه ای جمع آوری و سپس به صورت توصیفی-تحلیلی بررسی شده است. نتایج تحقیق نشان می دهد که رسانه ها استعدادهای بسیاری دارند که دین در تفهیم آموزه های خود با بهره برداری از آن ها می تواند با مخاطبین رابطه برقرار کند و مخاطبین نیز می توانند از رسانه ها برای بهره برداری از مضامین دینی یاری بگیرند. باید به این قابلیت و استعدادهای توجه بیشتری نمود تا بتوان مراتب مختلفی از اطلاعات دینی را انتقال داد

## کلمات کلیدی:

دین، رسانه، تعامل، نظریه، فرهنگ

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1712928>

