

عنوان مقاله:

نقش رسانه در اشاعه فرهنگ اسلامی

محل انتشار:

سومین همایش بین‌المللی مدیریت رسانه (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسندگان:

محمدامین کشاورزی - کارشناس علوم تربیتی، دبیر مدرسه شهرستان خرامه

حسین بذرافکن - کارشناس علوم تربیتی، دبیر مدرسه شهرستان خرامه

مریم علیزاده - دبیر مدرسه شهرستان خرامه

رقیه کشاورزی - دبیر مدرسه شهرستان خرامه

خلاصه مقاله:

در این مقاله ضمن ارائه شناختی نسبت به فرهنگ و رسانه ها و ارائه تعاریف مربوط به رسانه و فرهنگ پرداخته می شود. رابطه متقابل فرهنگ و رسانه ریشه در تاریخ بشر دارد به گونه ای که می توان گفت: فرهنگ و رسانه دوهمزاد بشر و مقتضیات زندگی اجتماعی انسان بوده و هستند در طول تاریخ انسان برای انتقال پیام خود، رسانه ها را به کار گرفته و فرهنگ خود را نیز با آن گسترش داده است. در جامعه نیز فرهنگ همین نقش را بر عهده دارد. سیاست از طریق فرهنگ عمل می کند و فرهنگ برای عمل، از امکانات مادی و اقتصادی بهره می گیرد؛ به عبارت دیگر، فرهنگ به مثابه رسانه ای میان اراده و عمل جمعی عمل می کند. بررسی نقش رسانه در اشاعه فرهنگ اسلامی هدف مهم این مقاله می باشد. روش این پژوهش اسنادی و مراجعه به پژوهش های معتبر و مختلف بوده است. از مجموع بررسی نقش رسانه ها بر اشاعه فرهنگ در قلمروهای مختلف و ویژگی های افراد می توان دریافت که توسعه فرهنگ اسلامی زمانی معنا می یابد که نسبت به فرصت ها و تهدیدهای فعالیت های رسانه ای آگاه باشیم. به عبارت دیگر، با شناسایی فرصت ها، از توان و قدرت نفوذ رسانه برای توسعه ی فرهنگ اسلامی، استفاده و در برابر چالش ها فراروی، تصمیم گیری کنیم.

کلمات کلیدی:

رسانه، فرهنگ، جامعه

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/554365>

