

عنوان مقاله:

نقش ارتباطات و رسانه ها در هویت سازی موثر مخاطبان در جامعه

محل انتشار:

چهارمین همایش علمی پژوهشی علوم تربیتی و روانشناسی، آسیب های اجتماعی و فرهنگی ایران (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

محمد هادی همایون - دانشیار گروه علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی

محمود شهابی - دانشکده علوم اجتماعی، گروه پژوهشگری اجتماعی (جامعه شناسی)

یونس فروزان - دانشجوی دکتری علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی

خلاصه مقاله:

قرن بیست و یکم از سوی سازمان آموزشی علمی و فرهنگی ملل متحد به نام عصر ارتباطات نام گذاری گردید . پدیده جهانی شدن و گسسته شدن مرزها بر اهمیت و ضرورت شناخت کارکردهای وسایل ارتباط جمعی و مخاطبان آن می افزاید . نظریه ها در هر علم اساس شناخت عناصر و روابط حاکم بر آن علم می باشد و به گونه ای اجتناب ناپذیر شناخت آنها بر هر طالب علمی در آن زمینه واجب می نماید . بدون شناخت دقیق و درست از اجزاء و عناصر شکل دهنده هر علم نمی توان در مورد آن به ارزیابی و پیش بینی پرداخت و جهت آنرا در تبیین پدیده ها تشخیص داد . علم ارتباطات از این قاعده مستثنی نبوده و نمی تواند باشد . با توجه به پیچیدگی های بالای علوم اجتماعی و به ویژه دانش ارتباطات که ابعاد سیاسی، اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، حقوقی، فناوری و غیره را جملگی دربرمی گیرد تعداد نظرات در آن زیاد و تنوع دیدگاهها فراوان است . از سوی دیگر فعالیت ارتباطی بشر که از آغاز زیست جمعی و اجتماعی با او همراه بود دچار تحولات فراوان شده و در هر عصر به نوعی خاص جلوگر شده است . اینک که در هزاره سوم تمدن بشری وارد عصر ارتباطات و اطلاعات شده استبر توجه و اثربخشی علم ارتباطات افزوده شده است و یکی از مطرح ترین علوم در عرصه روابط بشری به حساب می آید . امروزه رسانه های جمعی و وسایل ارتباطی نقش مهمی در تمامی کشورها برعهده دارند . درک دنیای پیرامون و اطلاع از حوادث و رویدادها به خوبی تاثیرات وسایل ارتباط جمعی را برای ما روشن می سازد . در این مقاله با استفاده از روش تحلیلی-توصیفی درصد بررسی جایگاه رسانه ها در ترویج فرهنگ جامعه اسلامی کشورمان می باشیم

کلمات کلیدی:

ارتباطات، رسانه ها، فرهنگ سازی، هویت، جامعه

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/565541>

