

عنوان مقاله:

کارکرد تربیتی رسانه؛ گفتمان نوین ارتباطی مبتنی بر اندیشه اسلامی در ایران

محل انتشار:

فصلنامه مطالعات رسانه های نوین، دوره 2، شماره 8 (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 35

نویسندگان:

حامد فروزان - دکتری علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی (نویسنده مسیول)

سیدرضا نقیب السادات - استادیار گروه علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی

خلاصه مقاله:

ارتباطات تربیت محور مفهومی نوینی است، که از مفاهیم دوگانه ارتباطات انسانی و تربیت دینی الهام گرفته است. با نگرش در مفهوم ارتباطات انسانی از نوع اسلامی می توان به این موضوع اذعان نمود که غالبا در برقراری ارتباطات اعم از چهره به چهره، حضوری، غیرمستقیم، فردی، اجتماعی و... می توان مسایلی نظیر رشد، تعالی، تربیت و هدایت را مشاهده نمود. از دیگر سو، واقعیت نیز تداعی کننده این موضوع است که رسانه های نوین اعم شبکه های اجتماعی موبایلی و رسانه های کلاسیک، نه تنها در ارایه ارتباطاتی که مبتنی بر تربیت (دینی) افراد جامعه باشد، اقدامی نکرده اند، بلکه بعضا ود عامل مهمی در ترویج و گسترش بحران های اخلاقی و تربیتی به شمار می روند. بنابراین، نویسندگان درصدد ارایه پاسخی متقن بدین سوال اساسی می باشند که مفهوم ارتباطات تربیت محور چیست و در ادامه این مفهوم مبتنی بر چه شاخص هایی است نتایج پژوهش که بر اساس تحلیل نخبگی یا سوات و بهره گیری از مطالعات کتابخانه ای و ابزار پرسشنامه ای تدوین گردیده اند، 22 مولفه اصلی را در راستای طراحی مدل ارتباطات تربیت محور احصاء نموده اند. سپس مولفه ها و با استفاده از تکنیک QSPM مورد تحلیل ارزیابی دقیق واقع شدند و پس از تبیین و اولویت بندی متغیرها، طرح واره ارتباطات تربیت محور دینی تدوین گردید. نظریه های مورد استفاده در این مقاله، مبتنی بر نظریه های تربیت اسلامی علامه مطهری و ارتباطات دینی پروفیسور حمید مولانا است.

کلمات کلیدی:

ارتباطات، تربیت، طرح واره، جامعه اسلامی، تحلیل نخبگی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/707050>

