

عنوان مقاله:

چگونگی حضور موثر روحانیت در رسانه ملی

محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی توسعه پایدار در علوم انسانی و مطالعات فرهنگی ایران (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

کمال اکبری - عضو هییت علمی دانشگاه صدا و سیما

امیرحسین عبدی - فارغ التحصیل دانشکده صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران در مقطع کارشناسی ارشد

سید محمود مرتضوی - مدرس حوزه علمیه قم و دبیر علمی انجمن ارتباطات و تبلیغ

خلاصه مقاله:

نشر آموزه های دین اسلام، از ضروری ترین عوامل بقاء و تداوم این آیین توحیدی می باشد. با شروع غیبت امام زمان (عج)، روحانیون به عنوان نمایان آن حضرت، به این رسالت مهم پرداختند و می پردازند؛ اما با توجه به کثرت مردم و اختلاف فرهنگ ها و دیدگاه ها و ورود ابزار اطلاع رسانی گوناگون به زندگی مردم، شناسایی روش های موثر و تاثیر گذار، گامی مهم در انجام این رسالت خطیر، تلقی می گردد. عصر امروز، به دلیل ظهور فناوری های مدرن ارتباطی و اهمیت بالا و کارکردهای موثرشان، عصر اطلاعات نام گرفته است و با امعان نظر در ماهیت و کارکرد رسانه های مدرن، ضرورت اهتمام به رسانه های مدرن در امر تبلیغ دین، بر کسی پوشیده نیست. رسانه ملی به عنوان رسانه دینی کارآمد، جایگاه پراهمیتی در نظام سیاسی و حکومتی ایران دارد. روحانیون هم با داشتن رسالت خطیر تبلیغی از این فرصت بوجود آمده می توانند با حضور موثر خود در رسانه ملی، بهترین اثرگذاری را در جهت اجرای رسالت خود، داشته باشند. دیدگاه های فراوانی در زمینه چگونگی حضور و تعامل روحانیت با رسانه مطرح است، نگارنده این تحقیق، درصدد بیان مدل های مناسب حضور موثر روحانیت در رسانه ملی، جهت تبلیغ دین اسلام و اقناع مخاطب می باشد.

کلمات کلیدی:

روحانیت - دین - تبلیغ - حضور موثر - رسانه ملی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/798496>

