

عنوان مقاله:

جایگاه رسانه های جمعی در ترویج سبک زندگی اسلامی

محل انتشار:

هفتمین همایش بین المللی پژوهش های قرآنی (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 24

نویسندگان:

تکتم مهدوی نسب - دانشجوی کارشناسی ارشد علم اطلاعات و دانش شناسی، دانشگاه بیرجند

حوا خیرخواه - دانشجوی کارشناسی ارشد علم اطلاعات و دانش شناسی، دانشگاه بیرجند

خلاصه مقاله:

مقاله حاضر با هدف تعیین جایگاه رسانه های جمعی در ترویج سبک زندگی اسلامی تدوین شده است. روش مورد استفاده در متن حاضر به شیوه کتابخانه ای و مرور اسناد گوناگون می باشد. در ابتدا به تعریف سبک زندگی و مولفه ها و ویژگی های آن پرداخته شده، سپس سبک زندگی اسلامی و اهمیت پرداختن به آن از دیدگاه شخصی های برجسته بیان گردیده است. در بخش بعد رسانه های جمعی و ویژگی ها و حوزه های تاثیرگذاری آنها در جوامع مختلف تبیین شده است. همچنین جایگاه رسانه های جمعی در ترویج سبک زندگی اسلامی مورد تحلیل قرار گرفت و در نهایت این نتیجه حاصل شد که رسانه های جمعی، هم بایستی نقش بازدارندگی از رواج انحرافات فرهنگی، اجتماعی و اخلاقی داشته باشند و هم به تشویق افراد در پایبندی به اصول اخلاقی و هنجارهای اجتماعی دین مبین اسلام بپردازند. آنچه در تاثیرگذاری رسانه ها اهمیت دارد در مرحله اول محتوای پیامی است که ارائه می شود. در مراحل بعدی باید شیوه ارائه و تناسب ابزار و پیام در نظر گرفته شود.

کلمات کلیدی:

سبک زندگی، سبک زندگی اسلامی، رسانه های جمعی، رسانه، ترویج.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/965318>

