



دانشکده علوم انسانی، گروه فلسفه و کلام اسلامی

پایان نامه کارشناسی ارشد رشته الهیات گرایش فلسفه و کلام اسلامی

عنوان

تأثیر رسانه بر تحکیم و تضعیف عقاید و فرهنگ دینی

دانشجو:

معصومه کاظمی

استاد راهنما:

دکتر احسان ترکاشوند

آبان ۱۳۹۷

چکیده:

یکی از ابزارهای مؤثر و مفید در زمینه شناساندن ارزش ها و هنجارهای حاکم بر جامعه رسانه می باشد که هنجارهای جامعه را تقویت و یا تضعیف می کنند به گونه ای که از رسانه های جمعی به عنوان عوامل شخصیت ساز نام می برند. و در این پژوهش با استفاده از مطالعه کتابخانه و اسنادی و نرم افزار های کتابخانه ای نور سعی می شود، تا تاثیرات مختلف رسانه ها بر دین و آسیب های مطرح شده علیه جامعه دینی بررسی شود. یکی از مهم ترین هدف های فرهنگی قدرت های استکباری، دور کردن جوامع، به ویژه جوامع اسلامی از هویت دینی است. فرهنگ تهاجمی غرب با استفاده از ویژگی ها و شگردهای تبلیغی و روان شناسانه، سعی در فروپاشی نظام اعتقادی و فکری جوامع دینی دارد تا از راه تهی کردن آنها از درون، زمینه جذبشان را به مبانی فرهنگ خود فراهم آورد و هویت های ساختگی خود را به جای آن قرار دهد. در مقابل، رسانه های بومی و ملی ما نیز باید با تدوین و ساختن برنامه های متنوع برای شناساندن و تثبیت هویت دینی به مردم، کوشش کنند. این پژوهش حول محور تاثیرات رسانه بر عقاید و فرهنگ دینی، با محور های فرهنگ دینی و آموزه های دینی تدوین گردیده و در صدد بیان راهکار هایی برای تحکیم عقاید و فرهنگ دینی توسط رسانه می باشد. بدین ترتیب با محورهای مذکور شیوه های تبلیغ سوء رسانه بر دین مورد بررسی قرار گرفته و راهکارهایی برای مقابله با آنها از قبیل تشکیل اتاق فکرهای فکری، فرهنگی، اطلاع رسانی و ترویج الگوهای مناسب، ایجاد گروه های فرهنگی جذاب و غیره... مطرح شده است.

کلید واژه ها: رسانه، دین، فرهنگ، عقاید، تحکیم، تضعیف.

فهرست مطالب

عنوان	صفحه
-------	------

فصل اول: کلیات پژوهش

۱-۱- مقدمه	۲
۲-۱- بیان مسئله:	۳
۳-۱- پیشینه تحقیق :	۴
۴-۱- ضرورت تحقیق:	۸
۶-۱- فرضیه ها	۹
۷-۱- روش تحقیق:	۹

فصل دوم: مفهوم شناسی

۱-۲- رسانه	۱۱
۲-۲- انواع رسانه	۱۲
۳-۲- تهاجم :	۱۳
۶-۲- فرهنگ	۱۵
۷-۲- دین	۲۱
۱-۷-۲- مفهوم لغوی دین :	۲۱
۲-۷-۲- مفهوم اصطلاحی دین :	۲۳
۳-۷-۲- اقسام دین:	۲۳
۸-۲- تحکیم:	۲۵
۱-۸-۲- مفهوم لغوی تحکیم:	۲۵
۲-۸-۲- مفهوم اصطلاحی تحکیم:	۲۵
۹-۲- تضعیف:	۲۵
۱-۹-۲- مفهوم لغوی تضعیف:	۲۵
۲-۹-۲- مفهوم اصطلاحی تضعیف:	۲۵
۱۰-۲- تقریر محل بحث	۲۶

فصل سوم: تبلیغات سوء رسانه ای و تأثیر آن بر فرهنگ

۱-۳- مقدمه	۲۸
۲-۳- روش‌های تبلیغات سوء رسانه ای	۲۸
۲-۲-۳- ایجاد بدبینی نسبت به فرهنگ و آداب و رسوم جوامع مورد هجوم	۲۹
۳-۲-۳- تجزیه فرهنگی و جغرافیایی ملت‌ها	۳۰
۴-۲-۳- برهم زدن نظام جوامع مورد هجوم	۳۱
۵-۲-۳- زیبا جلوه دادن اعمال زشت و ایجاد بی تفاوتی نسبت به گناه:	۳۲

۳۴	۷-۲-۳ خلق مسلک‌ها و عقاید پوچ و خرافی:
۳۴	۸-۲-۳ اشاعه تبلیغات سوء بر علیه جامعه مورد هجوم
۳۷	۳-۳-۳ تاثیر رسانه بر فرهنگ دینی
۳۷	۱-۳-۳ تقلید و الگوپذیری
۴۱	۲-۳-۳ عطوفت
۴۱	۳-۳-۳ بنیاد خانواده:
۴۲	۴-۳-۳ وحدت
۴۴	۵-۳-۳ مصرف گرایی
۴۸	۶-۳-۳ گویش:
۵۰	۷-۳-۳ پوشش
۵۲	۸-۳-۳ افکار عمومی (مردم)
۵۳	۹-۳-۳ نسل‌ها
۵۴	جمع بندی فصل سوم

فصل چهارم: تأثیر رسانه بر دین و آموزه‌های آن

۵۷	۱-۴ مقدمه
۵۷	۲-۴ تأثیر منفی رسانه بر دین
۵۷	۱-۲-۴ ترویج ادیان انحرافی
۶۰	۲-۲-۴ ترویج فرقه‌های انحرافی (ایجاد انحراف در دین)
۶۲	۳-۲-۴ ترویج ادیان ساختگی
۶۴	۴-۲-۴ اشاعه خرافات و بدعت‌ها
۶۶	۵-۲-۴ ایجاد تفرقه در مذاهب اسلامی:
۶۷	۳-۴ تأثیر منفی رسانه بر آموزه‌های دینی
۶۸	۱-۳-۴ تفکر
۷۰	۲-۳-۴ خودشناسی
۷۱	۳-۳-۴ انسان محوری در برابر خدا باوری
۷۱	۴-۳-۴ اصالت دنیا و ماده گرایی در مقابل آخرت گرایی
۷۳	۵-۳-۴ ارزش و شخصیت زن
۷۴	۶-۳-۴ فلسفه عزاداری
۷۵	جمع بندی فصل چهارم

فصل پنجم: تبلیغات و تاثیرات رسانه دینی

۷۸	۱-۵ مقدمه
۷۸	۲-۵ ویژگی های تبلیغات رسانه دینی
۸۲	۳-۵ فرهنگ مصرف در رسانه دینی

- ۴-۵ تأثیر رسانه بر بیداری اسلامی ۸۵
- ۵-۵ نحوه طرح مباحث دینی در رسانه دینی ۹۱
- ۶-۵ تأثیر رسانه در گسترش فرهنگ حجاب و عفاف ۹۵
- ۷-۵ برخی از راه های مقابله با تبلیغات سوء رسانه ای ۹۷
- ۱-۷-۵ واکسیناسیون فرهنگی جامعه ۹۷
- ۲-۷-۵ گسترش و جذابیت، فعالیت ها و فراورده های فرهنگی ۹۷
- ۳-۷-۵ تشکیل اتاق فکر ۹۸
- ۵-۷-۵ استفاده از راهبرد های ویژه در مورد اقوام و اقلیت ها ۹۹
- ۶-۷-۵ خلع سلاح روانی اپوزیسیون ۱۰۰
- جمع بندی فصل پنجم ۱۰۳
- ۹-۵ خاتمه ۱۰۴
- ۱-۹-۵ خلاصه ۱۰۴
- ۲-۹-۵ استنتاج کلی ۱۰۶
- ۳-۹-۵ کاستی های تحقیق: ۱۰۷
- ۴-۹-۵ پیشنهادها : ۱۰۷
- فهرست منابع: ۱۰۷

فصل اول :

کلیات پژوهش

الف : کلیات تحقیق

۱-۱- مقدمه

حضور گسترده رسانه‌های جمعی در دنیای معاصر از جهات متعدد افکار عمومی را تحت تأثیر قرار داده است. در جهان امروز رسانه اعم از مطبوعات، سینما، رادیو، ... با انتقال ارتباطات و معلومات جدید و تبادل افکار عمومی سهم بسزایی در پیشرفت فرهنگ و تمدن بشری ایفا می‌کند. وسایل ارتباط جمعی با تولیدات فرهنگی متنوع، در سطح جهان انواعی از الگوها و قالب‌های رفتاری را به مخاطبان عرضه می‌دارند، که تحلیل محتوایی آنها نشان می‌دهد. بیش از هر چیز دین و معنویت آسیب پذیر است. روند تغییرات اجتماعی چنان سرعت یافته که اصیل ترین عرصه ی حیات بشری، تحت عنوان فرهنگ را نیز در نور دیده، و انسانها را در یک دگرگونی جدی فرهنگی قرار داده است. به طوری که فرهنگ آموخته شده ی پیشین در شرف اضمحلال است. رسانه های جمعی به دلیل ماهیت و محتوایی که دارند، از جمله متغیرهای تاثیر گذار در حوزه تغییرات جوامع امروزی هستند، چرا که با بررسی روند تحولات بسیار سریع در حوزه ی فناوری رسانه ای در دهه ها و سال های اخیر می توان تاثیر انفجاری آن را بر آرایش فرهنگی- دینی و اجتماعی جوامع مشاهده کرد. سرعت، سهولت و گستردگی روز افزون رسانه های جمعی جهانی، پیامدهای متفاوتی را در حوزه های فرهنگی- دینی و ملی در جوامع داشته است که می توان هویت دینی را به عنوان یکی از حوزه های تاثیر پذیر از آن دانست. شاید بتوان گفت که پیام های یکسان از سوی این دسته از رسانه ها، در جوامع مختلف اغتشاش- آشفستگی و بحران هویت را می تواند به دنبال داشته باشد. همین امر را می توان دلیلی بر لزوم مطالعه ی تاثیر رسانه های جمعی بر فرهنگ دینی دانست، به عبارت دیگر تغییرات فرهنگی و ساختاری متمایزی که در اواخر قرن بیستم رخ داده است، هویت های منسجم و پایدار را متزلزل ساخته و تعدد و تکثر منابع هویت یابی و تعلقات گروهی را ایجاد نموده است. با این حال باید گفت که مسئله فرهنگ دینی امروزه یکی از اساسی ترین مسائل پیشروی جوامع بشمار می رود که باید به آن توجه ویژه شود. خوشبختانه در خصوص موضوع رسانه کتاب‌های زیادی به نگارش درآمده است که

هر یک به نحوی برای جویندگان راه گشاست و هر چند که مطالب برای مخاطب روشن است لکن در جستجوی کشف حقایق و جهت پاسخگویی به نیازهای جامعه است که در همین راستا این تحقیق تشکیل شده است.

۱-۲ بیان مسئله:

بدون تردید مهمترین نقش و کارکرد وسایل ارتباط جمعی، پی جویی، گردآوری و انتشار پیام در موضوعات مختلف و انتقال آنها به عموم بدون در نظر گرفتن سلسله مراتب گروهی است. در عصر کنونی، آن دسته از رسانه های جمعی می توانند بیشترین تاثیر را بر مخاطب داشته باشند که زمینه های اعتماد را نسبت به خود فراهم سازند. رسانه ها از طریق پیام رسانی صحیح در فرایند شکل گیری افکار عمومی نسبت به خود تاثیر گذارند و از این طریق مخاطب را به سمتی سوق می دهند که با پذیرش رسانه، برایش منزلت و اعتباری قائل شوند و به پیامهایش اعتماد کنند. تحلیل محتوایی این برنامه ها و تولیدات نشان می دهد که بیش از هر چیز دین و معنویت آسیب پذیر شده است. در این خصوص برای رسانه دو کارکرد را می توان پیش بینی کرد:

۱- با کمترین دخل و تصرف، انعکاس دهنده واقعیت ها باشد

۲- نقش مداخله گری را در هر موضوعی ایفا کند، که در این حالت به رویدادها ورود پیدا کرده، آنها را دستکاری و جریان سازی خاصی را پدید آورد.

بی شک رسانه ها هر دو نقش را ایفا می کنند، اما آنچه که به نظر می رسد اهمیت بیشتری دارد، کارکرد اول است تا رسانه بتواند به یکی از عوامل مهم آگاهی و تحرک مردم تبدیل شود. هر چقدر رسانه انعکاس دهنده بهتر واقعیت ها باشد و مخاطبان از عملکرد های متنوع او خشنود باشند، زمان بیشتری برای توجه به رسانه، محتوا و برنامه هایش، هزینه می کنند که در افزایش اعتبار رسانه موثر است.

بنابراین مسئله پژوهش این است که تاثیر رسانه بر تحکیم و تضعیف عقاید دینی چیست؟ چه اصولی باید مورد توجه باشد تا ضمن رفع نیاز مخاطبان، افزایش اعتبار رسانه و اعتماد به آن تحقق یابد.

۱-۳ پیشینه تحقیق :

تاریخچه رسانه قدمتی به اندازه تاریخ بشر دارد. انسان موجودی اجتماعی است که برای گذران زندگی اش ناگزیر به برقراری ارتباط است بدین منظور، همواره از راه‌های گوناگونی استفاده کرده است. که عبارتند از قبیل، صحبت کردن، دود آتش، مساجد، قهوه خانه های قدیمی، روزنامه، تلگراف، تلفن، سینما، رادیو، تلویزیون، ویدئو، ماهواره و اینترنت که همگی از انواع رسانه های کاربردی در دنیا هستند.

درحوزه تاثیر رسانه تحقیقات بسیاری صورت گرفته، لیکن موضوع کارجدیدی محسوب می شود.

چندین اثر در قالب کتاب، مقاله و پایان نامه به چاپ رسیده است.
در قالب کتاب:

۱-۳-۱- کتاب رسانه شناسی با تدوین خانم نسرین دانایی شامل یازده فصل می باشد. ناشر در مقدمه بحث اهداف خود را تدوین و تالیف کتابی مناسب با نیاز دانشگاهیان، ارزان و با کیفیت مناسب عنوان کرده است. ایشان معتقد است که رسانه های نوین تاثیر بسیار زیادی بر تمامی جنبه های زندگی بشری از حوزه های فرهنگی و اجتماعی گرفته تا حوزه های سیاسی و اقتصادی داشته اند.
بررسی نقاط ضعف و قوت:

(رسانه شناسی) اثری است بسیار مختصر درباره رسانه و حوزه های مرتبط با آن و به نظر می رسد بر مبنای سر فصل های دانشگاه جامع علمی کاربردی تدوین شده است، بنابراین اختصار موضوعات قابل قبول به نظر می رسد اما همین اختصار، در بسیاری از بخش های کتاب به جامعیت اثر صدمه زده است. با ظهور انواع رسانه ها و به ویژه اینترنت بهتر بود در فصل یازدهم در کنار سواد رایانه ای به سواد اطلاعاتی نیز پرداخته می شد. با توجه به تاثیر گذاری شبکه های اجتماعی بر افکار عمومی، جای خالی مباحث مرتبط با رسانه های اجتماعی به خوبی احساس می شود. انتظار این بود که شبکه های اجتماعی، وب ۲، و بسیاری از حوزه های موضوعی مرتبط با رسانه های نوین در اثر حاضر مطرح شود.

حوزه اخلاق رسانه ای حاوی نکات قابل توجهی در اثر حاضر است. به ویژه آن که در فصل هشتم موضوع مهم وبا اهمیت اینترنت و کودک نیز مطرح می شود. مروری بر منابع و مآخذ اثر حاضر نشان می دهد که نگارنده محترم دقت نظر لازم در ارجاع نویسی را نداشته است. هیچ نظمی در فهرست منابع و مآخذ مشاهده نمی شود و یافتن منابع به سختی امکان پذیر است.

یکی از ویژگی های اثر حاضر ایجاز و خلاصه گویی نویسنده درباره موضوعات مطرح شده در اثر است. این اثر منبع مناسبی برای دانشجویان حوزه رسانه و ارتباطات است و برای دانشجویان رشته کتابداری و اطلاع رسانی نیز مفید است، به ویژه آن که برخی حوزه های مطرح در اثر به واسطه ماهیت میان رشته ای حوزه کتابداری و اطلاع رسانی، می تواند راهنمای مناسبی برای کتابداران باشد.

۱-۳-۲- کتاب مدیریت رسانه: نگاهی نو نوشته آقای عبدالعلی علی عسکری متولد ۱۳۳۷، ششمین رئیس سازمان صدا و سیما است. کتاب مورد نظر در سه بخش و ۱۴ فصل نوشته شده است. ایشان با پذیرش اصول علم مدیریت عمومی، به بیان تفاوت ماهوی بین کمپانی رسانه ای و سایر بنگاه های تجاری و صنعتی می پردازد و عنوان می کند که ادبیات مدیریت رسانه، متفاوت از ادبیاتی است که در مدیریت عمومی تولید می شود. نویسنده این تفاوت را با تمرکز بر ویژگی های اختصاصی وسایل ارتباط جمعی به ویژه در سازمان های رسانه ای بزرگ همچون سازمان صدا و سیما نشان می دهد. مولف در اثبات ادعای خود به انسان واره بودن رسانه تاکید دارد و اظهار می کند که ویژگی های انسانی در مدیریت یک کمپانی رسانه ای نقش اساسی را ایفا می نماید. در این کتاب به دیدگاه های مختلف همراه با مدیریت رسانه توجه و نظریه های مدیریت رسانه و مطالعات ارتباطی نیز گنجانده شده است.

بررسی نقاط ضعف و قوت:

با توجه به جدید بودن این حوزه مطالعاتی و به تبع آن، نقصان در ادبیات و محتوای آن، این کتاب در کنار سایر آثار معدودی که در حوزه مدیریت رسانه به رشته تحریر در آمده اند، می تواند به محتوای

مدیریت رسانه غنا بخشد، اما این اثر مانند سایر آثار نوشته شده برای این حوزه، خالی از کاستی هم نیست که در این مجال به آنها می پردازیم .

در حوزه مدیریت رسانه آثار تالیفی انگشت شماری هستند که به صورت نظری و برای تولید محتوا در این رشته نگارش یافته اند. کتاب حاضر یکی از این آثار است که بر پایه خصوصیات خاص سازمان رسانه ای و با اتکا به نظریه ها و تئوری های مدیریت رسانه و حوزه مطالعات ارتباطی نگارش یافته است، اما با توجه به حجم کم این کتاب که در ۱۸۰ صفحه نوشته شده است، به صورت کامل و بادیدی جامع تر نتوانسته است به زوایای مختلف این حوزه مطالعاتی جدید دست یابد و آن ها را بررسی و تحلیل کند. در کتاب به نظریه های انطباق پذیری در قالب مدیریت راهبردی رسانه به صورت نا محسوس اشاره شده است اما جای آنها در بافت اصلی متن خالی است. با نگاه علمی به بافت و ساختار محتوایی کتاب در می یابیم که نویسنده بر مفهوم انسان وارگی رسانه و تمایز آن از سایر سازمان ها تمرکز کرده است و خواننده را با مفاهیمی همچون انسان رسانه ای، مهندسی پیام آرایش رسانه ای و... آشنا می سازد، اما ادامه مطالب کتاب، اگر نویسنده به جای پرداختن به نظریه ها و تئوری های مدیریت رسانه و مطالعات ارتباطی، به بررسی رویکردهای جهانی نسبت به نگرش های نوین در مدیریت رسانه و مفاهیم ارتباطی تاثیر گذار در آن می پرداخت، زوایای مطالعاتی و تحقیقاتی جدیدی برای خوانندگان کتاب گشوده می شد. برای مثال، اقتصاد رسانه و فاکتورهای مطرح آن از شاخص های مطرح و جدید در کنار رویکرد های فرهنگی به مدیریت سازمان رسانه ای است.

۱-۳-۳- اصغر افتخاری کتابی با نام "رویکرد دینی در تهاجم فرهنگی" به چاپ رسانده است. این کتاب شامل تصویر و نمایی کلی از بعددینی تهاجم فرهنگی است. نویسنده در بخش نخست کتاب، ضمن بررسی پیشینه تاریخی تهاجم فرهنگی وضعیت تاریخی دین مسیحیت و یهودیت، را بیان می کند. در فصل دوم کتاب تعریف کاربردی و تحلیلی از واژه های دینی و تهاجم فرهنگی ارائه می دهد. فصل سوم با تعریف تخریب فرهنگی آغاز می شود. این فصل در برگیرنده مسایلی از قبیل ارزش زدایی،

خداشناسی، انسان شناسی، تقدس زدایی... می باشد. فصل چهارم مختص به دومین بعد از تهاجم فرهنگی یعنی تهدید دینی است، و شامل بحث در حوزه های ذیل می باشد: (۱) علم و دین (۲) دین و سیاست (۳) دین و دنیا

در فصل آخر کتاب بعد سوم از تهاجم فرهنگی یعنی ابزارهای تهاجم فرهنگی مورد بحث و بررسی قرار می گیرد.

در قالب مقاله:

۱-۳-۴- دکتر سروش فتحی و مهدی مختار پور مقاله ای با عنوان "بررسی نقش و تاثیر رسانه های نوین تصویری در تغییر سبک زندگی" نگاشته است. که به بررسی تاثیر رسانه در شکل گیری سبک زندگی پرداخته است. او می نویسد: رسانه در هر یک از جنبه های مختلف سبک زندگی، نظام ارزش و جهان بینی متفاوتی را ایجاد می کند که منجر به کنش های گوناگونی از جانب افراد می شود و باعث می شود تا افراد در حوزه های مختلف زندگی خود از جمله اوقات فراغت و شیوه گذران آن و نگرش به ازدواج، رفتارهای دینی، مد گرایی از الگوهای متفاوت پیروی کنند.

۱-۳-۵- عطیه ابراهیمی مقاله ای با عنوان "رسانه و نقش آن در خانواده" نگاشته است که در آن به این نکته می پردازد که رسانه با شکل دادن ارزش ها و هنجارهای فرهنگی و بازتاب آن ها، رفته رفته به مکانی تبدیل می شود که افراد در آن به دور از تعامل اجتماعی، در دنیای واقعی هویت خود را جست و جو میکنند. آن گاه ارزش ها و الگوهای رفتاری، نه در خانواده بلکه در رسانه ها با اهداف تجاری و تبلیغاتی خود، ایده های غیر واقع گرایانه ای را به تصویر می کشند، که اغلب بر خلاف تصور مخاطب، قابل تحقق نیستند.

در قالب پایان نامه:

۱-۳-۶- زهرا کتابی پایان نامه ای با عنوان "تاثیر رسانه های جمعی بر احساس امنیت اجتماعی" در دانشگاه نگاشته است.

۱-۳-۷- حسین مستقیمی پایان نامه ای با عنوان "جایگاه رسانه ها در جامعه دانایی والگوی مدیریتی مناسب" در دانشگاه علوم قرآنی ملایر نگاشته است.

در بررسی پیشینه تحقیق اذعان می شود که کتاب و پژوهشی تحت عنوان تاثیر رسانه بر تحکیم و تضعیف عقاید و فرهنگ دینی وجود ندارد.

۱-۴ ضرورت تحقیق:

رسانه‌ها به عنوان ابزارهایی که در اختیار مدرنیته قرار دارند، و قلمرو نفوذ آنها جهانی است در فرایند هویت سازی، نقش اساسی ایفا می کنند. با این وصف رسانه ها برای جامعه دینی یک تهدید محسوب می شوند. کثرت وسایل، ارتباط جمعی و تنوع هر یک از آنها موجب نفوذ به تمام ابعاد انسانی شده اند و چشم انداز تازه ای را برای مخاطبان گشوده اند، وسایل ارتباط جمعی به حکم انتقال دهنده فرهنگ، می توانند نقش بسزایی در هدایت و گمراهی مخاطبان ایفا کنند بنابراین باید با استفاده از آخرین دستاوردهای تکنولوژی مدرن و با کمک از وسایل مناسب تبلیغاتی از انحرافات و آسیب های آنان پیشگیری کرد. بیشتر رویکردها در نقد و بررسی رسانه حول محور تضعیف و تهاجم رسانه ای است، که در ارتباط با تاثیر منفی رسانه بر دین است. لیکن بررسی تاثیر مثبت رسانه بر دین می تواند راه های جدیدی برای پیشرفت دین مشخص کند.

۱-۵ سؤالات تحقیق

سؤال اصلی

رسانه چه نقشی در تحکیم و تضعیف عقاید و فرهنگ دینی دارد؟

سؤالات فرعی

۱- مفهوم و انواع رسانه چیست ؟

۲- آیا رسانه بر فرهنگ تأثیر می گذارد؟

۳- آیا رسانه بر دین و آموزه‌های آن تأثیر می گذارد؟

۴- آیا رسانه بر تحکیم عقاید دینی تأثیر می گذارد؟

۱-۶ فرضیه ها

فرضیه اصلی

امروزه رسانه‌ها پیام‌های خود را در قالب جذاب و با شگردهای تبلیغاتی عرضه می‌کنند تحلیل محتوایی این برنامه‌ها نشانگر، نمود پیدا کردن رفتارهای انحرافی چون پرخاشگری، اشاعه خرافات و بدعت‌ها، ترویج مد و مدگرایی و... است. البته باید توجه داشت که رسانه‌ها، همیشه دارای تاثیر منفی نیستند بلکه می‌توانند در تبلیغ و بیداری اسلامی موثر باشند.

فرضیه فرعی

- ۱- رسانه در مفهوم به معنای وسیله رسانیدن پیام است و انواعی دارد که عبارتند از نوشتاری، دیداری، شنیداری و غیره...
- ۲- رسانه با گسترش خود در جامعه انسانی می‌تواند تأثیر به سزایی در فرهنگ ملتها بگذارد.
- ۳- از آن جهت که عاملان رسانه و اهل سلطه تفکرات ضد دینی دارند رسانه را ابزاری برای تخریب و تغییر ادیان الهی قرار می‌دهند. و با توجه به وجود همه جانبه رسانه‌ها در زندگی فردی و اجتماعی انسان‌ها می‌توان گفت رسانه تأثیر زیادی بر آموزه‌های اعتقادی و عملی دین می‌گذارد.
- ۴- با رعایت ویژگی‌های رسانه دینی می‌توان تأثیرات مثبتی از رسانه بر تحکیم عقاید دینی به دست آورد.

۱-۷ روش تحقیق:

این پژوهش به صورت کتابخانه‌ای است. و درصدد هستیم که با توصیف و تحلیل زوایای مختلف موضوع از نشریات مختلف، سایت‌های معتبر، مقالات، پایان‌نامه‌ها... استفاده شود و برطبق مطالب جمع‌آوری شده به بررسی و تحلیل تاثیر رسانه بر تحکیم و تضعیف عقاید و فرهنگ دینی بپردازیم.

فصل دوم:

مفهوم شناسی