

عنوان مقاله:

نقش رسانه در توسعه فرهنگ وقف

محل انتشار:

اولین همایش ملی کارکرد وقف در توسعه انسانی با تاکید بر وقف علمی (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسنده:

محمد افشار - دانشجوکارشناسی ارشد دانشگاه فقه و مبانی حقوق، دانشگاه بین الملل امام خمینی(ره) قزوین

خلاصه مقاله:

با در نظر گرفتن چارچوب ساختارهای معین، شرایط اجتماعی و فرهنگی مشخص و مجموعه‌های از عوامل میانجی کارکردهای مختلفی را برای رسانه‌ها می‌توان برشمرد تا جایی که می‌توان گفت رسانه‌های گروهی در صورت رشد و توسعه مناسب و متناسب از توان بالایی در فرهنگ سازی، شکلهای به عقاید و باورها و تغییر عادات افراد جامعه بهره‌مند هستند و از طرفی نیز وابستگی انسان امروزی به رسانه‌ها و نفوذ فزاینده و تعیین کننده رسانه‌های مدرن در ابعاد گوناگون زندگی شخصی و اجتماعی همگان را به اذعان این نکته واداشته که پیامهای رسانه‌ای محرکهای پرقدرتی می‌باشند و اگر با خصوصیات فرهنگی و شخصیتی مخاطبان تطابق یابند، بیشترین و ماندگارترین اثرات را به همراه خواهند داشت. بر همین اساس رسانه‌ها می‌توانند در زمینه‌ی آشنایی جامعه با آثار و برکات وقف بسیار تاثیرگذار باشند. ازاینرو پژوهش حاضر، با روش توصیفی- تحلیلی در پی پاسخگویی به این سوال است که بین نقش برنامه‌های رسانه‌ای در حوزه وقف و افزایش وقف‌های جدید رابطه معنادار وجود دارد نتایج پژوهش حاضر نشان می‌دهد با شناسایی جایگاه و اهمیت نقش وقف و شناسایی متغیرهای تاثیرگذار برافزایش اقبال مردم به وقف و نقش رسانه و شناسایی متغیرهای تاثیرگذار برافزایش اقبال مردم به وقف نوین در این بین می‌توان گامی مهم در این عرصه برداشت.

کلمات کلیدی:

رسانه‌ها، کارکردهای رسانه، فرهنگ وقف، واقف

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/963467>

