



اولویت‌های پژوهشی

دانشکده دین و رسانه



اولویت‌های پژوهشی دانشکده دین و رسانه

صفحه‌آرا: محمد صادقی
طراح جلد: میلاد هاشمیان
نوبت چاپ: اول / ۱۳۹۹

قم- بلوار امین- دانشکده صدا و سیماقم
تلفن: ۰۲۵-۳۲۹۰۴۴۱۴
Qomirib.ac.ir

سخن نخست

دانشگاه های مرتبط با مراکز اجرایی، با رویکرد افزایش بهره وری و توسعه دانش در دستگاه اجرایی خود همواره درصدد هستند که با استفاده از نیرو های نخبه و کارآزموده پژوهش هایی در راستای نیازهای سازمانی خود به انجام برسانند و در راستای اهداف سازمان مربوطه گام مؤثر بردارند. این ویژگی ها، خصوصاً نزدیک بودن عرصه پژوهش به میدان عمل و تولید در رسانه ملی برای دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه صدا و سیما فرصت بسیار مناسبی برای تولید دانش نظری و کاربردی در حوزه نیازهای این سازمان فراهم می نماید.

دانشکده دین و رسانه، با هدف غنابخشی به محتوای دینی در آثار تولیدی رسانه، بر اساس دانش بومی و اسلامی و

به منظور تحقق رسانه تراز انقلاب اسلامی، همواره تلاش نموده است در انتخاب موضوعات پایان‌نامه‌ها، با نگاهی به نیازهای سازمان صدا و سیما، مباحث پژوهشی رسانه را با رویکرد دینی و اسلامی مورد بررسی قرار دهد. بر این اساس، اولویت‌های پژوهشی مندرج در این کتابچه، می‌تواند راهنمای دانشجویان در انتخاب موضوع پایان‌نامه بوده و نیز اساتید و پژوهشگران را در ارائه طرح‌های پژوهشی یاری رساند و نیز فرایند فعالیت‌های پژوهشی را در دانشکده تسهیل نماید. از پژوهشگران و اساتید تقاضا می‌شود نظرات و پیشنهادات خود را در خصوص این نوشتار، به واحد پژوهش دانشکده ارائه نمایند.

دانشکده دین و رسانه

مدیریت پژوهش

ارتباطات، رسانه و مسائل و مولفه‌های فرهنگی

الف. ارتباطات، دین و مفاهیم دینی در رسانه و برنامه‌های

رادیو و تلویزیون

— مسائل و جنبه‌های فقهی در

ارتباطات رسانه‌ای و برنامه‌های

رادیو تلویزیون

— مسائل و جنبه‌های اخلاقی در

ارتباطات رسانه‌ای و برنامه‌های

رادیو تلویزیون (اخلاق فردی،

اجتماعی، حرفه‌ای، کاربردی،

نظری، عملی)

— مسائل و جنبه‌های اعتقادی و

کلامی در ارتباطات رسانه‌ای و

برنامه‌های رادیو تلویزیون

— مناسک و آیین‌های دینی، ارتباطی و

رسانه‌ای، همچون مراسم اربعین،

حج، مناسبت‌های تاریخی و

اجتماعی، اعیاد و وفیات

— اصول و فروع دین؛ مفاهیمی مانند

خداشناسی، وحی، قیامت، برزخ،

جهاد، عدالت، عبادات همچون

نماز و روزه، شیطان، جن، پیامبران،

امامان و معصومین علیهم‌السلام و دوران

حکومت آنها

ب. ارتباطات و مسائل و مولفه‌های مرتبط با هویت

— هویت فردی در ارتباطات و

- برنامه‌های رادیو و تلویزیون
- هویت اجتماعی در ارتباطات و
برنامه‌های رادیو و تلویزیون
- هویت ملی در ارتباطات و
برنامه‌های رادیو و تلویزیون
- هویت دینی در ارتباطات و
برنامه‌های رادیو و تلویزیون
- هویت خانوادگی در ارتباطات و
برنامه‌های رادیو و تلویزیون
- هویت جنسیتی در ارتباطات و
برنامه‌های رادیو و تلویزیون
- هویت فرهنگی در ارتباطات و
برنامه‌های رادیو و تلویزیون
- هویت تمدنی در ارتباطات و

برنامه‌های رادیو و تلویزیون

ج. ادبیات اسلامی و انقلابی در سیاست‌گذاری‌ها،

برنامه‌ریزی‌ها و تبلیغات دینی در رسانه و رادیو تلویزیون

— ارزش‌های انقلاب اسلامی و

منویات حضرت امام خمینی (ره) و

رهبر معظم انقلاب اسلامی،

عدالت فرهنگی، فضائل اخلاقی و

رفتارها، الگوهای بومی و اسلامی

در اندیشه و عمل

— استقلال فرهنگی، وحدت و وفاق

اجتماعی، ارتقاء اعتماد به نفس،

خودباوری، امیدآفرینی، تجمل

گرایی، بهره‌مندی از خصائص

فرهنگی همچون خط و زبان

فارسی، آداب و رسوم

— تحلیل پیام‌های ارتباطی در اخبار و

جریان سازی‌های رسانه‌ای،

مشارکت‌های اجتماعی - سیاسی،

انتخابات، بحران‌های اجتماعی -

سیاسی و بین‌المللی

— انقلاب اسلامی و ارتباطات بین

المللی، رسانه‌های ملی، منطقه‌ای و

بین‌المللی، دیپلماسی رسانه‌ای،

امپریالیسم خبری و فرهنگی و

هژمونی ارتباطی، اسلام‌هراسی و

ایران‌هراسی، جهانی سازی و ...

ارتباطات، رسانه‌های سنتی و نوین و مفاهیم مرتبط

- شناخت رادیو و تلویزیون، سینما، فضای مجازی، ماهواره، بازی‌های رایانه‌ای، اینترنت، شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های اجتماعی، تلویزیون‌های کابلی و (IPTV)ها
- تحلیل و بررسی همگرایی رسانه‌ای، دین رسانه‌ای و رسانه دینی، واقعیت مجازی، زندگی دوم و ...
- تحلیل و بررسی مخاطب؛ میل، نیاز و مصلحت در اخبار و برنامه‌های تفریحی و سرگرم‌کننده و آموزشی، مخاطبان تعاملی، وب هوشمند و ...

- مدیریت و سیاستگذاری رسانه ای،
برنامه ریزی، نظارت و ارزیابی در
رسانه ملی و بین المللی (نقد و
تطبیق)

ارتباطات، رسانه و مسائل و مولفه‌های اجتماعی

- کارکردهای رسانه در ارتباطات با
نهاد خانواده، نهاد دین، ساختارهای
آموزشی و فرهنگی، ازدواج سالم،
جوانان، جمعیت، سبک زندگی،
جامعه مهدوی، نظم اجتماعی،
تهاجم فرهنگی، شادی، طنز،
موسیقی، مرجعیت دینی، فکری
، فرهنگی و بازنمایی‌های رسانه‌ای

ارتباطات؛ نظریات رسانه‌ای و مدل‌های دینی

- شناخت و تحلیل عناصر، زمینه‌های ارتباطی، شرایط در دیدگاه‌های عالمان، کتب آسمانی، صاحب‌نظران دینی و سکولار، سنت‌های ارتباطی در رابطه با رسانه
- مدل‌ها، نظریات، هنجارها و مسئولیت‌های ارتباطی، حقوقی و رسانه‌ای در نگاه دینی و اسلامی
- کارکردهای تربیتی، اخلاقی، تبلیغی، سرگرمی، آموزشی و ... تبلیغات بازرگانی، ستاره‌سازی‌ها، اسطوره‌سازی‌ها، الگوها و ... با رویکرد دینی در رسانه و برنامه‌های

رادیو تلویزیون

- انحرافات محتوایی و اجتماعی و فرهنگی در رسانه و برنامه‌های رادیو و تلویزیون مانند خرافه‌گرایی، سکولاریسم، مکاتب ماتریالیستی و عرفان‌های نوظهور، شبهه افکنی‌ها، نماد سازی‌ها و بدآموزی‌های اخلاقی، رفتاری و فرهنگی در رسانه و برنامه‌های رادیو و تلویزیون

مباحث هستی‌شناسی رسانه‌ای

- بررسی و نقد دیدگاه‌های هستی‌شناختی رسانه در اسلام
- بررسی و نقد هستی‌شناسی

ارتباطات و مبانی فلسفی نظریات

ارتباطی

— بررسی و نقد مبانی هستی‌شناسی

حاکم بر روش‌های کمی و کیفی

تحقیق در ارتباطات با تاکید بر

تأثیرات رسانه‌ها

— بررسی و نقد ماهیت فناوری‌ها و

تکنولوژی رسانه‌ای و تأثیرات

انسان‌شناختی

مباحث معرفت‌شناسی رسانه‌ای

— تحلیل انتقادی فلسفه‌های رسانه

— معرفت‌شناسی ارتباطات از منظر

دین اسلام (و بررسی تطبیقی)

- فلسفه ارتباطات میان فرهنگی
(بررسی تطبیقی)
- معرفت‌شناسی واقعیت مجازی و
نسبت آن با وسایل ارتباط جمعی
- هویت مجازی، هویت حقیقی و
واقعیت رسانه‌ای (تطبیقی)
- صنعت فرهنگ، فرهنگ دیجیتال،
فرهنگ و چرخش تصویری و نسبت
آن با اسلام و مدرنیسم
- معنا، انتقال معنا و هویت معنایی در
نسبت رسانه‌های مدرن و
علوم‌شناختی
- معرفت‌شناسی و روش‌های تحقیق
کمی و کیفی در نسبت پارادایم

اسلامی

- نظریه‌های علوم اجتماعی، هنجاری و کاربردی برای فهم متعارف در تناسب با رویکردهای اسلامی
- پراگماتیسم رسانه‌ای و تاثیرات رفتاری بر انسان
- بازنمایی‌ها در فلسفه نظری رسانه
- واقعیت و واقع‌گرایی‌ها در فلسفه نظری رسانه
- روش‌شناسی‌های هرمنوتیکی، پدیدارشناسی و دیدگاه‌های انتقادی در رسانه

مباحث زیبایی‌شناختی رسانه‌ای

- فلسفه فیلم با رویکرد انتقادی
- فلسفه هنر، دین و سینما
- زیبایی‌شناسی مدرن و نسبت آن با
زیبایی‌شناسی سنتی
- مبانی هستی‌شناسی و
معرفت‌شناسی مکاتب اصلی فلسفه
هنر با تأکید بر زیبایی‌شناسی

مباحث اخلاقی رسانه‌ای

- اخلاق تکنولوژی و رسانه‌های مدرن
در نسبت تولید پیام و ...
- تقلیل‌گرایی، فوریت و تزریق معنا در
رسانه

— رویکردهای اخلاقی در رسانه

تولید و تلویزیون

— پژوهش برنامه‌ای: الزامات، آسیب‌ها

و روش‌ها

— چشم‌اندازهای نوین برنامه‌سازی

— الزامات دینی (فرهنگ دینی) در

الگوبرداری از برنامه تلویزیونی

دیگر کشورها

— زیبایی‌شناسی تلویزیون با رویکرد

دینی

— ساختار برنامه‌های تلویزیونی و

مفاهیم دینی

— کاربرد رسانه و فناوری جدید در

شکل‌گیری قالب‌ها و برنامه‌های

جدید تلویزیونی

— بررسی بازنمایی شخصیت مرد و

زن در برنامه‌های تلویزیونی

— الزامات تقلید یا ابداع در تولید

برنامه‌های تلویزیونی

— بازنمایی مفاهیم قرآنی در

برنامه‌های تلویزیونی

فیلم‌نامه و تلویزیون

— ساختارهای روایت و فیلمنامه با

رویکرد دینی

— تحلیل قصص قرآن از منظر

روایت‌شناسی

اولویت‌های پژوهشی دانشکده دین و رسانه ■ ۲۰

- دین و فیلم نامه دینی؛ نظریه‌ها و آراء
- بررسی ساختارهای روایی آثار
نمایشی تلویزیونی
- فیلم نامه و راهکارهای انتقال
مفاهیم دینی
- واکاوی نسبت فرم و محتوا در فیلم
نامه دینی
- بایسته‌های جنبه‌های نمایشی برای
اقتباس از قصص قرآنی
- بررسی جنبه‌های نمایشی برای
اقتباس از متون کهن و معاصر دینی
- بررسی نشانه‌ها و معنا در فیلمنامه
دینی
- بررسی و تطبیق مضامین انقلابی و

- دینی در آثار نمایشی و فیلم نامه‌ها
- راهیابی مولفه‌های دینی از متون
- دینی به نمایشنامه و فیلم نامه
- تحلیل و بررسی عناصر فیلم نامه
- دینی (شخصیت پردازی خیر و شر
- و ...)
- بررسی و تطبیق مضامین انقلابی و
- دینی در آثار نمایشی و فیلم نامه‌ها
- تحلیل ادبیات پایداری در فیلم
- نامه‌ها
- عوامل جذابیت فرم‌های بلند (رمان
- و حماسه) برای سریال نویسی

مطالعات دین و فیلم

- فلسفه فیلم با رویکرد انتقادی
- فلسفه هنر؛ دین و سینما
- نظریه دینی فیلم
- بازنمایی مفاهیم دینی در رسانه
- مطالعه ژانر در حوزه فیلم تلویزیونی و دین؛ آسیب‌ها و ظرفیت‌ها