



جمهوری اسلامی ایران

وزارت علوم، تحقیقات و فناوری

برنامه درسی

مقطع کارشناسی ارشد

دین و رسانه

کارگروه ویژه جامعه‌شناسی



مصوبه هشتصد و چهارمین جلسه شورای برنامه‌ریزی آموزش عالی

وزارت علوم، تحقیقات و فناوری مورخ ۹۱/۶/۱۹

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

برنامه درسی مقطع کارشناسی ارشد دین و رسانه

کمیته تخصصی:

گرایش:

کد رشته:

کارگروه ویژه: جامعه‌شناسی

رشته: دین و رسانه

مقطع: کارشناسی ارشد

شورای برنامه‌ریزی آموزش عالی، در هشتصد و چهارمین جلسه مورخ ۹۱/۶/۱۹، برنامه درسی مقطع کارشناسی ارشد رشته دین و رسانه را به شرح زیر تصویب کرد:

ماده ۱: برنامه درسی مقطع کارشناسی ارشد رشته دین و رسانه از تاریخ تصویب برای کلیه دانشگاهها و مؤسسات آموزش عالی کشور که مشخصات زیر را دارند، لازم‌الاجراء است:

الف) دانشگاهها و مؤسسات آموزش عالی که زیر نظر وزارت علوم، تحقیقات و فناوری اداره می‌شوند.

ب) مؤسساتی که با اجازه رسمی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری و بر اساس قوانین تأسیس می‌شوند و تابع مصوبات شورای گسترش آموزش عالی هستند.

ماده ۲: این برنامه از تاریخ ۹۱/۶/۱۹ برای دانشجویانی که از این تاریخ به بعد وارد دانشگاه می‌شوند، لازم‌الاجراء است.

ماده ۳: برنامه درسی مقطع کارشناسی ارشد رشته دین و رسانه در سه فصل: مشخصات کلی، جداول دروس و سرفصل دروس برای اجراء به دانشگاهها و مؤسسات آموزش عالی ابلاغ می‌شود.

رای صادره هشتصد و چهارمین جلسه شورای برنامه‌ریزی آموزش عالی مورخ ۹۱/۶/۱۹ درخصوص برنامه درسی مقطع کارشناسی ارشد رشته دین و رسانه:

۱. برنامه درسی مقطع کارشناسی ارشد رشته دین و رسانه که از طرف دانشکده صدا و سیما ی قم

پیشنهاد شده بود، با اکثریت آراء به تصویب رسید.

۲. این برنامه از تاریخ تصویب به مدت پنج سال قابل اجراء است و پس از آن نیازمند بازنگری است.



حسین نادری منشل

نایب رئیس شورای برنامه‌ریزی آموزش عالی

سعید قدیمی

دبیر شورای برنامه‌ریزی آموزش عالی

مشخصات کلی دوره کارشناسی ارشد

« دین و رسانه »



۱- تعریف و هدف

رشته « دین و رسانه » نگاهی است بین رشته‌ای به رسانه به عنوان یک منبع فرهنگ ساز در ارتباط با دین به عنوان حقیقتی برای دست یابی بشر به سرچشمه حیات ناب از جانب مبدا و انتهای عالم هستی، با این نگاه رشته دین و رسانه، با هدف انجام مطالعات توصیفی و تحلیلی بین این دو مقوله مهم و ایجاد ارتباط منطقی بین آنها رسانه شکل خواهد گرفت و با تکیه بر تجارب و مطالعات نظری حوزه‌های علوم دینی شیعی و سایر حوزه‌های مطالعاتی این رشته به بررسی تعامل و تأثیر متقابل « دین » و رسانه تمرکز خواهد داشت. بنابراین این رشته مطالعاتی نظری و بنیادی در رابطه با دین و به ویژه مکتب فقه تشیع و تعامل آن با رسانه تلویزیون، رادیو و چند رسانه‌ای است که نتایج علمی و کاربردی فراوانی در نحوه کاربست مفاهیم دینی در عرصه رسانه را به همراه خواهد داشت.

۲- ضرورت ایجاد رشته

به رغم گذشت چند دهه از تجربه تأسیس رشته‌های علوم اجتماعی، ارتباطات و رسانه در هیچ یک از مراکز آموزش عالی کشور به طور عام و در بخش تحصیلات تکمیلی به طور خاص مطالعات میان رشته‌ای در حوزه علوم مذکور و حوزه دین دنبال نشده است و بطور معمول هر یک از این علوم در قالب‌های مستقل مورد بررسی قرار گرفته است.

لذا عدم سریان دین در حوزه‌های جدید و نبودن مبانی اندیشه‌ای و فکری برخاسته از اندیشه‌های اسلامی جهت کاربست در رسانه‌ها موجب از دست رفتن بخش‌های مهم و جدی حوزه فرهنگ که از مهم‌ترین، عام‌ترین و اثر گذارترین نهادهای اجتماعی جدید در مقایسه با سایر حوزه‌ها و نهادهای اجتماعی است شده است.

از این رو پیرو سفارش مقام معظم رهبری (مد ظله) مبنی بر نزدیک کردن و رساندن رسانه ملی - به عنوان رسانه فرهنگ‌ساز - به تراز رسانه‌ای که دین، اخلاق، امید و آگاهی بارزترین نمود آن باشد و رفتار اجتماعی مخاطبان و از نهاد حساس و مهمی چون خانواده براساس آن شکل گیرد. همچنین لزوم حاکمیت دین، اخلاق و فضیلت بر سازمان صدا و سیما به مثابه دانشگاه عمومی جهت اجرای مأموریت «مدیریت و هدایت افکار عمومی جامعه» به منظور تعمیق و ارتقای «معرفت و ایمان روشن بینانه»، «اخلاق فاضله» و «رفتار دینی خالصانه» آحاد جامعه و حفظ و اعتلای فرهنگ و هویت ایرانی موجب شد که تلاش در جهت توسعه و بهبود وضعیت آموزش دانشکده صدا و سیما در سایه درایت و تدبیر ارزشمند مسئولان سازمان را تقویت نموده و منجر به برخی از تغییرات و تحولات در امر آموزش از جمله ایجاد این رشته شود.



۳- واحدهای درسی

از آنجا که رشته دین و رسانه، دارای رشته کاملاً مرتبط با خود در سطح کارشناسی نیست، گروه آموزشی می تواند به تشخیص خود، تا سقف ۱۲ واحد از دروس جبرانی معرفی شده را، قبل از دروس اصلی، برای ارتقاء سطح علمی دانشجویان ورودی ارائه نماید. این دروس در معدل نهائی کارشناسی ارشد لحاظ نخواهند شد.

تعداد واحد	عنوان دروس
۸ تا ۱۲ واحد	دروس جبرانی

تمامی دانشجویان کارشناسی ارشد دین و رسانه، موظف هستند علاوه بر دروس جبرانی، ۳۲ واحد درس اصلی را به شرح ذیل بگذرانند.

تعداد واحد	عنوان دروس	دروس اصلی
۱۸ واحد	الزامی	
۸ واحد	اختیاری	
۶ واحد	پایان نامه	
۳۲	جمع	

۴- شرایط ورود، طول دوره، ادامه تحصیل و شکل نظام

فارغ التحصیلان سطح ۲ حوزه علمیه و دوره کارشناسی رشته های علوم انسانی مجاز به شرکت در دوره کارشناسی ارشد دین و رسانه هستند؛ اولویت تحصیلی با طلاب دارای سطح ۲ حوزه علمیه و فارغ التحصیلان دوره کارشناسی رشته های علوم ارتباطات و علوم اجتماعی می باشد.



فارغ التحصیلان این رشته قادر خواهند بود در گرایش های مختلف رشته ارتباطات و علوم اجتماعی در مقاطع بالاتر ادامه تحصیل بدهند.

طول دوره تحصیلی در این رشته، حداقل دو سال و حداکثر آن سه سال پیش بینی شده است. در قبال گذراندن هر ۱۲ واحد از دروس جبرانی، یک ترم به حداکثر مدت تحصیل افزوده می شود.

دروس به صورت ترمی واحدی ارائه می گردد و هر واحد درسی نظری ۱۶ ساعت و دروس عملی ۳۲ ساعت می باشد.

۵- نقش و توانایی فارغ التحصیلان

فارغ التحصیلان این رشته در حوزه های مختلفی از مشاغل تحقیقاتی، آموزشی و اجرایی خدمات مورد نیاز رسانه را تأمین خواهند نمود از جمله:

- مراکز تحقیقات رسانه ای
- حوزه های سیاستگذاری و برنامه ریزی رسانه ای (انجام پژوهش های بنیادی و کاربردی)
- تدریس در مراکز آموزشی رسانه ای
- مشاغل کارشناسی و مشاوره ای در حوزه دین و رسانه
- تأمین مواد فرهنگی برای بخش برنامه سازی رسانه
- کارشناس محتوایی برنامه های رسانه
- کارشناسی و ارزیابی فرایند تولید پیام



فهرست دروس

جبرانی و اصلی (الزامی و اختیاری)

دوره کارشناسی ارشد

دین و رسانه



فهرست دروس جبرانی دوره کارشناسی ارشد دین و رسانه

ردیف	شماره درس	نام درس	تعداد واحد	نظری	عملی	جمع
۱	۱۱۰۰۱	تاریخ تحولات فرهنگی و سیاسی معاصر	۲	۳۲		۳۲
۲	۱۱۰۰۲	مطالعات دینی فیلم	۲	۳۲		۳۲
۳	۱۱۰۰۳	مبانی اندیشه غربی	۲	۳۲		۳۲
۴	۱۱۰۰۴	مبانی نشانه شناسی	۲	۳۲		۳۲
۵	۱۱۰۰۵	مبانی اندیشه اسلامی	۲	۳۲		۳۲
۶	۱۱۰۰۶	زبان تخصصی علوم ارتباطات	۲	۳۲		۳۲



فهرست دروس اصلی - الزامی دوره کارشناسی ارشد دین و رسانه

ردیف	شماره درس	نام درس	تعداد واحد	نظری	عملی	جه ع	پیش نیاز
۱	۱۱۰۱۲	نظریه‌های ارتباطات	۲	۳۲		۳۲	دروس ۴۰ و ۱۲ از دوره کارشناسی علوم ارتباطات
۲	۱۱۰۱۳	روش‌های تحقیق کمی	۲	۱۶	۳۲	۴۸	درس ۷ از دوره کارشناسی علوم ارتباطات
۳	۱۱۰۱۴	رویکردهای مختلف دین پژوهی	۲	۳۲		۳۲	ندارد
۴	۱۱۰۱۵	نظریه فرهنگی	۲	۳۲		۳۲	دروس ۱۸ و ۵ از دوره کارشناسی علوم ارتباطات
۵	۱۱۰۱۶	روش‌های تحقیق کیفی	۲	۱۶	۳۲	۴۸	ندارد
۶	۱۱۰۱۷	سیاستگذاری و مدیریت در رسانه	۲	۳۲		۳۲	ندارد
۷	۱۱۰۱۸	دین در رسانه	۲	۳۲		۳۲	ندارد
۸	۱۱۰۱۹	رسانه دینی	۲	۳۲		۳۲	درس ۳۴ از دوره کارشناسی علوم ارتباطات
۹	۱۱۰۲۰	دین، فرهنگ و اسطوره	۲	۳۲		۳۲	ندارد
۱۰		پایان نامه	۶				



فهرست دروس اصلی - اختیاری دوره کارشناسی ارشد دین و رسانه

ردیف	شماره درس	نام درس	تعداد واحد	نظری	عملی	جمع	پیش نیاز
۱	۱۱۰۲۱	اخلاق و رسانه	۲	۳۲		۳۲	ندارد
۲	۱۱۰۲۲	فقه و رسانه	۲	۳۲		۳۲	ندارد
۳	۱۱۰۲۳	حکمت و رسانه	۲	۳۲		۳۲	ندارد
۴	۱۱۰۲۴	تاریخ و رسانه	۲	۳۲		۳۲	ندارد
۵	۱۱۰۲۵	موقعیت جهانی ادیان	۲	۳۲		۳۲	ندارد
۶	۱۱۰۲۶	جامعه شناسی تبلیغات	۲	۳۲		۳۲	۱۱۰۱۲
۷	۱۱۰۲۷	جهان سوم و امپریالیسم ارتباطی و خبری	۲	۳۲		۳۲	ندارد
۸	۱۱۰۲۸	شناخت سازمان های رسانه ای	۲	۳۲		۳۲	۱۱۰۱۷
۹	۱۱۰۲۹	جهانی شدن و فرهنگ	۲	۳۲		۳۲	۱۱۰۱۵
۱۰	۱۱۰۳۰	مطالعات انتقادی در ارتباطات	۲	۳۲		۳۲	۱۱۰۱۵
۱۱	۱۱۰۳۱	فلسفه علوم اجتماعی	۲	۳۲		۳۲	ندارد
۱۲	۱۱۰۳۲	جامعه شناسی دین	۲	۳۲		۳۲	ندارد
۱۳	۱۱۰۳۳	سمینار مطالعات دین و رسانه	۲	۳۲		۳۲	۱۱۰۱۸ و ۱۱۰۱۹
۱۴	۱۱۰۳۴	تکنولوژی های جدید ارتباطات	۲	۳۲		۳۲	ندارد
۱۵	۱۱۰۳۵	رسانه ها و فرهنگ مصرف	۲	۳۲		۳۲	۱۱۰۱۵
۱۶	۱۱۰۳۶	ارتباطات جمعی در ایران و کشورهای اسلامی	۲	۳۲		۳۲	ندارد
۱۷	۱۱۰۳۷	مطالعات فضای مجازی	۲	۳۲		۳۲	۱۱۰۱۲
۱۸	۱۱۰۳۸	ارتباطات در فرهنگ و تمدن اسلامی	۲	۳۲		۳۲	ندارد



سرفصل دروس

دروس اصلی

(الزامی - اختیاری)



سرفصل دروس

الزامی



نام درس : نظریه‌های ارتباطات

تعداد واحد : ۲

نوع واحد: نظری

شماره درس : ۱۱۰۱۲

پیش نیاز : دروس ۴۰ و ۱۲ از دوره کارشناسی علوم ارتباطات

هدف درس :

آشنایی، نقد و بررسی مدل‌ها و چارچوب‌های نظری معطوف به توصیف، تحلیل، تبیین فرایندهای ارتباطی و الزامات هنجاری آنها. تسلط دانشجویان بر چگونگی استفاده نظریه‌های و حوزه‌های کاربردی آنها

شرح درس :

- ماهیت نظریه و دانش پژوهی
- نظریه در فرآیند تحقیق
- نظریه سیستم
- نظریه‌های زبان و نشانه‌ها
- نظریه‌های گفتمان
- نظریه‌های تولید پیام
- نظریه‌های دریافت و پردازش پیام
- نظریه‌های تعامل نمادین، نمایش گرایی و روایت
- نظریه‌های واقعیت اجتماعی و فرهنگی
- نظریه‌های تجربه و تفسیر
- نظریات پست مدرن
- کاربردها و محدودیت‌های نظریه ارتباطات



منابع:

۱. نظریه‌های ارتباطات، استیفن، لیتل جان، ترجمه: سید مرتضی نوربخش و اکبر میرحسینی
۲. کاربرد نظریه‌های ارتباطات، ویندال و دیگران، ترجمه: علی رضا دهقان
۳. نظریه‌های ارتباطات، ورنر جی سورین و جیمز تانکارد، ترجمه: علی رضا دهقان
۴. درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی، دنیس، مک کوایل، ترجمه: پرویز اجلالی
۵. نظریه‌های ارتباطات (مفاهیم انتقادی در مطالعات رسانه ای و فرهنگی): پل کوبلی؛ سعیدرضا عاملی، شاهر صبار و...؛ تهران. پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی، (دوره ۴ جلدی)
۶. نظریه‌ها و پژوهش‌ها در ارتباطات جمعی، الکسیس تن؛ ترجمه نعیم بدیعی؛ انتشارات همشهری
۷. نظریه‌های انتقادی رسانه گروهی، پل ای تیلور، جان ال هریس؛ مترجم: یعقوب نعمتی وروجنی؛ انتشارات جام جم

۸. نظریه‌های رسانه(اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی)، سیدمحمد مهدی؛ انتشارات همشهری
۹. نظریه‌های رسانه جامعه‌شناسی ارتباطات؛ نظام بهرامی کمیل؛ انتشارات



۱۰. Communication theory: media, technology and society ;David Holmes; SAGE, ۲۰۰۵
۱۱. Communication Theory; C. David Mortensen(Editor) ;Transaction Publishers; ۲۰۰۹
۱۲. Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future; Stanley J. Baran, Dennis K. Davis; Cengage Learning ; ۲۰۱۱
۱۳. Communication theories :perspectives, processes, and contexts; Katherine Miller; McGraw-Hill; ۲۰۰۴
۱۴. Communication Theories: Origins, Methods and Uses in the Mass Media: International Edition; Werner J. Severin, James W. Tankard; Addison Wesley Longman; ۲۰۰۹
۱۵. Communication Theories: Critical Concepts in Media And Cultural Studies ;Paul Cobley; Routledge; ۲۰۰۶
۱۶. Mass Communication Theories: Explaining Origins, Processes, and Effects; Melvin L. DeFleur ; Allyn & Bacon; ۲۰۰۹
۱۷. Theories of Communication Networks; Peter R. Monge, Noshir S. Contractor; Oxford University Press; ۲۰۰۳

نام درس : روشهای تحقیق کمی

تعداد واحد : ۲

نوع واحد : نظری

شماره درس : ۱۱۰۱۳

پیش نیاز : درس ۷ از دوره کارشناسی علوم ارتباطات

هدف درس :

تسلط دانشجویان بر چگونگی استفاده از روشهای تحقیق کمی در ارتباطات

شرح درس :

- ویژگیها و نقاط ضعف و قوت روشهای تحقیق کمی در مقایسه با روشهای تحقیق کیفی
- انواع تحقیق کمی (از نظر هدف، سطح، زمان، و ...)
- مراحل روشهای تحقیق کمی
- روش پیمایشی
- روش تحلیل ثانویه داده‌ها
- تحلیل آمارهای موجود
- روش کیو
- روش دلفی
- روش آزمایشی
- روش تحلیل محتوا
- آشنایی با روش‌های تحلیل کمی (روش‌های تک متغیره، دو متغیره و چند متغیره)



منابع:

۱. تحقیق در رسانه‌های جمعی، راجودی. ویمر و جوزف آر. دومینیک، ترجمه کاووس سید امامی
۲. روشهای پژوهش در علوم اجتماعی، چاوزانکفورد و دیوید تجمیاس، ترجمه دکتر فاضل لاریجانی و رضا فاضل
۳. روشهای تحقیق در علوم اجتماعی، باقر ساروخانی
۴. روشهای تحقیق در علوم اجتماعی، ارل بی. ترجمه رضا فاضل
۵. روش پیمایشی در تحقیق اجتماعی، نوشته دوس، ترجمه دکتر عبدالحسین نیک گهر
۶. تحلیل محتوی در علوم اجتماعی و انسانی، آل - آرهولستی، ترجمه: دکتر نادر سالارزاده امیری
۷. تحلیل محتوی مبانی روش‌شناسی، کلوس کریپندروف، ترجمه هوشنگ ناییبی

نام درس : **رویکردهای مختلف دین پژوهی**

تعداد واحد : ۲

نوع واحد : نظری

شماره درس : ۱۱۰۱۴

پیش نیاز : ندارد

هدف درس :

آشنایی با رویکردهای مختلف علمی و پژوهشی درون دینی و برون دینی در مطالعه آموزه‌ها و جلوه‌های عینی دین در عرصه‌های مختلف زندگی فردی و اجتماعی و نحوه تعامل پدیده‌ها و نهادهای دینی با سایر پدیده‌ها و نهادهای اجتماعی.

شرح درس :

- بررسی تعاریف دین و گونه شناسی آنها
- معرفی اجمالی رویکردهای مختلف دین پژوهی (کلامی ، فلسفی ، انسان شناختی ، روان شناختی ، جامعه شناختی ، مردم شناختی ، تاریخی و...) و نحوه ارتباط آنها با یکدیگر
- سنخ شناسی مطالعات درون دینی و برون دینی ، مختصات و ویژگی‌های هر یک
- وجوه تمایز میان دین پژوهی‌های سنتی و دین پژوهی‌های نو ظهور معاصر
- روش شناسی گونه‌های مختلف دین پژوهی
- آسیب شناسی گونه‌های مختلف دین پژوهی
- گونه‌شناسی دینداری (خواص و عامیانه)



منابع :

۱. اصول و فنون پژوهش در گستره دین پژوهی؛ احد فرامرز قراملکی، قم ؛ مرکز مدیریت حوزه علمیه قم، ۱۳۸۳
۲. آسیب شناسی دین پژوهی معاصر: تحلیل دین شناسی شریعتی، بازرگان و سروش؛ عبدالحسین خسرو پناه؛ تهران؛ پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی ، ۱۳۸۸
۳. پدیدارشناسی دین ؛ محمود خاتمی؛ تهران، پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی؛
۴. دین پژوهی در جهان معاصر: ابزار جدید، شبهات جدید؛ دبیرخانه دین پژوهان کشور؛ قم؛ احیاگران؛ ۱۳۸۱

۵. دین پژوهی: گفتگو با استاد فتح الله مجتبیایی؛ مسعود رضوی؛ تهران؛ شهر کتاب، هرمس؛ مرکز بین

المللی گفتگوی تمدنها؛ ۱۳۸۰

۶. درآمدی بر قلمرو دین؛ حسنعلی علی اکبریان؛ تهران؛ پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی؛ ۱۳۷۷

۷. تحول فهم دین: نقدی فشرده بر نظریه قبض و بسط تئوریک شریعت؛ احمد واعظی؛ تهران؛ موسسه

فرهنگی اندیشه معاصر؛ ۱۳۷۶

۸. جامعه شناسی دین، ملکم، همیلتون، ترجمه: محسن ثلاثی

۹. درآمدی بر جامعه شناسی دین، فیل، زاگرم، ترجمه: خشایار دیهمی

۱۰. هفت نظریه در باب دین، دانیل پالس، ترجمه: محمد عزیز بختیاری

۱۱. مطالعات مردم شناختی دین، برایان، موریس، ترجمه: حسین شرف الدین، محمد فولادی

۱۲. دین و فرهنگ (مجموع مقالات)، میرچا، الیاده، جمعی از مترجمان، زیر نظر بهاء الدین خرمشاهی



نام درس : **نظریه های فرهنگی** تعداد واحد : ۲ واحد نوع واحد : نظری

شماره درس : ۱۱۰۱۵ پیش نیاز : درس ۵ و ۱۸ از دوره کارشناسی علوم ارتباطات

هدف درس :

آشنایی، نقد و بررسی بنیان‌های تئوریک، مفاهیم و مکاتب اساسی حوزه فرهنگ شناخت عوامل موثر در تغییرات فرهنگی ارتقاء سطح توانایی دانشجویان در حوزه شناخت رسانه و تعامل آن با شکل‌گیری و تغییر فرهنگ

شرح درس :

- تاریخچه مطالعه فرهنگ
- فرهنگ و عناصر تشکیل دهنده فرهنگ
- عوامل موثر در تغییر و تحول فرهنگ و نظریه‌های مرتبط با آن
- تعامل فرهنگ و رسانه
- دین و فرهنگ (نگاه‌های پست مدرنی)
- مروری بر مکاتب و نظریه‌های فرهنگ
- تئوری های مارکسیستی و نئو مارکسیستی
- مکتب مطالعات فرهنگی
- ساختارگرایی
- پسا ساختارگرایی
- پدیدارشناسی
- نظریه های معاصر فرهنگی



منابع:

۱. مطالعات فرهنگی، اصول و مبانی، دکتر جهاد
۲. درآمدی بر مطالعات فرهنگی، محمد رضایی
۳. مطالعات فرهنگی، سایمن دورینگ، ترجمه: حمیرا مشیرزاده
۴. ایدئولوژی و فرهنگ، تامسون، ترجمه: مسعود اوحدی
۵. درباره فرهنگ، الیوت، ترجمه: حمید شاهرخ
۶. مطالعات فرهنگی درباره فرهنگ عامه، جان استوری، ترجمه: حسین پاینده
۷. مقدمه‌ای بر نظریه‌های فرهنگ عامه، دومینک، استریناتی، ترجمه: آریا پاک نظر
۸. درآمدی بر نظریه فرهنگی، فلیپ اسمیت، ترجمه: حسن پویان
۹. نظریه انتقادی مکتب فرانکفورت در علوم اجتماعی؛ حسینعلی نوذری؛ تهران. آگه
۱۰. درآمدی بر نظریه فرهنگی معاصر؛ آندرو میلتر، جف براویف؛ تهران. ققنوس



۱۱. Cultural Studies ; Chris Rojek ;Polity Press, ۲۰۰۷
۱۲. Cultural studies; Kevin A. González; University of Wisconsin-Madison, ۲۰۰۵
۱۳. Cultural Studies:An Anthology; Michael Ryan; Blackwell Pub., ۲۰۰۸
۱۴. Introducing Cultural Studies; Brian Longhurst, Gaynor Bagnall, Greg Smith, Garry Crawford, Elaine Baldwin, Miles Ogborn ; Pearson Longman, ۲۰۰۸
۱۵. New Cultural Studies:Adventures in Theory; Clare Birchall, Gary Hall; University of Georgia Press, ۲۰۰۶
۱۶. Cultural Studies; Frederic P. Miller, Agnes F. Vandome, John McBrewster; Alphascript Publishing, ۲۰۰۹
۱۷. The Ethics Of Cultural Studies; Joanna Zylynska; Continuum International Publishing Group, ۲۰۰۵
۱۸. Australian Cultural Studies:A Reader; John Frow, Meaghan Morris; University of Illinois Press, ۱۹۹۳
۱۹. Religion and Cultural Studies; Susan Laura Mizruchi; Princeton University Press, ۲۰۰۱
۲۰. Marxism, Cultural Studies and Sport; Ben Carrington; Taylor & Francis, ۲۰۰۹
۲۱. Cultural Studies; Lawrence Goodrich; Jones & Bartlett Publishers, ۲۰۱۱
۲۲. Cultural Studies:A Critical Introduction; Simon During; Routledge, ۲۰۰۵
۲۳. Cultural Studies:A Practical Introduction; Michael Ryan; John Wiley and Sons, ۲۰۱۰

نام درس : روشهای تحقیق کیفی

تعداد واحد : ۲

نوع واحد : نظری

شماره درس : ۱۱۰۱۶

پیش نیاز : ندارد

هدف درس :

تسلط دانشجویان بر چگونگی استفاده از روشهای تحقیق کیفی در ارتباطات

شرح درس :

- انواع شناخت یا معرفت (عقلی، شهودی، تجربی) و روشهای کسب هر یک از آنها
- مراحل اصلی تحقیق تجربی
- انواع تحقیق (از نظر هدف، سطح، زمان، و ...)
- سه دیدگاه روش شناختی در علوم انسانی (اثباتی، تفهیمی، جامع)
- روشهای تحقیق کمی، کیفی و ترکیبی
- ویژگیها و نقاط ضعف و قوت روشهای تحقیق کیفی در مقایسه با روشهای تحقیق کمی
- تحقیق اسنادی (کتابخانه‌ای)
- مطالعه موردی
- روش میدانی (مردم نگاری)
- روش گروه کانونی
- تحلیل نشانه شناسی
- تحلیل گفتمان
- نظریه زمینه‌ای
- اقدام پژوهی Action Research



منابع :

۱. ضد روش، احمد محمد پور؛ تهران . انتشارات جامعه شناسان. ۲ ج
۲. روش های تحقیق کیفی در علوم ارتباطات، لیتدلف، تیلور، ترجمه: دکتر عبدالله تیویان
۳. روش شناسی مطالعات دینی، احد قراملکی
۴. روش تحلیل رسانه ها، آرتور آسابرگر، ترجمه: پرویز اجلالی
۵. اصول روش تحقیق کیفی، استراس و کوربین، ترجمه: دکتر بیوک محمدی
۶. روش شناسی پژوهش کیفی در مدیریت، ترجمه و تألیف: دکتر حسن دانایی فرد

نام درس : **سیاستگذاری و مدیریت در رسانه** تعداد واحد : ۲ نوع واحد : نظری

شماره درس : ۱۱۰۱۷ پیش نیاز : ندارد

هدف درس :

آشنایی با وظایف، کارکردها و سیاست‌های رسانه ملی
افزایش توانایی دانشجویان در سیاستگذاری و مدیریت در رسانه

شرح درس :

- مفاهیم و مبانی سیاستگذاری در رسانه
- رابطه سیاستگذاری و برنامه راهبردی در رسانه
- فرایند برنامه ریزی راهبردی در رسانه
 - اسناد بالا دستی
 - چشم انداز
 - بیانیه ماموریت
 - اهداف
 - تحلیل محیطی
 - تعیین راهبردها
 - برنامه ریزی
- چشم انداز و افق رسانه ملی
- مدیریت رسانه
 - تعاریف مختلف مدیریت
 - سیستم و نقش مدیر در آن (ویژگی های سازمان رسانه ای)
 - تعریف مدیریت رسانه
 - تئوری های جدید رهبری
 - مدیریت رسانه در حوزه های مختلف (بحران، منابع انسانی، برنامه و ...)
 - مهندسی پیام (تولید، توزیع، نظارت)
 - مدیریت پیام از دیدگاه اسلام



منابع:

۱. مدیریت رسانه، لوبلان ویکس، ژان و سیلوی، جورج و هالیفیلد، سی. آن و لسی، استفن و برودریک سان، ترجمه: طاهر روشندل اربطانی
۲. مدیریت راهبردی رسانه از نظریه تا اجراء، لوسی کونگ؛ ترجمه: علی اکبر فرهنگی، علی رضا قراگوزلو؛ مریم خطیب، تهران، دانش
۳. باز اندیشی در سیاست فرهنگی، جیم مک گوئیگان، ترجمه: نعمت اله فاضلی و مرتضی قلیچ
۴. سیاستگذاری و برنامه ریزی فرهنگی در ایران، ترجمه: پرویز اجلالی
۵. مبانی و اصول سیاست فرهنگی در آسیا و آفریقا به کوشش رسول حسین لی
۶. سیاستگذاری عمومی، مجید وحید، نشر میزان
۷. مدیریت استراتژیک، دیوید، ترجمه: دکتر پارسایان
۸. تصمیم گیری سازمانی و خط مشی گذاری عمومی، قلی پور
۹. جنگل استراتژی، میتزبرک، ترجمه: دکتر محمد احمدپور

۱۰. Media Management; B. K. Chaturvedi; Global Vision Publishing House, ۲۰۰۷
۱۱. Media Management; S. Kundra; Anmol Publications Pvt. Ltd, ۲۰۰۵
۱۲. Managing in the Media; Peter Block, William Houseley, Tom Nicholls, Ron Southwell; Focal Press, ۲۰۰۱
۱۳. Media Management:Leveraging Content for Profitable Growth; Andrej Vizjak, Max Josef Ringlstetter; Springer, ۲۰۰۳
۱۴. Handbook of Media Management And Economics; Alan B. Albarran, Sylvia M. Chan-Olmsted, Michael O. Wirth; Routledge, ۲۰۰۶
۱۵. Media Management: A Casebook Approach; George Sylvie, C. Ann Hollifield, Ardyth Broadric Sohn; Lawrence Erlbaum Associates, ۲۰۰۷
۱۶. The Social Media Management Handbook: Everything You Need To Know To Get Social Media Working In Your Business; Robert Wollan, Nick Smith, Catherine Zhou; John Wiley & Sons, ۲۰۱۱



نام درس: **دین در رسانه**

تعداد واحد: ۲

نوع واحد: نظری

شماره درس: ۱۱۰۱۸

پیش نیاز: ندارد

هدف درس:

آشنایی با چگونگی ارتباط و تعامل دین و رسانه
شناخت ظرفیت رسانه در طرح مباحث دینی در رسانه
آسیب شناسی طرح معارف دینی از طریق رسانه
تبیین رویکرد اسلامی

شرح درس:

- صور ارتباط دین و رسانه
- دین رسانه‌ای
- رسانه دینی
- دین در رسانه
- رسانه و امر قدسی
- ضرورت و اهمیت
- حدود و ثغور طرح
- شیوه‌های طرح
- تکنیک‌ها و شیوه‌های عرضه
- قالب‌های عرضه
- ظرفیت شناسی
- ظرفیت شناسی رسانه در طرح معارف دینی
- معارف دینی در رسانه
- عقاید دینی در رسانه
- شعائر و مناسک دینی در رسانه
- تجربه دینی در رسانه



- آسیب شناسی طرح معارف دینی در رسانه

منابع:

- ۱ بازاندیشی درباره رسانه، دین و فرهنگ / استوارت ام. هوور، نات لاندبای؛ت ترجمه مسعود آریایی نیا؛ ویراستار محمد مظاهری. - تهران
 - ۲ دین و رسانه/ به کوشش محمد رضا جوادی یگانه، حمید عبداللهیان؛ برای دفتر پژوهش های رادیو. - تهران : طرح آینده؛
 - ۳ مجموعه مقالات همایش رسانه تلویزیون و سکولاریسم/[تهیه کننده] مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما. - قم : دفتر عقل (۲ جلد)
 - ۴ جستارهایی در رسانه/مولفان جمعی از نویسندگان؛ به کوشش حمیدرضا قادری، حسین عمید. (ج. ۲). دین و رسانه؛ ج. ۳. دین و رسانه؛ ج. ۴. اخلاق و رسانه) قم: دانشگاه ادیان و مذاهب
 - ۵ رسانه ها و دین، ناصر باهنر.
 - ۶ دین و رسانه، مرکز پژوهشهای اسلامی صدا و سیما
-
- ۷ When Religion Meets New Media; Heidi Campbell; Taylor & Francis; ۲۰۱۰
 - ۸ Religion, Media, And the Public Sphere; Birgit Meyer, Annelies Moors; Indiana University Press, ۲۰۰۶
 - ۹ Religion, Media, and the Marketplace; Lynn Schofield Clark; Rutgers University Press, ۲۰۰۷
 - ۱۰ Rethinking media, religion, and culture; Knut Lundby; Sage Publications, ۱۹۹۷
 - ۱۱ Religión and Media; Hent De Vries, Samuel Weber; Stanford University Press, ۲۰۰۱
 - ۱۲ Media, Religion and Conflict; Lee Marsden, Heather Savigny; Ashgate Publishing, Ltd., ۲۰۰۹
 - ۱۳ Encyclopedia Of Religion, Communication, And Media; Daniel A. Stout; Routledge, ۲۰۰۶
 - ۱۴ Religion, Media, and Culture: A Reader; Gordon Lynch, Jolyon Mitchell; Taylor & Francis, ۲۰۱۱



نام درس : **رسانه دینی**

تعداد واحد : ۲ واحد

نوع واحد : نظری

شماره درس : ۱۱۰۱۹

پیش نیاز : درس ۳۴ از دوره کارشناسی علوم ارتباطات

هدف درس :

آشنایی، نقد و بررسی نظریه ها و دیدگاههای موجود در حوزه رسانه دینی
تبیین رویکرد اسلامی در حوزه رسانه دینی

شرح درس :

- چیستی رسانه دینی

- ماهیت

- تاریخچه

- عناصر بیانی

- گونه ها

- ظرفیت ها

- هنجارها

- نظریه های رسانه دینی

- کارکردهای رسانه دینی

- ساختارهای برنامه ای رسانه دینی

- آسیب شناسی رسانه های دینی موجود

مطالعه یکی از رسانه های دینی می تواند به عنوان پروژه پژوهشی به دانشجویان ارائه شود.



منابع:

۱. بازاندیشی درباره رسانه، دین و فرهنگ / استوارت ام. هوور، نات لاندبای؛ ترجمه مسعود آریایی نیا؛ ویراستار محمد مظاهری. - تهران
۲. دین و رسانه / به کوشش محمد رضا جوادی یگانه، حمید عبداللهیان؛ برای دفتر پژوهش های رادیو. - تهران : طرح آینده؛
۳. مجموعه مقالات همایش رسانه تلویزیون و سکولاریسم / [تهیه کننده] مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما. - قم : دفتر عقل (۲ جلد)
۴. جستارهایی در رسانه / مولفان جمعی از نویسندگان؛ به کوشش حمیدرضا قادری، حسین عمید. ج. ۲. دین و رسانه؛ ج. ۳. دین و رسانه؛ ج. ۴. اخلاق و رسانه) قم: دانشگاه ادیان و مذاهب
۵. سینما در نگاه اندیشه، مجموعه مصاحبه های حوزه هنری سازمان تبلیغات
۶. تبلیغ و مبلغ در آثار شهید مطهری (ره) به کوشش عبدالرحیم موگهی
۷. پژوهشی در تبلیغ، محمد تقی رهبر
۸. تبلیغ دین از منظر دین، پژوهشکده تحقیقات اسلامی
۹. دین، سینما، ایران، مجموعه مصاحبه ها، حوزه هنری سازمان تبلیغات
۱۰. دین و سینما، دکتر محمد مددپور



۱۱. Encyclopedia Of Religion, Communication, And Media; Daniel A. Stout; Routledge, ۲۰۰۶
۱۲. Media, Religion and Conflict; Lee Marsden, Heather Savigny; Ashgate Publishing, Ltd., ۲۰۰۹
۱۳. Religión and Media; Hent De Vries, Samuel Weber; Stanford University Press, ۲۰۰۱
۱۴. Religion, Media, and Culture: A Reader; Gordon Lynch, Jolyon Mitchell; Taylor & Francis
۱۵. Rethinking media, religion, and culture; Knut Lundby; Sage Publications, ۱۹۹۷
۱۶. When Religion Meets New Media; Heidi Campbell; Taylor & Francis; ۲۰۱۰

نام درس: **دین، فرهنگ و اسطوره**

تعداد واحد: ۲ واحد

نوع واحد: نظری

شماره درس: ۱۱۰۲۰

پیش نیاز: ندارد

هدف درس:

آشنایی، نقد و بررسی نظریه‌های مرتبط در حوزه دین، فرهنگ و اسطوره
تبیین رویکرد دینی در حوزه دین، فرهنگ و اسطوره
شناخت نقش اسطوره در دین، فرهنگ، سیاست و رسانه

شرح درس:

تاریخچه مطالعه اسطوره، نظریه‌ها و مفاهیم و صاحب‌نظران مطالعه آن

اسطوره و سایر عناصر فرهنگی (زبان، ادبیات، هنر و ...)

اسطوره و نقش آن در جوامع کهن و جدید

نقش اسطوره در سیاست

نقش اسطوره در صنایع فرهنگی

اسطوره‌ها و رسانه‌های جدید

اسطوره و ساز و کارهای اثرگذاری آن

اسطوره از منظر قرآن کریم

اسطوره و دین

دین و آئین

رسانه و آئین

مناسک دینی

دین، فرهنگ و معنا



منابع:



۱. اسطوره، روتون، ترجمه: ابوالقاسم اسماعیل پور
۲. اسطوره و معنا، استروس، ترجمه: شهرام خسروی
۳. جهان اسطوره شناسی، الکساندر کراپ، ترجمه: جلال ستاری
۴. چشم اندازه‌های اسطوره، میرجا الیاده، ترجمه: جلال ستاری
۵. ارتباطات آئینی، تهران. دانشگاه امام صادق علیه السلام
۶. جستارهایی در رسانه/مولفان جمعی از نویسندگان؛ به کوشش حمیدرضا قادری، حسین عمید. (ج. ۲، دین و رسانه؛ ج. ۳، دین و رسانه؛ ج. ۴، اخلاق و رسانه) قم: دانشگاه ادیان و مذاهب
۷. بازاندیشی درباره رسانه، دین و فرهنگ/ استوارت ام. هوور، نات لاندبای؛ ترجمه مسعود آریایی‌نیا؛ ویراستار محمد مظاهری. - تهران
۸. دین و رسانه/ به کوشش محمد رضا جوادی یگانه، حمید عبداللهیان؛ برای دفتر پژوهش‌های رادیو. - تهران: طرح آینده؛
۹. مجموعه مقالات همایش رسانه تلویزیون و سکولاریسم/[تهیه کننده] مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما. - قم: دفتر

۱۰. Religion as history, religion as myth; David L. Snellgrove; Orchid Press, ۲۰۰۶
۱۱. Screening The Sacred: Religion, Myth, And Ideology In Popular American Film; Joel W. Martin; Westview Press, ۱۹۹۵
۱۲. Religion As Myth: Describing the Origins of Faith and Religion, and Including 'The Hypothesis'; Peter Williams; AuthorHouse, ۲۰۰۸
۱۳. Myth, Ritual, and Religion; Andrew Lang; Forgotten Books, ۱۹۶۸
۱۴. Myth and Religion in Mircea Eliade; Douglas Allen; Routledge, ۲۰۰۲
۱۵. The Myth of Religious Violence: Secular Ideology and the Roots of Modern Conflict; William T Cavanaugh; Oxford University Press, ۲۰۰۹
۱۶. Imagining the Fetus: The Unborn in Myth, Religion, and Culture; Vanessa R. Sasson, Jane Marie Law; Oxford University Press, ۲۰۰۸
۱۷. Religion and Myth; James MacDonald; Kessinger Publishing, ۲۰۱۰
۱۸. Religion and Culture in Medieval Islam; Richard G. Hovannisian, Georges Sabagh; Cambridge University Press, ۱۹۹۹
۱۹. Religion and culture: an introduction to anthropology of religion; Annemarie De Waal Malefijt; Macmillan, ۱۹۶۸
۲۰. Religion and Culture; A Critical Survey of Methods of Approach to Religious Phenomena; Frederick Schleiter; Hardpress Publishing, ۲۰۱۲
۲۱. Culture and Religion: A Conceptual Study; Basil Pohlong; Mittal Publications, ۲۰۰۴
۲۲. Religion and Culture: Essays in Honor of Paul Tillich; Walter Leibrich, Paul Tillich; Ayer Publishing, ۱۹۷۲
۲۳. Religion and Culture; Michel Foucault, Jeremy R. Carrette; Manchester University Press ND, ۱۹۹۹
۲۴. Myth and Religion: The Edited Transcripts; Alan Watts; Tuttle Publishing, ۱۹۹۶

سرفصل دروس

اختیاری



نام درس: **اخلاق و رسانه**

تعداد واحد: ۲ واحد

نوع واحد: نظری

شماره درس: ۱۱۰۲۱

پیش نیاز: ندارد

هدف درس:

آشنایی، نقد و بررسی نظریه های موجود در حوزه اخلاق رسانه ای
تبیین مبانی نظری و اصول و قواعد هنجاری اخلاق رسانه در رویکرد اسلامی

شرح درس:

- 
- مبانی نظری اخلاق رسانه؛
 - اصول کلی اخلاقی درحوزه رسانه؛
 - قواعد اخلاقی در حوزه دین؛
 - قواعد اخلاقی در حوزه فرهنگی (آموزش، خانواده، تربیت، ورزش، سرگرمی و)...
 - قواعد اخلاقی در حوزه اقتصادی؛
 - قواعد اخلاقی درحوزه محیط سیاسی؛
 - قواعد اخلاقی درنسبت بامحیط زیست؛
 - قواعد اخلاقی درتولیدپیام؛
 - قواعد اخلاقی درتوزیع پیام؛
 - قواعد اخلاقی درحوزه مخاطبان؛
 - قواعد اخلاقی درحوزه ذینفعان (مالکان، آگهی دهندگان، دولت، دستگاهها و سازمانها، گروهها و)...
 - راست و دروغ رسانه‌ای:
 - خبر و تحلیل؛
 - گزارش و برنامه‌های مستند؛
 - برنامه های نمایشی؛
 - امر به معروف، نهی از منکر و نقد رسانه‌ای؛
 - افشاگری، غیبت و تهمت رسانه‌ای؛
 - احترام و اهانت رسانه‌ای؛
 - انذار و تبشیر رسانه‌ای؛
- 

- الگوسازی رسانه:
- رسانه و فطرت انسانی:
- فطرت خداپرستی؛
- فطرت حقیقت طلبی؛
- فطرت زیبایی طلبی؛
- فطرت اخلاقی (میل به خوبی)؛
- رسانه و تحریک غرایز:
- غریزه جنسی؛
- غریزه لذت جویی؛
- غریزه تکاثر؛
- غریزه برتری طلبی؛
- حیا در رسانه:
- حیای تولیدکنندگان؛
- حیای بازیگران؛
- حیای مخاطبان؛
- رسانه و هیجانات (خشونت، شادی و ...)
- شیوه‌های طرح مسائل اخلاقی (اخلاق دستوری) در رسانه
- رسانه و رفتار



منابع:

۱. معیارهای اخلاق رسانه‌ای در رادیو / محمد مهدی لیبی: [برای] دفتر پژوهش‌های رادیو [صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران]. تهران: طرح آینده.
۲. نگاهی دیگر به اخلاق رسانه‌ای / نویسندگان پی جی سنی‌مان... [و دیگران]: مترجمان محمود حقیقت کاشانی... [و دیگران]. - تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
۳. جستارهایی در رسانه/مولفان جمعی از نویسندگان؛ به کوشش حمیدرضا قادری، حسین عمید. (ج ۲). دین و رسانه؛ ج ۳. دین و رسانه؛ ج ۴. اخلاق و رسانه) قم: دانشگاه ادیان و مذاهب.
۴. اخلاق رسانه‌ای / به کوشش محمد سلطانی‌فر؛ به سفارش پژوهشگاه تحقیقات راهبردی، گروه پژوهشی فرهنگی و اجتماعی، تهران: مجمع تشخیص مصلحت نظام، مرکز تحقیقات استراتژیک.

۵. الگوی هنجاری رسانه ملی (از دیدگاه رهبران جمهوری اسلامی ایران)؛ به کوشش علی اصغر ترکاشوند؛ با مقدمه و همکاری ناصر باهنر. - تهران: دانشگاه امام صادق (ع)؛
۶. تجلی پیام در افق رسانه ملی: برگرفته از اندیشه‌های امام خمینی (ره). تهران: صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، اداره کل پژوهش و آموزش سیما.
۷. تجلی پیام در افق رسانه ملی: برگرفته از رهنمودای مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی). تهران: صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، اداره کل پژوهش و آموزش سیما.
۸. تجلی پیام در افق رسانه ملی: برگرفته از اندیشه‌های علامه طباطبایی (ره). تهران: صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، اداره کل پژوهش و آموزش سیما.
۹. تجلی پیام در افق رسانه ملی: برگرفته از اندیشه‌های شهید مطهری (ره)؛ تهران: صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، اداره کل پژوهش و آموزش سیما.
۱۰. تجلی پیام در افق رسانه ملی: برگرفته از اندیشه‌های آیت الله جوادی آملی / [تهیه و تدوین] اداره کل پژوهش و آموزش سیما. [بی‌جا]: اداره کل پژوهش و آموزش سیما

۱۱. Media And Morality: On the Rise of the Mediapolis; Roger Silverstone; Polity Press, ۲۰۰۷
۱۲. Morality in Media; Frederic P. Miller, Agnes F. Vandome, McBrewster John; VDM Verlag Dr. Mueller e.K., ۲۰۱۰
۱۳. Distant Suffering: Morality, Media and Politics; Luc Boltanski; Cambridge University Press; ۱۹۹۹
۱۴. Media, Markets, and Morals; Edward H. Spence, Andrew Alexandra, Aaron Quinn, Anne Dunn; John Wiley & Sons, ۲۰۱۱
۱۵. Media, mission and morality; John Calhoun Merrill; Marquette Books, ۲۰۰۶
۱۶. Media and the Moral Mind; Ron Tamborini; Taylor & Francis, ۲۰۱۲
۱۷. Ethics and the Media: An Introduction; Stephen J. A. Ward; Cambridge University Press, ۲۰۱۱
۱۸. Media Ethics And Social Change; Valerie Alia; Routledge, ۲۰۰۴
۱۹. Media Ethics: Opening Social Dialogue; Bart Pattyn ; Peeters Publishers , ۲۰۰۰



نوع واحد : نظری

تعداد واحد : ۲ واحد

نام درس : **فقه و رسانه**

پیش نیاز : ندارد

شماره درس : ۱۱۰۲۲

هدف درس:

آشنایی با فقه، ادوار و تحول آن
تحلیل و بررسی موضوعات مرتبط با رسانه از نگاه فقهی

شرح درس:

- تعریف فقه و ضرورت آن
- گستره فقه در مکتب تشیع
- ادوار فقه (تاریخ فقه و حوزه‌های فقهی در جهان اسلام)
- فقه موضوعی
- تحول موضوعی فقه در عصر حاضر و نیازهای زمان (رابطه فقه و مسائل روز)
- مفهوم فقه رسانه و نقش رسانه‌ها از منظر فقهی
- اطلاع رسانی در نگاه فقه
- افشاء اسرار از نگاه فقه
- حریم خصوصی از نگاه فقه
- امنیت ملی از نگاه فقه
- حدود و ثغور روشنگری افکار عمومی و اشاعه فحشاء
- تبلیغات در رسانه (جواز یا حرمت استفاده از زنان و کودکان در تبلیغات)
- مرز تبلیغات دروغ و برجسته سازی و غلو
- احکام فقهی سرگرمی در رسانه
- مفهوم شناسی سرگرمی
- گونه شناسی سرگرمی
- حدود و ثغور سرگرمی
- احکام فقهی برنامه تلویزیونی (دروغ، نهمت، غیبت، تمسخر، تحقیر و اشاعه ادبیات رکیک و زشت)
- طنز
- موسیقی



- نمایشی
- مسابقات
- احکام فقهی تولید برنامه‌های تلویزیونی
- پیش تولید (ایده، طرح، فیلم نامه)
- عوامل انسانی تولید
- شیوه‌های طرح احکام شرعی در رسانه
- ضرورت و اهمیت
- حدود و ثغور
- تکنیک‌ها و شیوه‌ها
- قالب‌ها
- ظرفیت شناسی



منابع:

۱. امام خمینی و رسانه‌های گروهی: (مبانی فقهی و حقوقی) / مولف جواد فخارطوسی. تهران: موسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی (س)، موسسه چاپ و نشر عروج
۲. پژوهشی فقهی در خبر و خبرگزاری؛ جواد فخار طوسی، قم. پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی
۳. سینما در آینه فقه؛ درس خارج فقه حضرت آیه الله مروجی؛ تهران. حوزه هنری، پژوهشگاه فرهنگ و هنر اسلامی
۴. محدودیت‌های پیام‌رسانی در قوانین دینی و بشری / احمدعلی قانع. - قم : موسسه بوستان کتاب (مرکز چاپ و نشر دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم)
۵. هنجارشکنی در رسانه‌های جمعی / علی آقاپور؛ [تهیه کننده] مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما. - قم : دفتر عقل
۶. تجلی پیام در افق رسانه ملی: برگرفته از اندیشه‌های امام خمینی (ره). تهران: صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، اداره کل پژوهش و آموزش سیما.
۷. تجلی پیام در افق رسانه ملی: برگرفته از رهنمودای مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی). تهران: صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، اداره کل پژوهش و آموزش سیما
۸. تجلی پیام در افق رسانه ملی: برگرفته از اندیشه‌های آیت الله جوادی آملی / [تهیه و تدوین] اداره کل پژوهش و آموزش سیما. [بی‌جا]: اداره کل پژوهش و آموزش سیما

نام درس : **حکمت و رسانه**

تعداد واحد : ۲ واحد

نوع واحد : نظری

شماره درس : ۱۱۰۲۳

پیش نیاز : ندارد

هدف درس :

آشنایی، نقد و بررسی نظریه‌های موجود در این حوزه
شناخت مبادی فلسفی و حکمت دینی رسانه

شرح درس :

- ابعاد رسانه (ارتباطی، فناوری، هنری، سازمانی، کاربری)؛
- هستی‌شناسی رسانه (ابزارانگاری، موجییت تکنولوژیک، اقتضاگرایی تکنولوژیک، جهان مجازی)؛
- مبانی معرفتی رسانه؛
- مبانی انسان‌شناختی رسانه؛
- مبانی فرهنگ‌شناختی رسانه ؛
- عقلانیت رسانه‌ای؛
- اطلاعات : واقعیت، حقیقت، مجاز
- رسانه و خدا؛
- رسانه و عالم غیب؛
- رسانه و عالم شهود (نگاه استقلال‌ی و نگاه آیه‌ای به طبیعت)؛
- رسانه و عالم خیال؛
- رسانه و معرفت انسان؛
- رسانه و قوای ادراکی انسان؛
- بهره‌گیری از قوای ادراکی (حسن، خیال، عقل)؛
- تأثیر بر قوای ادراکی (حسن، خیال، عقل)؛
- رسانه و احساسات انسان؛
- رسانه و سعادت انسان؛
- رسانه و هویت انسان؛
- رسانه و سکولاریسم.



منابع:

۱. زیبایی‌شناسی و فلسفه رسانه/ ترجمه و ویرایش زیر نظر سید حسن حسینی. - تهران: دانشکده صدا و سیما- مهریوشا
۲. حکمت رسانه‌های مدرن/ اصغر فهیمی فر. - تهران: مارلیک
۳. دیالکتیک صورت و معنادر هنر، تلویزیون و سینما؛ علی اصغر فهیمی فر؛ تهران. موسسه فرهنگی هنری منادی تربیت
۴. مجموعه مقالات همایش رسانه تلویزیون و سکولاریسم؛ [تهیه کننده] مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما. - قم: دفتر عقل،
۵. مجموعه مقالات دومین هم‌اندیشی سراسری رسانه تلویزیون و سکولاریسم/ نویسندگان جمعی از پژوهشگران؛ [تهیه کننده] مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما. - قم: دفتر عقل،
۶. نظریه کنش ارتباطی (عقل و عقلانیت جامعه)؛ هابرماس بورگن؛ کمال پولادی؛ تهران. موسسه انتشاراتی روزنامه ایران؛
۷. سینما و مقصود، چالش فیلم با علوم الهی؛ مارش کلابو، نگین نگهبان، تهران. بنیاد سینمایی فارابی،
۸. تکنولوژی رسانه‌ای از منظری انتقادی (طرح مباحثی در حوزه مطالعات فرهنگی و رسانه‌ای)؛ بوست ون‌لون؛ مترجم احد علیقلیان؛ ویراستار علمی بیژن عبدالکریمی. تهران: همشهری، ۱۳۸۸.
۹. جستارهایی در رسانه/ مولفان جمعی از نویسندگان؛ به کوشش حمیدرضا قادری، حسین عمید. (ج. ۱، فناوری و رسانه) قم: دانشگاه ادیان و مذاهب، ۱۳۸۸.
۱۰. The real thing: doing philosophy with media; Front Cover; Christina Slade; Peter Lang, ۲۰۰۲
۱۱. Philosophy and Society: Philosophy-Related Media, Philosophy and Culture, Philosophy Awards, Philosophy Education, Philosophy Events; Source: Wikipedia; General Books LLC, ۲۰۱۱
۱۲. New Philosophy for New Media; Mark Boris Nicola Hansen; MIT Press, ۲۰۰۴
۱۳. Imagologies: Media Philosophy; Mark C. Taylor, Esa Saarinen; Routledge, ۱۹۹۴
۱۴. Philosophy of Media Sounds; Michael Schmidt; Atropos Press, ۲۰۰۹
۱۵. Toward a Philosophy of Media: An Investigation Into the Relationship Between Electronic Mass Media (television) and the Construction of Subjectivity; Julian Darley; University of Texas at Austin, ۱۹۹۷
۱۶. The Philosophy of the Coen Brothers; Mark T. Conard; University Press of Kentucky, ۲۰۰۹
۱۷. Reading the Figural, Or, Philosophy After the New Media; David Norman Rodowick; Duke University Press, ۲۰۰۱
۱۸. History and Philosophy of the Media; Michael Schmid; GRIN Verlag, ۲۰۰۷



نام درس : تاریخ و رسانه تعداد واحد : ۲ واحد نوع واحد : نظری

شماره درس : ۱۱۰۲۴ پیش نیاز : ندارد

هدف درس :

آشنایی دانشجویان با شیوه‌های صحیح پردازش به فیلم‌های تاریخی به خصوص دینی و رسانه‌ای

نقد و بررسی شیوه‌های موجود پردازش فیلم‌های تاریخی

شرح درس :

- تعریف تاریخ و ضرورت بحث از تاریخ در رسانه
- فلسفه تاریخ و عوامل محرک تاریخ
- تاریخ نگاری در اسلام و قرآن
- واقعیت تاریخ و روایت دراماتیک در رسانه
- تفاوت شخصیت‌های تاریخی در رسانه با شخصیت‌های واقعی تاریخی
- جایگاه تخیل و واقعیت‌های تاریخی
- تاریخ مقدس و رسانه
- ضرورت شناخت موقعیت‌های اجتماعی، سیاسی و فرهنگی تاریخی
- ضرورت مردم شناسی تاریخی در فیلم‌های تاریخی
- دیالوگ در فیلم‌های تاریخی و راهکارها
- نقش خواص و رهبران تاثیرگذار در مسیر تاریخ
- قهرمانان توحیدی و ضد قهرمانان در تاریخ
- عوامل جذابیت در فیلم‌های تاریخی مذهبی (دکور، صحنه آرایی، نورپردازی، خشونت و ...)
- شیوه‌های طرح تاریخ از نگاه اسلام (عبرت آموزی، تذکر به سنت‌های الهی و ...)
- حد مجاز تصرف در واقعیت‌های تاریخی و تحریف تاریخ
- شیوه صحیح پردازش به زندگی پیامبران الهی و ائمه (ع) و وضع موجود در رسانه
- برش‌های زمانی و مکانی در فیلم‌های تاریخی



- شخصیت پردازی زنان در فیلم‌های تاریخی
- آسیب‌شناسی فیلم‌های تاریخی و راهکارها

منابع:

۱. تاریخ در رسانه/ ویدا همراز؛ [برای] دفتر پژوهشهای رادیو. تهران: طرح آینده،
۲. تاریخ‌نگاری به شیوه رادیو BBC/ صفورا برومند؛ [برای] دفتر پژوهشهای رادیو- تهران: طرح آینده،
۳. کاوش‌هایی در ارتباطات و تاریخ/ [ویراستار] باربی زلایزر؛ ترجمه‌ی مریم کیانی. تهران: سافی
۴. دیالکتیک آیین (آیین برنامه‌سازی درباره تاریخ مقدس و رسانه)/ تقی ربانی. قم: صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، مرکز پژوهشهای اسلامی
۵. برنامه‌سازی در موضوع مهدویت/ مهدی داودآبادی؛ تهیه‌کننده مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما، اداره کل خدمات رسانه ای. تهران: مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما،
۶. جامعه و تاریخ در قرآن؛ محمد تقی مصباح یزدی، قم؛ موسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی رحمه الله
۷. رسانه شیعه: جامعه‌شناسی آئین‌های سوگواری و هویت‌های مذهبی در ایران با تاکید بر دوران پس از پیروزی انقلاب اسلامی؛ محسن حسام مظاهری. تهران: سازمان تبلیغات اسلامی، شرکت چاپ و نشر بین‌المللی
۸. سینما در آئینه یوسف علیه السلام؛ حسن ایدرم؛ تهران: پژوهشگاه فرهنگ و هنر اسلامی (حوزه هنری).

۹. History and the Media; David Cannadine ; Palgrave MacMillan, ۲۰۰۷

۱۰. History in the Media: Film And Television ; Robert Niemi; ABC-CLIO , ۲۰۰۶



نام درس: **جامعه‌شناسی تبلیغات**

تعداد واحد: ۲

نوع واحد: نظری

شماره درس: ۱۱۰۲۶

پیش‌نیاز: ۱۱۰۱۲

هدف درس:

شناخت شیوه‌های تبلیغ و چگونگی تأثیرگذاری در مخاطبان
تبیین رویکرد دینی در حوزه تبلیغات و اقناع

شرح درس:

- حوزه جامعه‌شناسی تبلیغات در میان علوم اجتماعی
- مفهوم و سنخ‌شناسی تبلیغات
- تبلیغات در گسترده تاریخ
- نظریه‌های تبلیغات
- روانشناسی اجتماعی تبلیغات
- تبلیغات سیاسی
- دولت و تبلیغات
- عملیات روانی
- تبلیغات تجاری
- تبلیغات مذهبی
- اخلاق و تبلیغات
- تبلیغات و زبان
- تبلیغات و نمادها
- تبلیغات و رسانه‌ها
- ارزشیابی تبلیغات
- شناخت سازمانهای تبلیغاتی
- نگاهی به مسائل تبلیغات در ایران



منابع:

۱. ارتباطات متقاعدگرانه و تبلیغ؛ محمد علی حکیم آراء؛ تهران. سمت؛ ۱۳۸۴
۲. پژوهشنامه تبلیغات/ پژوهش و نگارش محمد رضا رسولی. - تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، ۱۳۸۶.
۳. روانشناسی و تبلیغات؛ محمد کاویانی؛ قم. پژوهشگاه حوزه و دانشگاه. ۱۳۸۷
۴. مردم شناسی تبلیغات، محمود اکرامی، نشر ایوار، ۱۳۸۶
۵. سیره تبلیغی پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله (در آمدی بر سیاست تبلیغی اسلام در عصر ارتباطات)؛ اصغر افتخاری؛ تهران؛ مرکز چاپ و نشر سازمان تبلیغات اسلامی. ۱۳۷۷
۶. عصر تبلیغات، آنتونی پراکتیس، الیوت آرنسون؛ سیدکاووس سید امامی، محمدصادق عباسی، سروش؛ ۱۳۸۷
۷. تبلیغات (هنر و رسانه‌ها) از دیدگاه امام خمینی (س) / تدوین علی اصغر دباغ؛ استخراج معاونت پژوهشی موسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی (س). - [تهران]: موسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی (س)، ۱۳۸۱.
۸. نقد ادبی و مطالعات فرهنگی: قرائتی نقادانه از آگهی های تجاری در تلویزیون ایران / حسین پاینده. - تهران: روزنگار، ۱۳۸۵.
۹. مبارزات انتخاباتی: آموزه‌های نوین در بازاریابی سیاسی / تالیف دنیس کاواناگ؛ برگردان رضا حائری. تهران: پنگان، ۱۳۸۰.



نام درس: **جهان سوم و امپریالیسم ارتباطی و خبری** تعداد واحد: ۲ نوع واحد: نظری
شماره درس: ۱۱۰۲۷ پیش نیاز: ندارد

هدف درس:

شناخت عمیق‌تر و وسیع‌تر در مورد عملکرد سلطه‌گرانه خبرگزاری‌ها و وسائل ارتباط جمعی کشورهای بزرگ غربی
درک بیشتر ماهیت تهاجمات و ارتباطی به ممالک جهان سوم
آمادگی برای مقابله با سلطه‌های ارتباطی و خبری جدید.

شرح درس:

- مقدمه: اهمیت تاریخی مقابله کشورهای جهان سوم با شیوه‌های جدید سلطه فرهنگی و ارتباطی قدرت‌های بزرگ استعماری و کوشش آنها در راه استقرار «نظم جهانی نوین اطلاعات و ارتباطات»
- تحولات مبارزات استقلال طلبی و سیاست‌های استعمارزدائی پس از جنگ جهانی دوم از استقلال سیاسی تا استقلال فرهنگی و اقتصادی - انقلاب مهم جهان سوم - کنفرانس باندونگ و کنفرانس‌های سران ممالک جنبش غیر متعهد - آثار مقابله با مثرات فرهنگی و ارتباطی استعمار.
- مفاهیم و نظریه‌های امپریالیسم: برداشت‌های اجتماعی - اقتصادی و سیاسی نگرش‌های مارکسیستی و نئومارکسیستی - ریشه‌های امپریالیسم و وسائل و ابزارهای امپریالیسم - آثار و نتایج سلطه امپریالیسم - مظاهر سلطه امپریالیسم در زمینه فرهنگ و ارتباطات.
- شناخت امپریالیسم ارتباطی و خبری: زمینه‌های تهاجم سلطه فرهنگی و ارتباطی - تئوری‌های امپریالیسم ارتباطی و خبری (نظریه توسعه بخشی ارتباطات و نظریه «جریان آزاد اطلاعات») - تکنولوژی‌های امپریالیسم ارتباطی خبری (نرم افزارها و سخت افزارهای ارتباطی) - بازار جهانی و گزارش‌های خبری، برنامه‌های تلویزیونی و فیلم‌های سینمایی.
- مبارزات جهان سوم در برابر امپریالیسم ارتباطی و خبری: کوشش‌های جهان سوم برای مقابله بانابرابری‌های جهانی ارتباطات و عدم تعادل‌های بین‌المللی اطلاعات از طریق «یونسکو» و جنبش کشورهای غیر متعهد و محافل و مجامع علمی و دانشگاهی - صف آرائی کشورهای سلطه‌گر غربی در مقابل استقلال طلبی فرهنگی و ارتباطی جهان سوم.
- پیشبرد برنامه‌ریزی‌ها و سیاست گذاری‌های ملی ارتباطی: کنفرانس‌های منطقه‌ای سیاست‌های ملی ارتباطی در آمریکای لاتین، آسیا، آفریقا، شمال آفریقا و خاورمیانه



- مقابله با عدم تعادل و یک جهتی بودن اطلاعات بین المللی: اعلامیه‌های کنفرانس عمومی یونسکو در مورد کاربرد ماهواره هایت پخش مستقیم تلویزیونی (پائیز ۱۹۷۲) و نقش وسائل ارتباط جمعی در روابط بین المللی (پائیز ۱۹۷۸)
- پیشرفت معارضه جوئی جهان سوم علیه سلطه فرهنگی و ارتباطی جهانی: مساعی « یونسکو » و جنبش کشورهای غیر متعهد در راه برقراری « نظم جهانی نوین اطلاعات و ارتباطات » - گزارش « کمیسیون بین المللی مطالعه درباره مسائل ارتباطات » در جهان (۱۹۸۰) - ایجاد « برنامه بین المللی توسعه ارتباطات » (۱۹۸۱) - خروج ایالات متحده آمریکا از یونسکو
- مساعی جدید جهان سوم برای تحقیق « نظم جهانی نوین اطلاعات و ارتباط همکاری‌های جهانی و منطقه‌ای در راه دستیابی به استقلال خبری (تأسیس شبکه خبرگزاری‌های کشورهای غیر متعهد، « خبرگزاری سرتاسری آفریقا » و « خبرگزاری ممالک منطقه کارائیب »، « آژانس سرویس‌های خبری آمریکای لاتین » و « شبکه خبری آسیا و اقیانوسیه ») کوشش‌های اخیر برای ایجاد شیوه‌های مستقل روزنامه‌نگاری و تکیه بر ارزش‌ها و معیارهای جدید خبری جهت پیشرفت و توسعه جهان سوم - اقدامات تازه برنامه بین المللی توسعه ارتباطات برای تهیه مقدمات برقراری نظم جهانی نوین مورد نظر.



منابع:

۱. ارتباطات جمعی و روابط بین الملل / گردآوری علی اصغر کیا؛ [برای] مرکز برنامه‌ریزی و آموزش نیروی انسانی. - تهران: آن،
۲. اطلاعات عالمگیر و ارتباطات جهانی؛ حمید مولانا؛ محمد حسین برجیان. قم. موسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی (س)
۳. عصر اطلاعات (جلد ۳) مانوئل کاستلز؛ علی یایا، حسن چاوشیان و ...؛ تهران. طرح نو
۴. فرهنگ جهانی (رسانه، هنر، سیاستگذاری و جهانی شدن) دایانا کرین و دیگران. نعمت الله فاضلی، مرتضی قلیچ؛ تهران. دانشگاه امام صادق علیه السلام
۵. اقتصاد سیاسی، ارتباطات جهانی و امنیت انسانی / مولف پیتر ویلکن؛ مترجم مرتضی بحرانی. - تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
۶. جغرافیای سیاسی اطلاعات (فاصله‌های بی فاصله) / حسن اشرفی ریزی، زهرا کاظم پور. - تهران: نشر چاپار
۷. جهانی سازی و رسانه‌های محلی [چل پرو] / علی طلوعی. - تهران: موسسه فرهنگی مطبوعاتی جام جم
۸. عصر سی ان ان و هالیوود: منافع ملی، ارتباطات فراملی / محمدمهدی سمتی؛ ترجمه نرجس خاتون براهونی؛ با مقدمه حسین بشریه. - تهران: نشر نی.

نام درس : **موقعیت جهانی ادیان**

تعداد واحد : ۲

نوع واحد : نظری

شماره درس : ۱۱۰۲۵

پیش نیاز : ندارد

هدف درس :

آشنایی با جایگاه و موقعیت دین در جهان معاصر، شناخت نحوه پراکنش جغرافیایی-تمدنی پیروان ادیان شناخت میزان برخورداری و بهره‌گیری ادیان موجود از رسانه‌های جدید در تبلیغ آموزه‌های خویش.

شرح درس :

- گونه شناسی ادیان موجود
- جمعیت شناسی پیروان ادیان
- پراکنش جغرافیایی پیروان ادیان و فرق تابعه (و موقعیت شناسی تمدنی مکانهای استقرار)
- سیر تعامل ادیان از برخورد تا گفت و گو
- موقعیت شناسی دین در جهان مدرن (با توجه به روند سکولاریزاسیون از رنسانس)
- دین در فرایند جهانی شدن
- دین و نظام‌های ایدئولوژیک
- دین و معنویت گرایی‌های نوپدید
- ادیان و بحرانهای تمدنی (حقوق بشر ، محیط زیست ، ...)
- موقعیت جهانی اسلام بویژه با عطف توجه به نقش و تأثیر جهانی انقلاب اسلامی
- شیوه‌ها و الگوهای تبلیغی ادیان و نحوه بهره‌گیری آنها از رسانه‌های عصری (رویکرد تاریخی)
- میزان برخورداری و نحوه استفاده ادیان بزرگ از امکانات رسانه‌ای جدید در راستای تبلیغ و ترویج آموزه‌های خود
- آینده دین / ادیان



منابع :

۱. آشنایی با ادیان بزرگ، حسین توفیقی

۲. تاریخ جامع ادیان، علی اصغر حکم
۳. تاریخ مختصر ادیان بزرگ، فیلسین شاله
۴. ملل و نمل، استاد جعفر سبحانی
۵. ملل و نمل، شهرستانی
۶. تاریخ جامعه ادیان، جان ناس
۷. ادیان در قرآن، علی الشیخ العراقی
۸. کلام مسیحی، زیبایی نژاد
۹. انجیل، تورات، قرآن و علم، بوکامی
۱۰. آشنایی با مسیحیت، موسسه امام خمینی (س)
۱۱. آشنایی با اناجیل اربعه، موسسه امام خمینی (س)

۱۲. The Religion Of The Hindus; Kenneth W. Morgan; Motilal Banarsidass Publ., ۱۹۸۷
۱۳. Buddhism the Religion of No-Religion; Alan Watts; Tuttle Publishing, ۱۹۹۹
۱۴. Islam: The Religion and the People; Bernard Lewis, Buntzie Ellis Churchill; Pearson Prentice Hall, ۲۰۰۹
۱۵. Religions of the World; Lewis M. Hopfe, Mark R. Woodward; Prentice Hall, ۲۰۰۸
۱۶. Religions of the World: The Illustrated Guide to Origins, Beliefs, Traditions & Festivals; Elizabeth Breuilly, Joanne O'Brien, Martin Palmer; Facts On File, ۲۰۰۵
۱۷. World Religions: A Voyage of Discovery; Jeffrey Brodd; Saint Mary's Press, ۲۰۰۹
۱۸. The religions of the world; George Aaron Barton; The University of Chicago press, ۱۹۱۷
۱۹. The Religions of the World: An Outline of the Great Religious Systems; David James Burrell
۲۰. Nabu Press, ۲۰۱۲
۲۱. Religions of the world: their origin and wisdom; Ram Nath Sharma; Shubhi Publications, ۲۰۰۴
۲۲. The Religions of the World; The Ramakrishna, The Ramakrishna Mission; BiblioBazaar, ۲۰۱۱



نام درس: **مطالعات انتقادی در ارتباط جمعی**

تعداد واحد: ۲

نوع واحد: نظری

شماره درس: ۱۱۰۳۰

پیش نیاز: ۱۱۰۱۵



هدف درس:

شناخت واقعیت‌های عملکردهای کنونی و مسائل ارتباط جمعی کشورهای سلطه گر
آشنائی، نقد بررسی نظریه های موجود در حوزه ارتباط جمعی
ایجاد زمینه‌های ذهنی مناسب برای مقابله با امپریالیسم فرهنگی و ارتباطی.

شرح درس:

- اهمیت مطالعات ارتباطی انتقادی در دنیای امروز به ویژه کشورهای جهان سوم.
- سیری در نخستین مطالعات ارتباطی غیر منظم در ممالک غربی: بررسی آثار جامعه شناسان فرانسوی و آلمانی در مورد نقش مطبوعات در افکار عمومی، نظریات «گوستاولوین» و «گابریل تارد» فرانسوی _ دیدگاه‌های «فردیناند تونیس» و «ماکس وبر» در آلمان.
- مطالعات ارتباط تجربی: پیدایش و گسترش مطالعات ارتباط تجربی در ایالات متحده آمریکا - کوشش‌های اولیه «هاروند لاسول» و «پل لازارسفلد» در زمینه مطالعات و تحقیقات مربوط به تبلیغات سیاسی و تبلیغات تجارتمی و توجه خاص به تجزیه و تحلیل محتوی پیام‌ها و شناخت مخاطبان ارتباطات پیشرفت مطالعات تجربی آمریکایی در ایالات متحده و ممالک غربی دیگر و سایر کشورهای جهان.
- مطالعات ارتباطی انتقادی: پیدایش و گسترش دیدگاه‌های جدید انتقادی در مطالعات و تحقیقات ارتباطی: اولین مطالعات «تنودور آدورنو» و «ماکس هورکهایمر» آلمانی، از اعضای معروف «مکتب فرانکفورت» در مورد «صنایع فرهنگی» و «فرهنگ توده» کوشش‌های اندیشمندان انتقادنگر آمریکایی، انگلیسی و فرانسوی در توسعه مطالعات انتقادی مربوط به آثار اجتماعی منفی «فرهنگ توده» - توجه به مطالعات پیرامون نقش سلطه‌آمیز ارتباطات در کشورهای سرمایه داری - نظریات آنتونیوگرامشی «ایتالیایی»، لونی آلتوسر «فرانسوی» و «رالف میلی باند» انگلیسی درباره ابزارهای ارتباطی و سلطه سیاسی - نظریات مربوط به تأثیر ارتباطات جمعی در مشروعیت بخش سیاسی و

حفظ قدرت و وضع موجود - دیدگاه‌های انتقادی « یورگن هابرماس » آلمانی، « هربرت شیلر » آمریکایی، « استوارت هال » انگلیسی، و « آرمانداتلار » فرانسوی.

- جهان سوم و مطالعات ارتباطی انتقادی - نقش اندیشمندان جهان سوم در پیشرفت مطالعات و تحقیقات راجع به سلطه جهانی از طریق فرهنگ و ارتباطات دیدگاه‌های محققان و متخصصان ارتباطی جهان سوم در مورد نابرابری جهانی ارتباطات و عدم تعادل بین املی اطلاعات دیدگاه‌های « مصطفی مسعودی » تونس، « خوان سومایا » شیلیایی و « لوتیس رامیروبلتران » کلمبیایی و « مانککار » هندی، در زمینه امپریالیسم ارتباطی و خبری، نظام فراملی ارتباطات جهانی و نظم بین المللی نوین اطلاعات و ارتباطات.

منابع:

۱. مدرنیته و اندیشه انتقادی؛ بابک احمدی؛ تهران. نشر مرکز
۲. نظریه کنش ارتباطی (عقل و عقلانیت جامعه)؛ هابرماس یورگن؛ کمال پولادی؛ تهران. موسسه انتشاراتی روزنامه ایران
۳. ارتباطات و سلطه فرهنگی / تالیف هربرت شیلر؛ ترجمه و مقدمه کاظم معتمدنژاد، با همکاری رویا پورویکیل، شراره امیرخلیلی. تهران علم،
۴. انسان تک ساحتی، هربرت مارکوزه؛ محسن مویدی. تهران. امیرکبیر
۵. نظریه انتقادی مکتب فرانکفورت در علوم اجتماعی؛ حسینعلی نودزی؛ تهران. آگه
۶. تکنولوژی رسانه‌ای از منظری انتقادی (طرح مباحثی در حوزه مطالعات فرهنگی و رسانه‌ای) / یوست ونلون؛ مترجم احد علیقلیان؛ ویراستار علمی بیژن عبدالکریمی. تهران: همشهری
۷. اقتصاد رسانه‌ها: مفاهیم و مسائل آن / رابرت جی. پیکارد؛ ترجمه داوود حیدری. تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها
۸. در آمدی بر نظریه فرهنگی معاصر؛ آندرو میلتر، جف براویف؛ تهران. ققنوس



نام درس : شناخت سازمان‌های رسانه‌ای

تعداد واحد : ۲

نوع واحد : نظری

شماره درس : ۱۱۰۲۸

پیش نیاز : ۱۱۰۱۷

هدف درس :

آشنایی با مفاهیم و کلیات مربوط به شناخت سازمان‌ها و بررسی تطبیقی آن با سازمان‌های رسانه‌ای
تبیین بنیان‌های تئوریک سازمان‌های رسانه‌ای
شناخت سازمان رسانه ملی جمهوری اسلامی ایران

شرح درس :

- مفاهیم و کلیات شناخت سازمان

- تاریخچه

- عناصر تشکیل دهنده

- اهداف

- ساختار

- تکنولوژی

- کارکرد

- مفاهیم و کلیات شناخت سازمان‌های رسانه‌ای

- تاریخچه

- عناصر تشکیل دهنده

- اهداف

- ساختار

- تکنولوژی

- کارکرد

- گونه شناسی

- موقعیت شناسی

- نظریه‌های سازمان رسانه‌ای

- ارتباط متقابل سازمان‌های رسانه‌ای با سایر سازمان‌های اجتماعی

- سازمان رسانه ملی



منابع:

۱. مدیریت رسانه، لوبلان ویکس، ژان و سیلوی، جورج و هالیفیلد، سی. آن و لسی، استفن و برودریک سان، ترجمه: طاهر روشندل اربطانی
۲. مدیریت سازمان‌های رسانه‌ای در BBC و CNN، لوسی شانکلمن، ترجمه، ناصر بلیغ
۳. روبرت مورداک، امپراطوری رسانه ای، ویلیام شاوکراس، ترجمه: امیرحسین بابالار
۴. عصر فرهنگ فناوریانه: از جامعه اطلاعاتی تا زندگی مجازی، فرانک وبستر – کوین رایبیز، ترجمه مهدی داودی
۵. آپارناید خبری انگلیس، گریک فیلو، مایک بری، ترجمه: علی ایثاری کسمایی
۶. شناسنامه خبرگزاری‌های جهان، گیتا علی آبادی – عباس اسدی
۷. ارتباطات سازمانی، کاترین میلر، ترجمه آذر قبادی
۸. پوشش خبری اسلام در غرب، ادوارد سعید، ترجمه عبدالرحیم گواهی
۹. اطلاعات و ارتباطات جهانی، حمید مولانا، ترجمه: اسدالله آزاد، محمد حسن زاده و مریم اخوتی
۱۰. نگرشی بر بنیان‌های نظری مدیریت سازمان‌های رسانه‌ای، فصلنامه دانش مدیریت، علی اکبر فرهنگی، طاهر روشندل اربطانی
۱۱. مدیریت مطبوعات، سیدمحمد صحفی



۱۲. Media Organizations And Convergence: Case Studies of Media Convergence Pioneers; Gracie Lawson-Border, Lawrence Erlbaum Associates, ۲۰۰۶
۱۳. Media, Organizations and Identity; Lillie Chouliaraki; Palgrave MacMillan, ۲۰۱۰
۱۴. Communications and Media Organizations: Advertising Organizations, Anime Clubs, Information Technology Organisations, Marketing Organizations; Source Wikipedia, Books, LLC; General Books LLC, ۲۰۱۱
۱۵. Digital Media Organizations: Video Game Organizations, Entertainment Software Rating Board, National Film Board of Canada, Twin Galaxies; Source Wikipedia; General Books, ۲۰۱۱
۱۶. Articles on Communications and Media Organizations, Including: International Press Academy, National Communication Association, Korea International Broadcasting Foundation, Foundation for Media Alternatives; Hephaestus Books; Hephaestus Books, ۲۰۱۱
۱۷. Media Organization and Production; Simon Cottle; SAGE, ۲۰۰۳

نام درس: **تکنولوژی های جدید ارتباطات** تعداد واحد: ۲ واحد نوع واحد: نظری

شماره درس: ۱۱۰۳۴ پیش نیاز: ندارد

هدف درس:

بالا بردن سطح دانش تخصصی در زمینه مسائل تکنولوژی های جدید ارتباطی
افزایش سطح توانایی دانشجو در بهره گیری و کاربرد تکنولوژی های نوین
آشنایی با آثار اجتماعی و فرهنگی تکنولوژی های جدید

شرح درس:

- کلیات: دگرگونی های سریع تکنولوژی های ارتباطی در جهان امروز
- تکنولوژی و فرهنگ
- تحولات صنعت چاپ و مطبوعات
- تحولات تکنیک های سمعی و بصری
- تکنولوژی رادیو و تلویزیون
- تلویزیون کابلی
- رادیو - تلویزیون اینترنتی و آنلاین
- وسایل انتشار جدید فیلم، فنی ویدئو کاست، ویدئو دیسک
- تکنیک های جدید انتقال تلویزیونی تصاویر و متن ها
- تکنولوژی ماهواره و شبکه های ماهواره ای
- اینترنت، فضای مجازی و شبکه های اجتماعی
- تلفن همراه ، SMS, MMS
- پیشرفت های رایانه ای
- چشم انداز آینده و وضع جهان سوم.
-



منابع:

۱. تکنولوژی های نوین ارتباطی: روندهای تاریخی ساختارهای حقوقی - مدیریتی و چالش های سیاسی - اقتصادی؛ کاظم معتمدنژاد، تهران، دانشگاه علامه طباطبائی، مرکز پژوهشهای ارتباطات؛ ۱۳۸۷
۲. فرهنگ های دیجیتال درک رسانه های جدید؛ گلن کریپر، رویستون مارتین؛ مترجم مرضیه وحدانی، تهران. ساقی
۳. نظریه پردازان فرهنگ سایبری، دیوید بل؛ مترجم مهدی شفیعیان. تهران. دانشگاه امام صادق علیه السلام
۴. عصر فرهنگ فناورانه: از جامعه اطلاعاتی تا زندگی مجازی، فرانک ویستر - کوین رابینز، ترجمه مهدی داودی
۵. جستارهایی در رسانه/مولفان جمعی از نویسندگان؛ به کوشش حمیدرضا قادری، حسین عمید. ج.۱. فناوری و رسانه (قم: دانشگاه ادیان و مذاهب، ۱۳۸۸.
۶. شناخت ارتباطات جمعی، ملوین دفلور، اورت ای دنیس، مترجم سیروس مرادی؛ تهران دانشکده صدا و سیما
۷. تکنولوژی رسانه‌ای از منظری انتقادی (طرح مباحثی در حوزه مطالعات فرهنگی و رسانه‌ای) / یوست ونلون؛ مترجم احد علیقلیان. ویراستار علمی بیژن عبدالکریمی. تهران: همشهری
۸. عصر سی ان ان و هالیوود: منافع ملی، ارتباطات فراملی / محمد مهدی سمتی؛ ترجمه نرجس خاتون براهونی؛ با مقدمه حسین بشریه. - تهران: نشر نی.
۹. نظریه های انتقادی رسانه گروهی، پل ای تیلور، جان ال هریس؛ مترجم: یعقوب نعمتی وروجنی؛ انتشارات جام جم
۱۰. نظریه های رسانه (اندیشه های رایج و دیدگاه های انتقادی)، سیدمحمد مهدی زاده؛ انتشارات همشهری
۱۱. Communication and cyberspace: social interaction in an electronic environment; Lance Strate, Ronald L. Jacobson, Stephanie B. Gibson; Hampton Press, ۲۰۰۳
۱۲. The Politics of Internet Communication; Robert J. Klotz; Rowman & Littlefield,
۱۳. Internet communication and qualitative research: a handbook for researching online; Chris Mann, Fiona Stewart; Sage Publications, ۲۰۰۰



١٤. The New media:communication, research, and technology; Ronald E. Rice; Sage Publications, ١٩٨٤
١٥. Communication and new media:from broadcast to narrowcast; Martin Hirst, John Harrison; Oxford University Press, ٢٠٠٧
١٦. Health Communication in the New Media Landscape; Jerry Calvin Parker, Esther Thorson; Springer Publishing Company, ٢٠٠٨
١٧. Communication, New Media and Everyday Life; Tony Chalkley, Adam Brown, Toija Cinque, Brad Warren, Mitchell Hobbs; Oxford University Press, ٢٠١١
١٨. New Media:A Critical Introduction; Martin Lister; Routledge, ٢٠٠٣
١٩. Trends in Communication: The Impact of New Technology on the Traditional Media; David Ward; Routledge, ٢٠٠٢
٢٠. Ethics & New Media Technology:A Special Issue of the Journal of Mass Media Ethics; Ralph D. Barney, Jay Black; Taylor & Francis, ٢٠٠٢
٢١. New Media:Technology; Leah A. Lievrouw, Sonia Livingstone; SAGE, ٢٠٠٩
٢٢. Digital Material:Tracing New Media in Everyday Life and Technology; Marianne Van Den Boomen, Sybille Lammes, Ann-Sophie Lehmann ; Amsterdam University Press, ٢٠٠٩
٢٣. New Media and Technology:New Directions for Youth Development; Bers, Marina Umaschi Bers; John Wiley & Sons, ٢٠١١



نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲ واحد

نام درس: فلسفه علوم اجتماعی

پیش نیاز: ندارد

شماره درس: ۱۱۰۳۱

هدف درس:

آشنائی، نقد و بررسی دیدگاه‌ها و رویکردها در حوزه فلسفه علوم اجتماعی
بررسی پیش فرضها و سئوالات بنیادی، حوزه های معرفتی و ارتباط ماهوی آنها با یکدیگر.
تبیین فلسفه علوم اجتماعی اسلامی

شرح درس:

- ضرورت فلسفه علوم اجتماعی
- بررسی رویکرد های اثبات گرایی پوزیتیویستی
- بررسی رویکرد های تفسیری
- بررسی رویکرد های انتقادی
- فلسفه علوم اجتماعی قاره ای
- بررسی روش شناسی پدیدار شناختی
- بررسی روش شناسی هرمنوتیک
- بررسی روش شناسی فمینیستی
- بررسی روش شناسی پراگماتیستی
- بررسی روش شناسی ساختارگرایی و پسا ساختارگرایی
- بررسی روش شناسی رئالیسم انتقادی
- بررسی روش شناسی پست مدرن
- بررسی روش شناسی صدرائی
- بررسی آراء اندیشمندان مسلمان در حوزه روش شناسی



منابع:

۱. روش شناسی انتقادی حکمت صدرایی، حمید پارسانیا؛ قم، کتاب فردا؛ ۱۳۹۰
۲. فلسفه امروزمین علوم اجتماعی، نگرشی چند فرهنگی؛ برایان فی؛ ترجمه خشیایار دیهیمی؛ تهران؛ طرح نو، ۱۳۸۱

۳. درسنامه فلسفه علوم اجتماعی؛ مارتین هولیس؛ مترجم مصطفی ملکیان، قم؛ پژوهشگاه حوزه و دانشگاه؛ ۱۳۸۴
۴. فلسفه علوم اجتماعی: بنیادهای فلسفی تفکر اجتماعی؛ تدبتون، یان کرایب؛ مترجم شهناز مسمی پرست، محمود متحد، تهران، آگاه، ۱۳۸۴
۵. ایده علم اجتماعی و پیوند آن با فلسفه؛ پیتر وینچ؛ تهران، سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاهها(سمت)، ۱۳۸۶
۶. فلسفه علوم اجتماعی: روش ها، آرمان ها و سیاست های پژوهش اجتماعی؛ مایکل رووت؛ ترجمه محمد شجاعیان؛ تهران؛ پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی؛ ۱۳۸۹
۷. فلسفه ی علوم اجتماعی قاره ای: هرمنوتیک، تبارشناسی و نظریه ی انتقادی از یونان باستان تا قرن بیست و یکم؛ ایون شرت؛ ترجمه هادی جلیلی، تهران؛ نشر نی؛ ۱۳۸۷
۸. گونه های تبیین اجتماعی: مقدمه ای بر فلسفه علوم اجتماعی؛ دانیل لیتل، مترجم مجید محمدی، ناشر مولف؛ ۱۳۷۳
۹. آشتی واقع گرایی و سازه گرایی: چن از بررسی گرایش های نوین در فلسفه علوم اجتماعی؛ ترجمه و تالیف مرجان جعفری روشن؛ وزارت علوم، تحقیقات و فناوری؛ تهران، پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی؛ ۱۳۸۷
۱۰. The Philosophy of Social Science: New Perspectives; Garry Potter; Prentice Hall, ۲۰۰۰
۱۱. Philosophy of Social Science; Alexander Rosenberg; Westview Press, ۲۰۱۲
۱۲. The Philosophy of Social Science: An Introduction; Martin Hollis; Cambridge University Press, ۱۹۹۴
۱۳. A Philosophy of Social Sciences: An Interdisciplinary Approach; Ronald W. Dundon, Jennifer L. Jainer; Nova Science Pub Incorporated, ۲۰۰۱
۱۴. Philosophy of Social Science; Lambert M. Surhone, Miriam T. Timpledon, Susan F. Marseken; VDM Verlag Dr. Mueller e.K., ۲۰۱۰
۱۵. Philosophies of Social Science: The Classic and Contemporary Readings; Gerard Delanty, Piet Strydom; Open University, ۲۰۰۳
۱۶. Philosophy of Social Science: The Philosophical Foundations of Social Thought; Ted Benton, Ian Craib; Palgrave MacMillan, ۲۰۱۰
۱۷. The Philosophy of Social Science Reader; Daniel Steel, Francesco Guala; Routledge, ۲۰۱۰
۱۸. Ethics As Social Science: The Moral Philosophy of Social Cooperation; Leland B. Yeager; Edward Elgar Publishing, ۲۰۰۱
۱۹. Realism, Philosophy And Social Science; Kathryn Dean; Palgrave MacMillan, ۲۰۰۶

نوع واحد: نظری

تعداد واحد: ۲ واحد

نام درس: جهانی شدن و فرهنگ

پیش نیاز: ۱۱۰۱۵

شماره درس: ۱۱۰۲۹

هدف درس:

آشنائی، نقد و بررسی مسائل اساسی و نظریه های جهانی شدن در حوزه فرهنگ
شناخت صنعت جهانی ارتباطات
نقد و بررسی تاثیرات جهانی شدن بر فرهنگ و اشکال مختلف هویت

شرح درس:

- مفهوم و تحلیل تاریخی جهانی شدن
- صنعت جهانی ارتباطات
- مقوله های معرفتی جهانی شدن
- نظریه های جهانی شدن
- جهانی شدن، هویت ملی و هویت های پراکنده
- دو جهانی شدن و جامعه جهانی
- جهانی شدن و پیامدهای فرهنگی
- جهانی شدن و شهروندی
- جهانی شدن و قدرت فرهنگ
- دو جهانی شدن و هویت های همزمان آینده
- جهانی شدن و شهرالکترونیک
- جهانی شدن فرهنگ
- انتقال قدرت: از دولت ملی به دولت جهانی



منابع:

۱. تامپلسون، ج. (۱۳۸۱) جهانی شدن فرهنگ، ترجمه محسن حکیمی، تهران، دفتر پژوهشهای فرهنگی
۲. تامپلسون، ج. (۱۳۸۰) رسانه و مدرنیته، نظریه اجتماعی رسانه، ترجمه مسعود اوحدی، تهران، سروش
۳. ترنر، ب. (۱۳۸۱) شرق شناسی، پشت مدرنیسم و جهانی شدن، ترجمه غلامرضا کیانی و محمدرضا تاجیک، تهران، مرکز بررسی های استراتژیک، فرهنگ گفتمان ریاست جمهوری
۴. رابرتسون، ر. (۱۳۸۰) جهانی شدن: تئوری اجتماعی و فرهنگی جهانی؛ ترجمه کمال پولادی، تهران، ثالث.
۵. سلیمی، ح. (۱۳۸۰) فرهنگ گرایی، جهانی شدن و حقوق بشر، تهران، مرکز چاپ و انتشارات وزارت امور خارجه
۶. کستلز، م. (۱۳۸۰) اقتصاد، جامعه و فرهنگ: عصر اطلاعات، ترجمه احد علیقلیان و افشین خاکباز، ویراستار ارشد: علی پایا، تهران، انتشارات طرح نو (۳ جلد)
۷. گیدنز، آنتونی (۱۳۷۹) جهانی شدن، گفتارهایی درباره یکپارچگی جهانی، ترجمه علی اصغر سعیدی، انتشارات علم و ادب.
۸. مارفلیت، ف. (۱۳۸۰) جهانی شدن و جهان سوم؛ ترجمه حسن سوزانی؛ تهران؛ وزارت امور خارجه
۹. ویستر، فرانک؛ کوین رابینز؛ عصر فرهنگ فناورانه: از جامعه اطلاعاتی تا زندگی مجازی، ترجمه مهدی داودی
۹. کرین، دایانا و دیگران؛ فرهنگ جهانی (رسانه، هنر، سیاستگذاری و جهانی شدن). نعمت الله فاضلی، مرتضی قلیچ؛ تهران. دانشگاه امام صادق علیه السلام



منابع انگلیسی:

۱. Ameli, S.R. (2002) Globalizations, Americanization and British Muslim Identity, London, ICASPress
۲. Barker, C. (1999) Television, Globalization and Cultural Identities, Buckingham and Philadelphia, Open University Press.
۳. Clark, I. (1999) Globalization and International Relations Theory, Oxford, Oxford University Press.
۴. Giddens, A. (2001) Sociology, Cambridge, Polity Press. Anson, J. 1900 New York: Academic Press.
۵. Robertson, R. (1992) Globalization: Social Theory and Global culture, London, SAGE Publication.

نام درس : **جامعه شناسی دین**

تعداد واحد : ۲ واحد

نوع واحد : نظری

شماره درس : ۱۱۰۳۲

پیش نیاز : ندارد

هدف درس :

شناخت نظریه های و دیدگاه های مختلف در باب جامعه شناسی دین
شناخت ابعاد مختلف اجتماعی دین و نقش دین در زندگی اجتماعی

شرح درس :

- روش و موضوع جامعه شناسی دین
- تجربه دینی و طرق بیان آن (بیان نظری و عملی و جامعه شناسانه)
- پیامدهای جامعه شناسانه:
- عملکرد و نقش وحدت بخش تعالیم و مناسک - نظام هستی و جامعه (اخلاق، آرمان - واقعیت)
- دین و گروههای اجتماعی
- سازمان های دینی
- بررسی دین بعنوان یک نهاد و انتقادات وارد بر آن:
- الف: دیدگاه فونکسیونالیسم
- ب: دیدگاه تطور گرا
- ج: سایر دیدگاهها
- تشعب و فرق: اعتراضهای فردی و جمعی و اتسکال فردی و گروهی آن پیامدهای جامعه شناسانه اعتراض در درون دین.
- دین و جامعه: دین و مشخصات درون جامعه - جامعه ساده و پیچیده - قشر بندی اجتماعی و مشخصات آن - مشخصات اجتماعی بطور خاص - مشخصات اجتماعی و دین - مشخصات اجتماعی در ادیان جهانی
- دین و دولت
- انواع مقامات دینی: سازمان گروههای دینی - رهبری دینی،
- حیات دینی و حیات غیر دینی:
- جدائی دین از سیاست در دنیای جدید و بی آمدهای آن



- دین و عرفی شدن
- دین و تجدد
- تاثیر زندگی اجتماعی بر دین
- تاثیر دین بر زندگی اجتماعی
- دین و ساختار اجتماعی
- کارکردهای دین
- دین و اقتصاد
- دین و فرهنگ

منابع:

۱. پیش درآمدی بر جامعه شناسی دین از منظر استاد مطهری؛ گردآوری و تنظیم رضا دزاکام، تدوین نهاد نمایندگی مقام معظم رهبری در دانشگاهها
۲. جامعه شناسی دین؛ ملکلم همیلتون، مترجم محسن ثلاثی، تهران، ثالث
۳. جامعه شناسی دین؛ یواخیم واخ؛ ترجمه جمشید آزادگان؛ سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاهها (سمت)
۴. جامعه شناسی دین از دیدگاه دورکیم و ابن سینا فاطمه کاظمی آرائی؛ قم؛ موسسه بوستان کتاب
۵. جامعه شناسی دین: تئوریهای دورکیم و وبر، ابوالفضل آقابابا؛ مدرسه تربیت مدرس
۶. درآمدی به جامعه شناسی دین و آرا جامعه شناسان بزرگ درباره ی دین؛ مسعود جلالی مقدم؛ تهران، نشر مرکز؛ ۱۳۸۶
۷. درآمدی به جامعه شناسی دین قبل زاگرمین؛ ترجمه خشایار دیهیمی؛ تهران؛ لوح فکر؛ ۱۳۸۴
۸. دین و جامعه شناسی؛ جولی اسکات، آبرین هال، مترجم افسانه نجاریان، اهواز، رستن؛
۹. دین، جامعه و عرفی شده جستارهایی در جامعه شناسی دین؛ علی رضا شجاعی زند؛ تهران؛ نشر مرکز؛ ۱۳۸۰
۱۰. دین و ساختار اجتماعی (مقالاتی در جامعه شناسی دین)؛ کت کاصون و دیگران؛ ترجمه علی بهرامپور، حسن محدثی؛ تهران؛ کویر؛ ۱۳۸۱
۱۱. Sociology of Religion: Contemporary Developments ; Kevin J. Christiano, William H. Swatos, Peter Kivisto; Rowman Altamira, ۲۰۰۲
۱۲. The Sociology of Religion: A Substantive and Transdisciplinary Approach; George Lundskow; Pine Forge Press, ۲۰۰۸

۱۳. The Sociology of Religion: Theoretical and Comparative Perspectives; Malcolm B. Hamilton; Routledge, ۲۰۰۱
۱۴. Sociology of Religion: An Historical Introduction; Roberto Cipriani; Transaction Publishers, ۲۰۰۰
۱۵. The sociology of religion; Grace Davie ; SAGE, ۲۰۰۷
۱۶. The sociology of religion; Grace Davie; SAGE Publications India Pvt. Ltd., ۲۰۰۸
۱۷. Sociology of Religion; Georg Simmel; Literary Licensing, LLC, ۲۰۱۱
۱۸. Sociology of Religion; Andrew Dawson; Hymns Ancient & Modern Ltd, ۲۰۱۱
۱۹. Handbook of the Sociology of Religion; Michele Dillon; Cambridge University Press, ۲۰۰۳



نوع واحد : نظری

تعداد واحد : ۲ واحد

نام درس : **رسانه و فرهنگ مصرف**

پیش نیاز : ۱۱۰۱۵

شماره درس : ۱۱۰۳۵

هدف درس :

شناخت رابطه در حال تغییر میان شکل گیری تکنولوژی های رسانه ای جدید و الگوی فرهنگ مصرف رسانه ای
ارتقاء سطح توانایی دانشجویان در حوزه شناسایی تاریخی توسعه رسانه ای و تعامل آن با شکل گیری و تغییر
فرهنگ مصرف در دوران معاصر

شرح درس :

- تاریخ رسانه ها و نوع شناسی جدید آنها
- تجربه غربی از توسعه رسانه ای و مصرف
- تجربه شرقی از توسعه رسانه ای، پارادایم وابستگی
- اینترنت، فرهنگ و جهان مجازی
- زبان و رسانه های جدید
- مطالعات فرهنگی، یک رویکرد نظری
- انسان شناسی فرهنگ و رسانه
- چهره در حال تغییر زبان در رسانه های جدید
- کودکان و تغییر فرهنگ مصرف
- زنان در فرآیند مصرف رسانه ای
- فهم در هم ریختگی های مفهومی، زندگی خصوصی کجاست؟
- گذری بر جهان سرمایه: واقعیت مصرف و استفاده از رسانه چیست؟
- آسیب ها و تنش های نوین فرهنگ مصرف
- نتیجه گیری و ارزیابی



منابع:

۱. نظریه های انتقادی رسانه گروهی، پل ای تیلور، جان ال هریس؛ مترجم: یعقوب نعمتی وروجنی؛ انتشارات جام جم
 ۲. نظریه های رسانه(اندیشه های رایج و دیدگاه های انتقادی)، سیدمحمد مهدی زاده؛ انتشارات همشهری
 ۳. درآمدی بر مطالعات فرهنگی، محمد رضایی
 ۴. مطالعات فرهنگی، سایمن دورینگ، ترجمه: حمیرا مشیرزاده
 ۵. مطالعات فرهنگی درباره فرهنگ عامه، جان استوری، ترجمه: حسین پاینده
 ۶. مقدمه‌ای بر نظریه‌های فرهنگ عامه، دومینک، استریناتی، ترجمه: آریا پاک نظر
 ۷. درآمدی بر نظریه فرهنگی، فلیپ اسمیت، ترجمه: حسن پویان
 ۸. نظریه انتقادی مکتب فرانکفورت در علوم اجتماعی؛ حسینعلی نوذری؛ تهران . آگه
 ۹. اقتصاد رسانه‌ها: مفاهیم و مسائل آن/ رابرت جی. بیکارد؛ ترجمه داوود حیدری. تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها
 ۱۰. درآمدی بر نظریه فرهنگی معاصر؛ آندرو میلنر، جف براویف؛ تهران. ققنوس
-
۲۰. Thwaites, T. davis. Imales. W (۲۰۰۲)introducing cultural an media studies Asemiotie approach. London. Palgrave.
 ۲۱. A dornot. (۱۹۹۱)the Cultural Industry Selected Essayson Mass Culture. London Routledge.



نام درس : **مطالعات فضای مجازی** تعداد واحد : ۲ واحد نوع واحد : نظری

شماره درس : ۱۱۰۳۷ پیش نیاز : ۱۱۰۱۲

هدف درس :

شناخت و بررسی تحلیلی جهان مجازی و جهان واقعی
شناخت ظرفیت های جهان مجازی اعم از ظرفیت های شهری، امکانات رسانه ای، تعاملات روزمره
اقتصادی، سیاسی و فرهنگی
آشنائی با نظریه های حوزه مطالعات فضای مجازی مفاهیمی مثل شهر مجازی، سیاست های جهان مجازی،
قوانین و مقررات جهان مجازی، واقعیت مجازی

شرح درس :

- تکنولوژی های جدید و جهان مجازی
- دو جهانی شدن: فضای واقعی و فضای مجازی
- تاریخچه شکل گیری جهان مجازی و بنیادهای ساختاری و قانونی آن
- تأثیرات جهان مجازی بر جهان واقعی و برعکس
- آسیب های جهان مجازی
- جهان مجازی و مسائل جهانی
- دو فضائی شدن دولت: دولت در جهان واقعی و دولت الکترونیک
- فضای مجازی: فضای عمومی و حوزه خصوصی
- فضای مجازی و انتقال فرهنگی
- فضای مجازی، جهان اقتصاد و قدرت انتخاب
- جهان مجازی و مفهوم شهروندی مجازی
- شهرهای مجازی
- جهانی مجازی و مطالعات جنسیت
- ارتباطات در جهان مجازی



منابع:

۱. کستلز، م. اقتصاد، جامعه و فرهنگ: عصر اطلاعات، ترجمه احد علیقلیان و افشین خاکباز، ویراستار ارشد: علی بایا، تهران، انتشارات طرح نو (۳ جلد)، ۱۳۸۰
۲. ویستر، فرانک؛ کوین رابینز؛ عصر فرهنگ فناورانه: از جامعه اطلاعاتی تا زندگی مجازی، ترجمه مهدی داودی
۳. نظریه پردازان فرهنگ سایبری، دیوید یل؛ مترجم مهدی شفیعیان. تهران. دانشگاه امام صادق علیه السلام
۴. فرهنگ های دیجیتال درک رسانه های جدید؛ گلن کریبر، رویستون مارتین؛ مترجم مرضیه وحدانی، تهران. ساقی



۵. Aarseth, Espen J. *Cybertext: Perspectives on Ergodic Literature*. Baltimore: Johns Hopkins UP, ۱۹۹۷. Paperback
۶. Abbate, Janet. *Inventing the Internet*. Cambridge: MIT Press, ۱۹۹۹
۷. Anuff, Joey and Ana M. Cox, eds, *Suck: Worst- Case Scenarios in Media, Culrure, Advertising, and the Intemet*. *Hardwired*, ۱۹۹۷.
۸. Barrett, Edward, ed. *The Society of text: hypertext, hypemedia, and the social construction of in formation*. Cambridge, Mass: MIT Press, ۱۹۸۹
۹. Bell David and Bvbara M. Kennedy, eds. *The Cybercultures Reader*, Roudedge, ۲۰۰۰.
۱۰. Benedikt, Michael, ed. *Cyberspace: First steps*. Cambridge, MA: The MIT Press, ۱۹۹۱.
۱۱. Blair, Kristine and Pamela Takayoshi, eds. *Feminist Cyberscapes: Mapping Gendered Academic Spaces (New Directions in Coputers and Coposition Studies.)*, Ablex, ۱۹۹۹
۱۲. Bolter, Jay David. *The Writing Space: The Computer, Hypertext, and the History of Writing*. Hillsdale, N.J.:L. Erlbaum Associates, ۱۹۹۱
۱۳. Borman, Christine I. *From Gutenberg to the Global Information Infrastructure: Access to In formation in the Net worked World*. MIT Press, ۲۰۰۰) (ISBN: ۰۶۶۲۰۲۳۳۳X
۱۴. Brin. Davie, *the Transparent Society: Will Technology Force Us to Choose Between Privacy and Freedom?* Perseus Books, ۱۹۹۸
۱۵. Brown, John Seely and Paul Duguid. *The Social Life of Infrmation*. Cambridge, Mass: Harvard Business Scholl Press. ۲۰۰۲
۱۶. Ceruzzi, Paul E. *A History of Modem Computing*. MIT Press, ۱۹۹۸

نام درس: ارتباطات در فرهنگ و تمدن اسلامی تعداد واحد: ۲ واحد نوع واحد: نظری

شماره درس: ۱۱۰۳۸ پیش نیاز: ندارد

هدف درس:

آشنائی دانشجویان با سیر شکل گیری و تحول نظام ارتباط جمعی ویژه مسلمانان در ادوار مختلف تاریخی به منظور یافتن رابطه نظام ارتباط جمعی با تحولات فرهنگی و سیاسی جوامع مسلمان

شرح درس:

- نظام ارتباط جمعی
- تاریخ تمدن اسلامی
- ۱- نظام ارتباطی عربستان مرکزی پیش از اسلام در مقایسه با نظام ارتباطی دیگر جوامع آن روزگار.
- ۲- مفاهیم و عناصر ارتباطی ارائه شده از سوی اسلام:
 - قرآن - خطبه
 - سنت - منبر
 - اقامه جمعه و جماعت - مسجد
 - امر به معروف و نهی از منکر - حج
 - اذان
- ۳- ادوار تاریخی تحول ارتباطات در تاریخ اسلام:
- ۴- الف - دوره اول: از ظهور دین اسلام تا آغاز فتوحات
 - دگرگونی در نظام ارتباطی عربستان مرکزی
 - ب- آغاز فتوحات تا آغاز دعوت عباسیان
- ورود عناصر ارتباطی اعراب مسلمان به میان دیگر تمدنها
- پیدایش نثر عربی
- رسمیت یافتن زبان عربی
- مساجد جامع
- داد و ستد فرهنگی با دیگر تمدنها
- و ...



ج- آغاز دعوت عباسیان تا حمله مغول:

- روشهای تبلیغی احزاب و فرق
- رحله ها، کتابخانه ها و نهادهای آموزشی
- روش ارتباطی مکتوب و جلوه های آن
- نظام ارتباطی جمعی در اوج تمدن اسلامی
- و ...

د- از حمله مغول تا دوره عثمانی ها:

- خانقاهها
- تکلف و تصنع در نثر
- و ...

د- دوره عثمانی تا پیدایش وسایل جدید ارتباطی:

- بهره گیری از مذهب در ایجاد روحیه و وحدت ملی در دوره صفوی
- پیدایش صنعت چاپ
- و ...

و- پیدایش وسایل جدید ارتباط جمعی



منابع:

۱. محسنیان راد، مهدی، ایران در چهار کهنکشان ارتباطی، تهران، سروش
۲. ملک پور، جمشید. سیر تحول مضامین در شبیه خوانی (تعزیه)، تهران، جهاد دانشگاهی
۳. سیر ارتباطات اجتماعی در ایران؛ تألیف حمید مولانا؛ تهران. دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی، ۱۳۵۸
۴. درآمدی بر ارتباطات سنتی در ایران؛ محمد مهدی فرقانی؛ با مقدمه کاظم معتمدنژاد؛ تهران.

مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها، ۱۳۸۲

۵. فتحی، اصغر. منبر یک رسانه عمومی در اسلام. تهران: پژوهشکده علوم ارتباطی و توسعه ایران.
۶. ملک پور، جمشید. سیر تحول مضامین در شبیه خوانی (تعزیه)، تهران، جهاد دانشگاهی
۷. الاعلام فی صدر الاسلام. عبداللطیف حمزه، مصر: دارالفکر العربی، ۱۹۷۸
۸. الاسلوب النبوی فی الدعوه، الشریف حمدان راجح الحجاری، دمشق: دارالهدی، ۱۴۰۷ هـ.
۹. تاریخ الدعوه الاسلامیه. حمیل عبدالله المصری، المدینة المنوره: مکتبه الدار، ۱۹۸۷.
۱۰. طرق الدعوه الی الاسلام، علی الطنطاوی، جدہ، دارالمنارہ، ۱۹۹۰
۱۱. کتب سیره، مانند: سیره ابن اسحاق و ابن هشام و مغازی و اقدی و طبقات ابن سعد و ...
۱۲. کتب تاریخی، مانند: تاریخ یعقوبی، تاریخی طبری، تاریخ ابن اثیر، تاریخ ابن کثیر و ...
۱۳. سفرنامه ها و منابع جغرافیایی، تاریخی مانند احسن التقاسیم، المسالک و الممالک



نام درس: **ارتباطات جمعی در ایران و کشورهای اسلامی** تعداد واحد: ۲ واحد نوع واحد: نظری

پیش نیاز: ندارد

شماره درس: ۱۱۰۳۶

هدف درس:

شناخت مبانی ارتباطات در جوامع مسلمان معاصر و چگونگی دگرگونی ارتباطات در دوره معاصر در کشورهای اسلامی با تأکید بر تأثیر متقابل ارتباطات سنتی و ارتباطات جمعی جدی شناخت تحول تاریخ وسایل ارتباط جمعی در ایران و اثرات متقابل فرهنگ و رسانه در طول تاریخ معاصر ایران به منظور ریشه یابی نقش کارکردهای اجتماعی هر یک از رسانه ها در زمان حاضر

شرح درس:

- اهمیت مطالعه درباره ارتباطات در کشورهای اسلامی
- زمینه تاریخی ارتباطات در سرزمین های مسلمان
- کشورهای اسلامی در نخستین برخورد با مطبوعات و چاپ
- وسایل ارتباط جمعی در ممالک عربی: مصر، سوریه، لبنان، عراق، کشورهای مسلمان آفریقا، کشورهای جنوب خلیج فارس
- تجزیه موفق شبکه خبری الجزیره
- وسایل ارتباط جمعی در کشورهای آسیای میانه و قفقاز؛ ترکیه؛
- وسایل ارتباط جمعی در شبه قاره هند (پاکستان، بنگلادش و افغانستان)؛ اندونزی و مالزی
- بررسی تکنولوژیهای نوین ارتباطی (کامپیوتر، ماهواره، ویدئو) در کشورهای اسلامی
- ارتباطات سنتی در کشورهای اسلامی: مراکز ارتباط سنتی (مسجد - بازار)، شیوه های ارتباط سنتی (وعظ، خطابه، نماز جمعه، مراسم عزاداری...)
- سازمان کنفرانس کشورهای اسلامی و همکاری های ارتباط دسته جمعی ممالک مسلمان
- ارتباطات جمعی سنتی در ایران: مروری بر تحولات شیوه های ارتباط غیر فردی پیش از یکارگیری چاپ در ایران و بررسی کارکردهای اجتماعی آن در دوران معاصر



- تحول چاپ و نشریات ادواری در ایران: بررسی اثرات متقابل انتشار روزنامه، مجله در فرهنگ ایران
- تحول رادیو و تلویزیون در ایران و بررسی تحولات و اثرات متقابل این دو در قبال رسانه های دیگر
- موفقیتها و ناکامی ها در ایجاد رسانه «اسلامی»
- تحول سینمای ایران پس از انقلاب و جهانی شدن آن. ویژگی های سینمایی انقلاب و آسیب ها

منابع

۱. محسنیان راد، مهدی، ایران در چهار کهنکشان ارتباطی، تهران، سروش
۲. سیر ارتباطات اجتماعی در ایران؛ تالیف حمید مولانا؛ تهران. دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی، ۱۳۵۸.
۳. درآمدی بر ارتباطات سستی در ایران؛ محمد مهدی فرقانی؛ با مقدمه کاظم معتمدنژاد؛ تهران. مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها. ۱۳۸۲
۴. براون، ادوارد. تاریخ مطبوعات و ادبیات ایران در دوره مشروطیت، تهران، معرفت
۵. صدر هاشمی، محمد، تاریخ جراید و مجلات ایران. اصفهان، کمال انتشارات، ۱۳۸۲
۶. افشار، ایرج، سیر کتاب در ایران، تهران، امیرکبیر
۷. امید، جمال. تاریخ سینمای ایران. تهران قاریاب.
۸. بیضائی، بهرام. نمایش در ایران. تهران: کاویان.
۹. عناصری، جابر، درآمدی بر نمایش و نیایش در ایران. تهران: جهاد دانشگاهی
۱۰. راست گفتار، کاظم، نگرشی بر تاریخ سیاست در سینما، تهران، پارت
۱۱. ملک پور، جمشید. سیر تحول مضامین در شبیه خوانی (تعزیه)، تهران، جهاد دانشگاهی



١٢. مطالعات في الاعلام، محمد حمد خضر، مكة المكرمة، مكتبة الطالب الجامعي، ١٩٨٧
١٣. العلاقات العامه، فخرى جاسم سلمان و ...، بي جا: بي تا، ١٩٨٦
١٤. بحوث في استخدام التلفزيون التعليمي، ملكه حسين صابر، جده، دارالمجتمع، ١٩٨٤
١٥. دراسات اعلاميه، عبدالقادر طلاش، الرياض، دارالصافي، ١٩٨٥
١٦. طرق الدعوه الى الاسلام، علي الطنطاوي، جده، دارالمناره، ١٩٩٠
١٧. وسائل الاعلام و اثرها في وحده الامه، محمد موفق الغلاوي، جده، دارالمناره، ١٩٨٥
١٨. الاعلام السياسي و الاسلام، موسى زيد الكيلاني، بيروت، مؤسسه الرساله، ١٩٨٥
١٩. الاعلام الاسلامي و العلاقات الانسانيه، النظرية و التطبيق، منظمه الندوه العالميه للشباب الاسلامي،
رياض، منظمه الندوه العالميه للشباب الاسلامي، ١٩٧٩.

٢٠. Kamalipour, Y. R. & Mowlana, H. (Eds). (To be Published in Novemer
١٩٩٣). Mass Media in the Middle East: A Comprehensive Handbook
Wesport, CT: Greenwood Press.



نام درس : **سمینار مطالعات دین و رسانه** تعداد واحد : ۲ واحد نوع واحد : نظری

شماره درس : ۱۱۰۳۳ پیش نیاز : ۱۱۰۱۸ و ۱۱۰۱۹

هدف درس :

آشنائی عملی دانشجویان با حوزه ها و مسائل مختلف مطالعات دین و رسانه
تقویت روحیه پژوهشی در دانشجویان

شرح درس :

در این درس ، دانشجویان به صورت فردی و گروهی با نظر استاد به تحقیق در حوزه اخلاق و رسانه، فقه و رسانه، تاریخ و رسانه، رسانه دینی (ماهیت، تاریخچه، عناصر بیانی، گونه‌ها، ظرفیت‌ها، هنجارها، و ...) دین در رسانه، ظرفیت شناسی رسانه در طرح معارف دینی، عقاید دینی در رسانه، شعائر و مناسک دینی در رسانه، آسیب شناسی طرح معارف دینی در رسانه، رسانه و سکولاریسم، کارکردهای رسانه دینی، ساختارهای برنامه‌ای رسانه دینی، آسیب شناسی رسانه‌های دینی موجود و ... می پردازند و حاصل تحقیقات خود را در کلاس ارائه کرده و در معرض نقد و بررسی سایر دانشجویان قرار می دهند. دانشجو باید نتیجه تحقیق خود را به صورت مقاله جهت ارزیابی به استاد تحویل دهد. در ضمن استاد می تواند از صاحب نظران در رابطه با هر موضوع تخصصی در حوزه دین و رسانه، در سمینار دعوت بعمل آورد.

