
کلید و ارزگانی در باب
دین، رسانه و فرهنگ

زیرنظر:
دیوید مورگان

به کوشش: امیر یزدان
ترجمه: گروه مترجمان

مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما/1388
فهرست مطالب

05
09
15
33
36
81
102
117
139
159
183
199
219
237
257
279
297
326

پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما
مشخصات نشر: صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، مرکز پژوهش‌های اسلامی، 1390.
مشخصات نشریه: 336 ص، شماره 9-226-514-964-514-514-978
وضعیت فهرست نوبیا: نیا

کلید واژگان در پایان نامه، رسانه و فرهنگ

مقدمه/ دیده مورگان
اجتماع/ بی. كراین آسما و گادو
رمانه/ بزرگ هورسالف
روایت/ جویان میجل
زیبایی‌شناسی/ بیورجیت پیر و جویا داد و پریس
 تصویر/ دیده مورگان
مخاطبان/ استوارت آ. هورنر
گزارش صدا/ دورون تای اسکولر
فیلم آردی/ جریمس استولر
اقتصاد/ دیده جیمستر
روایت/ نامیلا آی. کین
عمر/ جوزی سیستم
صدا/ دیم یا پاک
من/ ایزابل مانری
فرهنگ/ آنجل زانو
گرگش/ جوان سومیالا

کلید واژگان در پایان دین، رسانه و فرهنگ

1808
به کوشش/ امیر زیدان
بررسی/ حسین مهدویان
تاریخ و هیئت تنک: مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما
نوت چاپ: 1371/1
چاپ: زال کوثر
شماره گزارش: 1500

به: 500 هزار
نامه: قیم پذیر این، مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما
نهایت: خیابان جام، ساختمان سه، طبقه دوم، شماره 12-6
زیرسیم: 2178/8/17
درخواست: شهید - خیابان امام خمینی، پلاک 4، ساختمان سه، طبقه سوم
سایت: 08-511-511-511-511-511
www.irc.ir
info@irc.ir
دیوید مورگان

استاد دین شناسی در دانشگاه دوک و نویسنده کتاب‌های متعددی همچون: "نشریه ۱۹۸۵ (۱، ۲) و "نشریه تصریح" ۲۰۰۲ (۲). عضو و رئیس کمیسیون مطالعات بین‌المللی در عرفه دین، رساله و فرهنگ. وی هم‌اکنون ویراستار مجموعه کتاب‌های انتشارات را انتخاب و انتقال در زمینه دین، رساله و فرهنگ و در عهده دارد و ویراستار نشریه دین مادی ۷ نیز هست.

چی. کویتا آسیا، چیادو

استاد (دانشگاه) جوهره رساله دین و مسیحیت افراصیه در دنبال معاصر در مدرسه دینی ترینیتی ۵ (گنا). در گذشته، وی عضو کمیسیون مطالعات بین‌المللی در عرفه دین، رساله و فرهنگ و استاد مدعو دانشگاه هاروارد بود. هم اکنون نیز ویراستار نشریه کلیسای نهاد دنیا و ایندیا ترینیتی است و علاوه بر نگاشتن کتاب افراصیه کاربردی در افراصیه (۲۰۰۵)، آثار و مقالات زیادی را در پاب مسیحیت و رساله در افراصیه معاصر منتشر کرده است.

2. The Sacred Gaze.
3. The Lure of Images.
5. Trinity Theological Seminary.
پیر هورسفیلد
دانشگاه و مدیر بخش یادگیری و تدریس ارتباطات کاربردی در دانشگاه آمستردام. آی.آی. خالی. میلر، وی در گذشته، عضو گروه مطالعات علوم انسانی در دانشگاه ترینیتی، کانادا و ناشرین بود. هورسفیلد آثار متعددی در زمینه رسانه و دین منتشر و بهبود و بررسی کتاب ایمان در رسانه‌ها: روش‌های فرهنگی نسبت به سیاست‌های رسانه‌ای (2005) را به‌عنوان داستان گردید.

جولیان میچل

بی‌بیگت میور

جوجا دا وریس
استاد متعدد انسان‌شناسی از دانشگاه آمستردام. وی آثار متعددی را به زبان هندی نگاشته و هم‌اکنون در حال نوشتن کتابی است با عنوان گری مسیحی اسلامی.

1. Religion in the Media Age.
2. The Centre for Religion and Media.
سارا ام. پاینده

استاد مطالعات ادبیات در دانشگاه ایالی کالیفرنیا و مدرس دوره‌هایی در دانشگاه آدیبان امریکایی.

وی نویسنده جمله‌ای (ویژنر) و نویسنده‌ای مردی است که مهربانی و جستجوی انسان‌گرایی را بررسی می‌کند (2001) و

عصر جدید را مثال‌هایی در آن کاربرد دارد (2004) است. هم‌اکنون در زمینه تکمیل کتاب‌های است

دریاسی دسی و فرهنگ جانان. وی ریاست کمیته درک عمومی از دین در آکادمی

امریکایی دین را به‌عنوان دار.

ایزابل هافر

استاد علوم اقتصادی در دانشگاه ویلیام ویت، زونهایسبرگ اقتصادی جنوبی و

آن‌ها و تعدادی از زمینه‌های اقتصادی جنوبی، مطالعات پاسیفیک و

فرامیکت گروهی منشأ کرده است. کتاب او با عنوان پیوند تابع جامع تاریخ‌ی کنکام

سایحه‌سیاسی (1997) جوایزی را برای نویسنده به همراه داشت.

آنجلزا نیتو

دانشگاه دانشگاه نیویورک در رشته‌های اقتصادی و مطالعات دینی و مؤسس و مدیر

مرکز دین و رسانه در این دانشگاه، تخصص اصلی وی فرهنگ و تاریخ چین بوده است. کتاب آنجلزا نیتو با عنوان درباره جامع و

توضیحاتی در روابط چینی و موسوم به هم‌جوق رفته و مجموعه است. کتاب آنجلزا نیتو با عنوان درباره جامع و

توضیحاتی در روابط چینی و موسوم به هم‌جوق رفته و مجموعه است. کتاب آنجلزا نیتو با عنوان درباره جامع و

توضیحاتی در روابط چینی و موسوم به هم‌جوق رفته و مجموعه است. کتاب آنجلزا نیتو با عنوان درباره جامع و

توضیحاتی در روابط چینی و موسوم به هم‌جوق رفته و مجموعه است. کتاب آنجلزا نیتو با عنوان درباره جامع و

توضیحاتی در روابط چینی و موسوم به هم‌جوق رفته و مجموعه است. کتاب آنجلزا نیتو با عنوان درباره جامع و

توضیحاتی در روابط چینی و موسوم به هم‌جوق رفته و مجموعه است. کتاب آنجلزا نیتو با عنوان درباره جامع و

توضیحاتی در روابط چینی و موسوم به هم‌جوق رفته و مجموعه است. کتاب آنجلزا نیتو با عنوان درباره جامع و

توضیحاتی در روابط چینی و موسوم به هم‌جوق رفته و مجموعه است. کتاب آنجلزا نیتو با عنوان درباره جامع و

توضیحاتی در روابط چینی و موسوم به هم‌جوق رفته و مجموعه است. کتاب آنجلزا نیتو با عنوان درباره جامع و

توضیحاتی در روابط چینی و موسوم به هم‌جوق رفته و مجموعه است. کتاب آنجلزا نیتو با عنوان درباره جامع و

توضیحاتی در روابط چینی و موسوم به هم‌جوق رفته و مجموعه است. کتاب آنجلزا نیتو با عنوان درباره جامع و

توضیحاتی در روابط چینی و موسوم به هم‌جوق رفته و مجموعه است. کتاب آنجلزا نیتو با عنوان درباره جامع و

توضیحاتی در روابط چینی و موسوم به هم‌جوق رفته و مجموعه است. کتاب آنجلزا نیتو با عنوان درباره جامع و

توضیحاتی در روابط چینی و موسوم به هم‌جوق رفته و مجموعه است. کتاب آنجلزا نیتو با عنوان درباره جامع و

توضیحاتی در روابط چینی و موسوم به هم‌جوق رفته و مجموعه است. کتاب آنجلزا نیتو با عنوان درباره جامع و

توضیحاتی در روابط چینی و موسوم به هم‌جوق رفته و مجموعه است. کتاب آنجلزا نیتو با عنوان درباره جامع و

توضیحاتی در روابط چینی و موسوم به هم‌جوق رفته و مجموعه است. کتاب آنجلزا نیتو با عنوان درباره جامع و

توضیحاتی در روابط چینی و موسوم به هم‌جوق رفته و مجموعه است. کتاب آنجلزا نیتو با عنوان درباره جامع و

توضیحاتی در روابط چینی و موسوم به هم‌جوق رفته و مجموعه است. کتاب آنجلزا نیتو با عنوان درباره جامع و

توضیحاتی در روابط چینی و موسوم به هم‌جوق رفته و مجموعه است. کتاب آنجلزا نیتو با عنوان درباره جامع و

توضیحاتی در روابط چینی و موسوم به هم‌جوق رفته و مجموعه است. کتاب آنجلزا نیتو با عنوان درباره جامع و

توضیحاتی در روابط چینی و موسوم به هم‌جوق رفته و مجموعه است. کتاب آنجلزا نیتو با عنوان درباره جامع و

توضیحاتی در روابط چینی و موسوم به هم‌جوق رفته و مجموعه است. کتاب آنجلزا نیتو با عنوان درباره جامع و

توضیحاتی در روابط چینی و موسوم به هم‌جوق رفته و مجموعه است. کتاب آنجلزا نیتو با عنوان درباره جامع و

توضیحاتی در روابط چینی و موسوم به هم‌جوق رفته و مجموعه است. کتاب آنجلزا نیتو با عنوان درباره جامع و

توضیحاتی در روابط چینی و موسوم به هم‌جوق رفته و مجموعه است. کتاب آنجلزا نیتو با عنوان درباره جامع و

توضیحاتی در روابط چینی و موسوم به هم‌جوق رفته و مجموعه است. کتاب آنجلزا نیتو با عنوان درباره جامع و

توضیحاتی در روابط چینی و موسوم به هم‌جوق رفته و مجموعه است. کتاب آنجلزا نیتو با عنوان درباره جامع و

توضیحاتی در روابط چینی و موسوم به هم‌جوق رفته و مجموعه است. کتاب آنجلزا نیتو با عنوان درباره جامع و

توضیحاتی در روابط چینی و موسوم به هم‌جوق رفته و مجموعه است. کتاب آنجلزا نیتو با عنوان درباره جامع و

توضیحاتی در روابط چینی و موسوم به هم‌جوق رفته و مجموعه است. کتاب آنجلزا نیتو با عنوان درباره جامع و

توضیحاتی در روابط چینی و موسوم به هم‌جوق رفته و مجموعه است. کتاب آنجلزا نیتو با عنوان درباره جامع و

توضیحاتی در روابط چینی و موسوم به هم‌جوق رفته و مجموعه است. کتاب آنجلزا نیتو با عنوان درباره جامع و

توضیحاتی در روابط چینی و موسوم به هم‌جوق رفته و مجموعه است. کتاب آنجلزا نیتو با عنوان درباره جامع و

توضیحاتی در روابط چینی و موسوم به هم‌جوق رفته و مجموعه است. کتاب آنجلزا نیتو با عنوان درباره جامع و

توضیحاتی در روابط چینی و موسوم به هم‌جوق رفته و مجموعه است. کتاب آنجلزا نیتو با عنوان درباره جامع و

توضیحاتی در روابط چینی و موسوم به هم‌جог
برخورشید،

برگدان، منا نادعلی
در مطالعه رسانه و دین، ویژه رسانه را هم می‌توان به صورت دقیق و خاص در کرد و هم در حالت کلی تر و جامع تر، فهم این تفاوت بای تبیین بردن به نحوه پست مطالعه دین و رسانه و دیدگاه‌های مختلفی که در رویکردهای نوشتاری و تحقیقاتی در این دو حوزه آشکار می‌شوند، بالا می‌آید است؟ چون هر دو حالت، نقاط قوت و ضعف خاص خود را دارند.

گرایش به سمت رسانه به عنوان حوزه‌ای مطالعاتی به دهه ۱۹۳۰ در ایالات متحده پایه‌گذاری شد. شکل‌گیری مخاطبان زیادی به واسطه فن آوری‌های نسبتاً جدید ارتباطات جمعی نظیر روزنامه، فیلم و رادیو، ظرفیت وادی این ابزار قرار می‌داد تا در مقایسه فراکسیون به رفتار اجتماعی اثر بگذارند. چنین امکاناتی در دوره‌های گذشته وجود نداشت. شواهد به پایه و اساس درباره آثار تبلیغاتی نازی‌ها در اروپا و اشتقاق برای درک نحوه بهره‌برداری از رسانه‌های

1. Peter Horsfield.
کنار گذاشته: ارتباط صرفاً یک قراری از ایجاد است و رسانه‌ها تنها ابزار این ارتباطان باید کارکرد آنها را بیاورد گرفت و نتیجه‌های صحیح را برگرداند. آن‌گاه خواهیم دید که توانایی ارور در جهت منافع خود به پیش برمی‌رسد. مطمئنا رسانه‌ها با نمای یکی برج ایران‌گذاری از درگیر شدن محققان و هنرمندان علمی به موضوع‌های انتقاداتی و سیاسی نظر نفرت و مالکیت و کاربردهای اجتماعی رسانه‌ها جلوگیری می‌کرد.

به‌سیری از جهان و محدودیت‌های این دیدگاه در دهه‌های اخیر به پالت کشیده شده است. اما قدرت هنرمندی و کاربردهای عملی یک دیدگاه که بر رسانه‌ها متمرکز است، در حال حاضر آن را به دیدگاه‌های مانند‌گان به روش‌هایی همچون سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی‌های رسانه‌ای استراتژیک بدل کرده است. به گونه‌ای که دنیای کوتول، آن را بی‌پارادایم سلطان، در تئوری‌های سیاسی می‌خواند (کریستین، 1992).

این دیدگاه تا همین‌جا از دنیا و به یادگار بوده است. این دیدگاه‌ها به‌عنوان مطمئن‌ترین جایگزین تحت‌پایش‌ها در حوزه‌های و رسانه‌های توزیع است. این دیدگاه‌ها به‌عنوان مطمئن‌ترین جایگزین تحت‌پایش‌ها در حوزه‌های و رسانه‌های توزیع است.

1. ترکیب و یو گیری تعاملات مذهبی با رسانه‌ها;
2. مقایسه انتقادی ارزش‌ها و محتوای رسانه‌ای از منظر ارزش‌ها و محتوای مذهبی;
3. مطالعه اثرات کاربردی دینی رسانه‌ها بر رسانا برایی مسیحیت مثلاً در اثرات برانجامی مذهبی، کاربردی برانجامی مذهبی از سوی مسیحیت، میزان اثرات برانجامی مذهبی در اثرات مذهبی روایات اصلی و تنظیم نگرش و استراتژی‌های مربوط به کاربردی مذهبی متنوع از رسانه‌ها.

چنین مطالعاتی در عرصه دین و رسانه‌ها، بخشی از جاودان یا جرا درباره
چیست رسانه‌ها، چرا دین و چگونگی ارتباط میان این دو. دین را بیان می‌کند.
دین، حوزه‌ای از تجربیات انسانی فرض می‌شود که از رسانه‌ها و جهان رسانه‌ای
جداساز مفاهیم مذهبی را در واحده نخست، افراد مذهبی بر اساس معیارها و اصول

1. Denis McQuail.
2. The dominant paradigm.

جدید، سبب گرایش پژوهشگران به دریافت اطلاعات دقیق تر درباره تأثیر و
کاربردهای رسانه‌ای شد. علی‌رغم این امر، تأثیر و پرورش رفتاری و اجتماعی از
مهم‌ترین روش‌شناسی‌ها برای این دست از تحقیقات به شمار می‌آمده.

در ورده نخست و هم‌رستا با خواست جامعه علمی برای رسیدن به تحلیل
روش‌ رسانه‌ها در این پارادایم با عناوین هدف‌ریزی، روانشناختی، اجتماعی و
مجله اجتماعی، قلم، رادیو و بی‌پایان تلویزیون به نظر می‌آمده.

ارتباطات رسانه‌ای با انتقال داده‌ها های جامعه علمی نسبت به درک این یکی
در چارچوب روابط علیه و معلولی، در ابتدا، فرآیند خطئ فرضی می‌شود؛ یعنی
فرستنده بیایی را می‌سازد؛ این پیام وارد فن آوری‌ها و رسانه‌های می‌شود؛ این
فن آوری‌ها، بیایی را تکثیر و در سطحی گسترش دیگر مخاطبانی تر می‌گردد و پراکنده
بخش می‌کند؛ پس این پیام را آن‌ها اثر می‌گذارد. تحقیق در این عرصه به
بست‌گذاری یا ارزیابی سهم هر مره‌ز در نتیجه‌های آن
مختلف بود. مؤثر بودن ارتباط بر این اساس ارزیابی می‌شود که آینات مورد
نظر ارتباطی به دست آمده یا خیر (اثرات نظر تغییر نگریش، راه دادن به
سیاست می‌باشد که با خیز یا خاصی ندارد).
مذهبی منتشرشده، شکل داده و گسترش داده می‌کند. رسانه‌ها صرفاً ایثارگر با مفهوم بروز انتقال یافته‌های مذهبی مشخص به مخاطبان هدف مستندند. کارآیی و تأثیر ارتباط مذهبی بر اساس میزان تغییرات مورد نظر ارتباطات در رفتار سنجیده می‌شود.

در نیمه دوم قرن بیستم، دیدگاه ابزاری بر رسانه‌ها نگاهی به دلیل استخوان نگیرش شد. پس از ادامه‌داری و راه‌نامه‌دانی درباره رابطه میان شنوایی رسانه‌ای قابل ملاحظه و خروجی اجتماعی در ایالات متحده در دهه‌های 80 و 90 میلادی و موجب شک گرفتن و حضور نهایی از تغییرات ملی شامل چنین برای سازمان‌های جامعه و پیش‌بینی اثرات رسانه‌ای واقعی، از این روی، سپاس از این محققان برای بررسی رسانه‌ها و رفتار انسانی، راه‌های گزارشی را چگونه کنترل کنند. این حقيقة که رسانه‌های جامعی شناخته شده توسط اثرات برای بررسی سنجیده و متغیر اثرات رسانه‌ای واقعی شناخته شده صرفاً یک نشان از فناوری بیماری گسترشده بر واسطه اجتماعی بودن، بیش از پیش فراموش می‌شوند، این ایده که انسان‌ها در چنین بطور نیاز پیش‌بینی شده باشند، انسانی و سیستم اثرات رسانه‌ای را حاکم می‌سازد. با اعمال این روش، جامعه می‌تواند از پیش به این آمر ممکن آگاهانه می‌باشد که رسانه‌ها صرفاً ایثارگر برای انتقال اطلاعات و برنامه‌ریزی و را بیان کنند. به طور کلی، رسانه‌ها جز اثرات مورد نظر ارتباطات گهر، اثرات دارد که پایدار به آنها توجه شود. در این شرایط ناامن، دیدگاه‌های سیاست‌گذاری با مطالعات رسانه‌ای در اروپا و رسانه‌ها به عنوان عاملان ساخت سه توجه در رفتار منفرد و ایجاد چرخه، به مخاطبان و رسانه‌ها به عنوان عاملان ساخت سه توجه در رفتار منفرد و ایجاد چرخه، به مخاطبان و رسانه‌ها به عنوان عاملان ساخت سه توجه در رفتار منفرد و ایجاد چرخه، به مخاطبان و رسانه‌ها به عنوان عاملان ساخت سه توجه در رفتار منفرد و ایجاد چرخه، به مخاطبان و رسانه‌ها به عنوان عاملان ساخت سه توجه در رفتار منفرد و ایجاد چرخه، به مخاطبان و رسانه‌ها به عنوان عاملان ساخت سه توجه در رفتار منفرد و ایجاد چرخه، به مخاطبان و رسانه‌ها به عنوان عاملان ساخت سه توجه در رفتار منفرد و ایجاد چرخه، به مخاطبان و رسانه‌ها به عنوان عاملان ساخت سه توجه در رفتار منفرد و ایجاد چرخه، به مخاطبان و رسانه‌ها به عنوان عاملان ساخت سه توجه در رفتار منفرد و ایجاد چرخه، به مخاطبان و رسانه‌ها به عنوان عاملان ساخت سه توجه در رفتار منفرد و ایجاد چرخه، به مخاطبان و رسانه‌ها به عنوان عاملان ساخت سه توجه در رفتار منفرد و ایجاد چرخه، به مخاطبان و رسانه‌ها به عنوان عاملان ساخت سه توجه در رفتار منفرد و ایجاد چرخه، به مخاطبان و رسانه‌ها به عنوان عاملان ساخت سه توجه در رفتار منفرد و ایجاد چرخه، به مخاطبان و رسانه‌ها به عنوان عاملان ساخت سه توجه در رفتار منفرد و ایجاد چرخه، به مخاطبان و رسانه‌ها به عنوان عاملان ساخت سه توجه در رفتار منفرد و ایجاد چرخه، به مخاطبان و رسانه‌ها به عنوان عاملان ساخت سه توجه در رفتار منفرد و ایجاد چرخه، به مخاطبان و رسانه‌ها به عنوان عاملان ساخت سه توجه در رفتار منفرد و ایجاد چرخه، به مخاطبان و رسانه‌ها به عنوان عاملان ساخت سه توجه در رفتار منفرد و ایجاد چرخه، به مخاطبان و رسانه‌ها به عنوان عاملان ساخت سه توجه در رفتار منفرد و ایجاد چرخه، به مخاطبان و رسانه‌ها به عنوان عاملان ساخت سه توجه در رفتار منفرد و ایجاد چرخه، به مخاطبان و رسانه‌ها به عنوان عاملان ساخت سه توجه در رفتار منفرد و ایجاد چرخه، به مخاطбан
رسانه در مقام فرهنگ

ميجاز رسانه در مقام فرهنگ، درک خواهد کرد که آن رسانه محیطی است برای رشد انسانی. شخصیت ما با بالا و پر گرفتی در محیط اجتماعی رسانه‌ای شدیداً می‌گردد که به آن نیازهای عملی ما برای رشد و تجربه‌های فیزیکی، بلدیه، اجتماعی از نهادها و نمازگرهای سرگرمی، ماما و انواع در درک بیش از قرار گرفته می‌شود. نمی‌توان گفت که صنعت افرادی مستقل و مستقل‌مانند هستند. چرا بدلیل واقعی این افرادی است؟ این افرادی تنها در هنگامی که می‌توانند ملایم‌تر باشند، این افرادی می‌توانند به این نتیجه برسند، که رسانه‌های سازمان‌هایی نهایی و ناظم‌های اعتقادی و رفتار سازمان‌هایی می‌باشند. در همان جامعه اهمیت دارد. این نمونه‌های مخصوص دینی از قطعیت ممتا اقتصادی، نهایی‌ترین نقطه از بازیگران عرصه گسترده و سطح مذهبی -اجتماعی محسوبی می‌باشد. در این رفتار بازیگران، برجستهی متفاوتی حضور دارند که باعث یک شناسایی کرده و با راهبردی درونی آنها یاسد. نمی‌توان رواجن و اقلیت که با پایگاه ایزایی در تحقیقات دین و رسانه‌ی دیگر جایی ندارد. لحاظ‌های بازیگری نقطه عطف ملی‌های رسانه‌ای در عرصه‌های سازمان‌های، به ویژه در رفتار بازیگری و بی‌توجهی‌های به رسانه‌ها در حوزه‌های بازیگری مذهبی، رویه‌بندی مذهبی و ناهنجاری‌های کارآیی گسترش‌های دارد. ما وجود این، قطعه

فوت تفكیر اقتصادی در دین و رسانه‌ای است که این دیدگاه به‌ویژه بی‌پیچیده رفتار مذهبی و فیلسوفی‌های مبناگری گی بر شرایط اقتصادی و فرهنگ‌گوناگون و چگونگی ساخت شخصیت هم به وسیله کاربردی‌های رسانه‌ای، همان‌طور که در نهایت به آنها سازگاری می‌کند، توجه دارد. نقطه ضعف آن آن تأیید است که با انتشار چنین دیدگاه بیشتر در پیش و نظرات اجتماعی و دین، توصیف غنی بدلیل آن‌ها به‌وسیله نیاز بوده و ارزش سیاسی با استناد به این نکاتی داشته‌اند. با این حال، در عمل مشاهده می‌شود که تعدادی از تجربه‌های اصلی رسانه‌ها در این دیدگاه نیز دوباره رخ می‌دهند.

1. Mediated Beings.
2. Epitome of Elite Enlightenment Civilization.
3. Trope.
کتاب محور و با آیده‌ریزی و پیشنهادات، به شکلی که به فرهنگ‌های درون‌رسیده و به‌کارگیری واکنش‌های مختلفی می‌پردازد.

بالاتر از این، تعدادی اصلاحات انجام داده شده است که این اصلاحات بخشی از پیشرفت‌های جدیدی که در طول سال‌ها و روزها در این زمینه جوشانده شده است. این اصلاحات شامل افزایش اثرات اجتماعی و روانی در زمینه‌های مختلفی می‌باشد که شامل آموزش‌های مبتنی بر بهترین روش‌ها و مفاهیم جدیدی از زمینه‌های مختلفی می‌شود.

در مقدمه، مطالعه‌های جدید و اسناد مختلفی ارائه شده است که این اسناد توسط محققان مختلفی در سال‌های مختلف و در مراحل مختلفی ارائه شده است. این مطالعات به خصوص در زمینه‌های مختلفی از جمله فرهنگ‌های مختلفی ارائه شده است که شامل این اصلاحات در زمینه‌های مختلفی می‌باشد که شامل آموزش‌های مبتنی بر بهترین روش‌ها و مفاهیم جدیدی از زمینه‌های مختلفی می‌شود.

1. Lay Christians.
2. Social Infrastructures.
کننده، یا باید بررسی اجتماعی با صنعت حمایت کننده را ترویج دهد. این
نوشت: متناسب با رسانه جدید، ایجاد برای امروز سواد‌های جدید و معرفی و انتقال
آن‌ها به سطح نیاز، تأمین سریع و قابل اطمینان، موارد و فن آوری‌های مورد
پای درست رسانه (یا مثال، پوست گوسنده، قلم نیازی، کاغذ کانه یا حمیر
جب برای نوشتن: مطلب‌های جامی، جدول و کاغذ فراوان، باریدهای برای پوست
و فروشگاه‌ها برای فروش و نظر آن، چارچوب از آموزش‌ها، مقررات قانونی
و ساختارهای سیاست‌گذاری برای مدل‌های و اقدام فعالیت‌های جدید و مراکز
جدید قدرت در چنین موردی جو می‌بود.

بدون این عوامل صنعتی، هیچ رسانه‌ای نمی‌تواند به عنوان نوعی پایدار از ارتباط در
جامعه حضور شود. باید حساسیت به انگیزه‌های بزرگ‌تر کالا بر عرضه رسانه‌های
الکترونیک سازگاری پیدا کند. (کلرک، 2002) 1984 سریال‌ها تأثیر
نگرانی در صنایع رسانه‌ای بر ساختارهای اجتماعی با ایجاد تغییر در دنیای
وسط رسانه، نماینده می‌شود، نتیجه‌ی این خاصیت با تغییرات همچنین، برای برخی از
مقاومت‌ها، برخی دیگر، بهترین کانال می‌شود.

اکثراً ب روی تدریجی، آن‌ها به خصوص در خدمت
و رسانه‌ها تغییر خاص شرایط این‌گونه؛ این‌که ممکن است
این‌مولفه‌های دیگر حاصل گردد که آن‌ها را به کلیش پکشدن؟ نهداها دنیا برای
مشترک با ساختارهای نسخه‌های انتقادی صنایع رسانه‌ای، به یک جهت تغییر نمی‌دیز.
خود، ناژ دانست؟ این‌مولفه‌های جزئی و فعالیت‌های کارآگاهی رسانه‌ای بر نهایت و
فعالیت‌های اجتماعی مرتب با آن‌ها نظر دین، چه تأثیری می‌گذراند؟ عوامل سیاسی...

1. Edwards.
2. Eisenstein.
3. کنشی، مریم. چهار نیل خویش، دانشگاه آموزش و پرورش تهران، 1384.
4. لیکی از ارگان‌های تحقیقاتی همکاری‌ها در
تاریخ آن‌ها، مسیحیت و زبان‌های نهفته اصلاحات پروتستان به مبارز می‌کند. نویسندگان در 10 نوامبر 1384 در
آزربایجان، ماهنامه و در 38 فربه 1354 در گزارش‌های
عکس‌های اصلی، در وضعیت زبان‌ها و فعالیت‌های جدید رسانه‌های نوین، تعیین‌ها
و وفتادگی جدید دینی را می‌آفرینند.

1. Epistemology.
رویکرد ایزی‌الهی به رسانه‌ها بر قدرت اعترافی رسانه‌ها به تنهایی کننده با شخصیت تمرکز داری که این وسیله را اکتومی می‌کند؟ ولی در رویکردها متنی، قدرت رسانه‌ای، توزیعی‌تر ارگانی‌شدن می‌شود. دریافت‌ها، جایی‌ها و روابط در شرایط رسانه‌ای، نه ساده‌تری و نه ثابتی، مطالعاتی مرتبط با نحوه دریافت و استفاده مخاطبانی از رسانه در بطن سنت متنی، مخاطبان را به دریافت‌کننده منفعل، بلکه عاملانی مطابق فعال در فرآیند ارتباطات و ساخت معنا می‌پندارد. در نظر بخودی، این رویکرد در ارتباطات با ساکت بنیان، به عنوان تجربه مورد قبول می‌باشد و دریافت‌ها، بدين معناستن که پایه‌گذاری (رسانه‌ها را به عنوان مسئول) دیدن و تفسیری از تجربه مشتاق می‌باشدی، در عوض، ما با رسانه‌ها را فضایی ذهنی و فیزیکی از تجربه می‌باشیم، پیام در قالبی خاصی از رسانه، خود قابل‌رسانه‌ای و آنچه فرد دریافت‌کنند، با یافته‌ای می‌دهدی در نظر بگیرید. این تجربه‌ای، هم شرایطی به فرآیند جدیدی که فرد سازنده آن است، در مرحله بعدی به متن جدید تبدیل می‌شود. (۲۰۰۵)

در رویکرد ایزی‌الهی، متن رسانه‌ای ایزی‌الهی قدرت‌ات از برای بسته و بهبود قدرت، صاحبخانه قلمداد می‌شود. متن را منبع های ویژه، اثرات ایزی‌الهی در مطالعه دین و مطالعه می‌باشدی، این مطالعه منحنی قدرت ایزی‌الهی را به شکلی می‌کند. در این رویکرد از تکنولوژی از رسانه‌ها انتشار آنها در انتصار دارند، از تکنولوژی ایزی‌الهی، نیز یک تولیدی و انتشار آنها در انتصار دارند، افرازی پایه‌است، ویلی این قدرت، مطلوب نیست. قدرت از تعامل و مذاکره فرهنگی یکسانه، میان تولیدکنندگان بیام، متن بیام و دریافت‌کننده و کاربران بیام برمی‌خیزد. قدرت رهبری دینی و انتصابی، قدرتی محض نیست که با آن برای معنایی مورد تظاهر یکدیگر ندارد. اگر دیگر از تولید و مداخله مؤثر نظرها و معنی میان تولیدکنندگان و صرف‌نظر کننده متن برمی‌خیزد.

1. Ownership of Media Technologies.
2. Power Centers.
3. Agency of Signs.
4. Textual Action.
5. Divergent.
6. Intertextuality.
7. Symbolic Capital.

1. Religious Authority.
استعارة رسانه در مقام متن در بطن مسیحیت، استعارهای اثرگذار بوده است.

مسیحیت، دنبال مسیح با حیات قوی است که اثر شده و عقاید مربوط آن را باید در
متن رسانهای شده تاریخی جست و جو آورد. یک حال، بی‌پرور بی‌چیزی این ظنون و
چگونگی استعاره علیه و نظریه صحیح از آن متن، معنی معترض و مبتکر
و جبردار. عللیه یا حمله در انتقاد یک پیوندار قرار گرفت. پیونداری از عتیقه
متنی نیازدگی‌ها اکنون نظارت صحت (در حال حاضر، جای شده) را
نوشته‌های می‌بیان و شرط از نظر فرهنگی می‌پندار که خدا دیکتر که است و در تماش
ای گروه‌های دانش و تماشای دوره‌ها، معمور شده‌اند. از دیدگاه‌های دیگر، متن دیگر نظر
انجیل، متنی پرقدرت از نظر اثرگذاری بر مجموعه، تصویر می‌شنود؛ این اثرگذاری با
ظرفی محتوای مقام است با حیات به واسطه خورشید، مایا و از این روی، به‌همن
متن در حکم تحفظ گفته‌ها خداوند قلی‌فاقد می‌شود. در تقابل با این دیدگاه،
روبرتو و پساختارگر است و وجود دارد که متن مسیحی نگاشت شده و متن دیگری بیدون
موقف، اشتیاق‌های از ایدئولوژی و استادی تاریخی نگاره که به‌اختیاریکن
انتقال و رادیکالی و پیام‌هایی خلاصه ۴ لیز دارد.

در اماکن قرن نوزدهم و اوایل قرن بیستم میلادی ظهور علم تجربی، انگیزه‌ای شد
پی‌برای منشکن کلیه‌های مسیحی تا بکارگیری روش‌های علمی، اعتبار تاریخی مسیحی
ینادی‌های مستقیم به راه کتاب مقدس با ترس و استرس کردن. و وجود این، علاقه
به متن به امر نمی‌خواهد. محدود بود. با به‌گفتگو گیل ۲ در اوایل دهه ۱۹۹۰، تحقیقات عظیم
صورت گرفت. در قرن ۲۰ میلادی بر روی موضوعات مربوط به کتاب مقدس، به
طرک گسترش در راستای نمایه و سریع، خیلی به محبتی مبارک و استادی، شکه‌های
الهیانی و رضایی این مبارک و پرستش‌هایی مشابه و به
(گیل، ۲۰۰۳) وی ادامه
پی‌برد که موضوعات گسترش‌تر مرتبط به متن از نظریه رسانه‌ای؛ مجروح بر پرستش‌های
پیروان نئویل، حمایت مالی، انتشار، مالیت و استفاده از کتاب به طور معناداری، نادیده
انگاشته می‌شود.

1. Harold Innis.
3. Content-in-Form.
4. "The Medium is the Message".
مک لومان معنید بود یک آوریل های ارتقای یا هدف قرار دادن و بسط عملکردها و
حواس خاص انسانی، فعلتی می کند. در این فاصله، در روابط داخلی و ادراکی مرتبط با آن
حواس خاص، تحت تأثیر قرار می گیرد. وقتی فن آوری های جدید در جامعه ای
پذیرفته شده و گسترش یافته، تجربیه و آگاهی جدید و عادتها را ایجاد می کند.
این تغییرات، نامحسوس هستند. تغییر در عادات ماه ادراکی و شباه تفکر که با
قابل های جدید ارتباط می همیند، با جای تحلیل شده، به آسموگر و آرامی ارائه
یک فرهنگ می شود. با این همه، وسط افزایش می پیوسته سبب می شود مردم
دریافت های متناوب از آن پیچیده‌ها به دست آورند؛ در این مراحل نیاز نیست که
افراد لویا از وجود دریافت های متناوب آگاهی داشته باشند.

این رویکرد با انتفاج و حتی نخوردهای زیادی روبرو و شده است. با وجود این،
مجاز رسانه در مکان فن آوری را در هم شکست سلول روبروک ابزاری امیت دارد.

برای مثال، دیوید مورگان معنید است میان آن دسته از رسانه‌ها یا قالب‌های
ارتباطی که در آنها محتوا ارتباطات و تبادل آن، اضطراب از یکدیگر قابل تمیزند و
دسته‌ای دیگر که در آنها، تمایز میان محتوای و قالب مهم است با آگاهان در هم آمیخته
شدند. تفاوت وجود دارد. با استفاده وی را وسایلی که فرد از آنها استفاده می یابد.
آگاه سازی، حالتی است که پیام‌ها را با استفاده از خودش به دیگری تبدیل می کند؛ و برای تحلیل آن
تیز به سطح متناوب تازه است. یکی از رسانه‌های مناسب، قبلاً به جای تکان کردن,
فرآیند عمل را آغاز می کند، نسبت به خود آن آگاهی می شود، به جای آنکه از طریق
آن به آگاهی دست یابیم ... منابع در هرکدام و زیر پوست انتشار فیزیکی رسانه قرار
دارده (مورگان، 1985: 5). قالب‌های رسانه‌ای وسیع چنین گفته مسالمان با
سلسله مرتب را در نظام اجتماعی پیدا می‌دهند و در نهایت و فراگیری
دینی، پژوهشگر می کند؟

1. Materiality of Communication Practice.
2. Meyrowitz.
3. Determinist Mindset.