

## رسانه دینی؛ ظرفیت مغفول مانده

احمد سیاح<sup>۱</sup>

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت رسانه، دانشگاه تهران، ایران  
ahmadsayah@ut.ac.ir

### چکیده

آنچه که با سیری در تعاریف موجود از مدیریت رسانه و ارتباط آن با دین منتج می‌شود، نشان می‌دهد سیاستگذاری سازمان‌های رسانه‌ای بدون پارادایمی واحد در عرصه دینی موجبات دوگانگی یا چندگانگی هویتی، هدر رفت منابع، تاثیر مخرب بر الگوهای رسانه‌ای الهام بخش در جامعه، عقب ماندگی از معضلات دینی روز و دوری از اعتبار برخاسته از متن مورد تایید نهادهای مرجع دینی و سرآخر بازتاب گفتمان بی‌هویتی می‌شود. عدم مقابله جدی با خطرات پیش روی جامعه‌ی ایرانی در حوزه‌های اعتقادی، ضعف محتوایی برنامه‌ها و عدم تعامل صحیح با نهادهای مرجع دینی به عنوان منابع اعتبار بخشی، از چالش‌ها و آسیب‌هایی است که در عرصه ارتباط دین و رسانه در کشور مشاهده می‌شود. از اینرو لزوم وجود مراکز تحقیقاتی خاص رسانه دینی، تحت نظر نهادهای دینی مرجع به عنوان نهادی تعاملی بین عرصه دین و رسانه ضروری به نظر می‌رسد.

**واژه‌های کلیدی:** رسانه دینی، قدرت رسانه، بازتاب هویت، شعائر مذهبی.

ahmad, sayah<sup>۱</sup>

<sup>۱</sup> MA in Media Management, University of Tehran, Tehran, Iran,

### Abstract

*Whatever is found out from the current definition of media management and its relationship with religion is that the policymaking of media organizations without a distinct paradigm in religion field leads to dualism or multiple identity, resource wasting having subversive influence on inspirational media plans in society, falling behind the current religious complexities and digressing from the credit of context confirmed by religious authorities. Finally, it would have the role of a discourse about having no identity. Unserious encountering to the risks that endanger religious tenets of Iranian society, the weak capacity of programs and incorrect transaction with religious authorities as authenticity powers are challenges in relation with religion and media in Iran. Therefore having specific research centers for religious media under supervision of the religious authorities as an interactional organization is necessary.*