سیویلیکا - ناشر تخصصی مقالات کنفرانس ها و ژورنال ها
گواهی ثبت مقاله در سیویلیکا
CIVILICA.com

عنوان مقاله:
بازنمایی فرهنگسازی عموی اقتصاد مقاومتی در برنامههای شاخص اقتصادی سیما

محل انتشار:
کنفرانس بین المللی مدیریت و اقتصاد در قرن 21 (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:
زهره قربانی - *کارشناسی ارشد علوم ارتباطات، واحد تهران شرق، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران*

ماندانا صنیعی - *استادیار و عضو هیت علمی گروه علوم ارتباطات اجتماعی، واحد تهران شرق، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران*

خلاصه مقاله:
با توجه به نامگذاری سال 1393 باعنوان سال مدیریت جهادی وجهاد اقتصادی، موضوع اقتصاد مقاومتی و میزان توجه رسانه به عنوان رسانهای تاثیرگذار در تغییر فرهنگ جامعه مطرح شد. با توجه به اهمیت این موضوع و تاثیر آن در برابر تحریمهای اقتصادی رسانه ملی نیز باید به این موضوع پرداخت مناسبی داشته باشد.تحلیل محتوای برنامههای ویژه اقتصادی در سیمای ملی در راستای بررسی میزان بازنمایی فرهنگسازی عمومی اقتصاد مقاومتی در رسانه ملی موضوع این تحقیق قرار گرفت. روش تحقیق تحلیل محتوا است. جامعه آماری در این تحقیق برنامههای شاخص اقتصادی «حرف حساب»، «ثریا»، «پایش» شبکه یک سیما در 6 ماه نخست سال 1393 است. نمونه آماری در این تحقیق 6 برنامه «ثریا» 6 برنامه «پایش» و 12 برنامه «حرف حساب» به عنوان ویژه برنامههای اقتصادی شبکه یک میباشد.نتایج حاصل در این تحقیق نشان میدهد اکثر مقولههای اصلی در ارتباط با اقتصاد مقاومتی در رسانه ملی مورد توجه بوده است، نتایج حاصله نشان میدهد مقولهای همچون ارتقای آگاهی عمومی در امور اقتصادی با 21.3 درصد و ترغیب به مصرف کالای داخلی و اجتناب از مدگرایی و مصرف کالای خارجی با 18.3 درصد در الویت پرداخت در برنامههای اقتصادی رسانه ملی بوده است.

کلمات کلیدی:
اقتصاد مقاومتی، رسانه، برنامههای اقتصادی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

https://civilica.com/doc/508754