

فهرست مقالات دوره و شماره: دوره ۱۴، شماره ۱ - شماره پیاپی ۲۷، شهریور ۱۴۰۳

۱. اعتماد رسانه‌ای شده به علم: بازاندیشی نقش ارتباطات علم به عنوان ارتباطات واسطه‌ای در اعتماد به علم
فاطمه بنیادی، هادی خانیکی، زرین زردار
۲. فراتحلیل مطالعات رابطه ای رسانه و مصرف گرایی در ایران (با تاکید بر متغیر تعدیل گر گروه های اجتماعی)
عادل سجودی
۳. راهبردهای رسانه‌ای انتشار گفتمان سلفی: مطالعه سه نسل گروه‌های سلفی جهادی - تکفیری
علیرضا سمیعی اصفهانی، احسان جعفری، مهین سیامنصوری
۴. واکاوی مولفه‌های مهم در حفظ مشتریان برتر بانک سینا (پژوهشی کیفی)
منصور شیخ الاسلامی کندلوس، علی محمد مزیدی شرف آبادی، سیدعلیرضا افشانی
۵. اخبار جعلی در توئیتر فارسی: سنجش میزان اثرگذاری و نفوذ نیروهای سایبری در هسته و مرکزیت شبکه‌گفتگوی توئیتر در دوران کرونا و شناسایی جغرافیای سیاسی نیروها
حمید عبداللهیان، امیر علی تفرشی، مهری بهار
۶. تحلیل گفتمان اخبار شبکه تلویزیونی ایران اینترنشنال در خصوص حوادث مهر ماه ۱۴۰۱ ایران
سعید فرامرزبانی، لعیان نورانی زنوز
۷. مطالعه جامعه‌شناختی تاثیر رسانه بر قوم‌گرایی سیاسی قوم تالش
علی اصغر قاسمی سیانی، علی احترامی، حسین حیدری
۸. تحلیل اثرات سبک فرزند پروری و عمل به باورهای دینی خانواده‌ها بر ویژگی‌های فردی و اجتماعی و تحصیلی دانش آموزان با توجه به نقش میانجی رسانه‌ها
محمود مرادی، مجید ضرغام حاجبی، حسن میرزا حسینی
۹. تدوین الگوی تحولی ارتباطات سازمانی در شبکه های استانی رسانه ملی با رویکرد اسلامی (مورد مطالعه شبکه استانی مازندران)
علی اصغر نیک نظر، عبدالرضا شاه محمدی سلمانی، حسن درزبان رستمی
۱۰. مطالعه شیوه های به کارگیری ظرفیت بازی وارسازی در تولید برنامه های آموزشی برای کودکان در رسانه های شنیداری
ویدا همراز، مریم وطن خواه
۱۱. ضرورت وجود صنایع خلاق رسانه ای در سازمان های رسانه ای
علیرضا زارع شهرآبادی، حسن بشیر، سید علی محمد رضوی

۱۲. کاوش در برنامه های خبره محور رسانه ملی به عنوان مخزن دانش؛ شناسایی عوامل کلیدی موفقیت کارآفرینان

حاضر در برنامه پایش

امیرحسین رهبر، محمدرضا علی آبادی فراهانی، بهروز محمودی