

فهرست مقالات دوره ۱۴، شماره ۲ - شماره پیاپی ۲۸، اسفند ۱۴۰۳

۱. کارکرد رسانه در استراتژی اصلاح قیمت حامل های انرژی در ایران
محمد صادق جوکار
۲. چالش های تغییر سبک زندگی زنان محجبه در اینستاگرامی شدن
طه مهدی قدیری، سید عبدالرسول علم الهدی
۳. بازاندیشی مفهومی در مصرف آیینی خبر؛ الگوهای رفتار مصرف خبر مخاطبان تهرانی
عبدالرحمان علیزاده، زرین زردار
۴. دریافت هنجارهای فرهنگی توسط کودکان از برنامه های شبکه پویا؛ مورد مطالعه: دیدگاه مادران تهرانی
میثم فرخی، فاطمه السادات لوح موسوی
۵. تحلیل عناصر مفهومی گفتمان «صنعت مهاجرت» در اینستاگرام
شیما فرزادمنش، محمدسعید ذکایی
۶. بررسی جامعه شناختی ناآرامی های اجتماعی با کنش گری شبکه های اجتماعی (مطالعه موردی تحولات آبان ۱۳۹۸)
شهرام محبوب کلیدبری، منصور شریفی، حبیب اله کریمیان
۷. تبیین عوامل و ویژگی های اقناع کننده گویندگان خبر در رسانه ملی (ارائه الگویی برای انتخاب مناسب گویندگان خبر در بخش های مختلف خبری)
سید دانیال معین آل داود، سیدعبدالله سجادی جاغرق، مهران صمدی، افشین محمدی
۸. فراتحلیل مطالعات پیرامون رابطه بین فضای مجازی و دینداری در ایران در سال های ۱۳۹۰-۱۴۰۰
محسن نیازی، محمد رضا حشمتی، ایوب سخایی، ندا خدا کریمیان گیلان
۹. تاثیرات فضای مجازی بر امنیت ملی ایران
محمد جواد کیانپور، سید محمد علی شریعتی، بهرام منتظری
۱۰. نقش موج نو سینمای ایران در دهه ۴۰ و ۵۰ در تحولات فرهنگ سیاسی ایران
علی معدنی پور، حجت اله ایوبی، صادق زیباکلام، مصطفی ابطیحی، علیرضا ازغندی
۱۱. بازنمایی مصداق های کلام در تبلیغات بازرگانی بر اساس چارچوب لمبرکت
بهرام مدرسی، زهرا رجیبی فرد، فروغ کاظمی
۱۲. شناسایی مولفه های مدیریت خبر در رسانه ملی در مواجهه با رسانه های فارسی زبان خارجی
ذاکر تیموری، فاطمه عزیزآبادی فراهانی، افسانه مظفری