

عنوان مقاله:

بررسی نقش و جایگاه رسانه تلویزیون در تحقق اهداف توسعه فرهنگی کشور

محل انتشار:

سومین همایش بین‌المللی مدیریت رسانه (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

نویسنده:

نفیسه آقاجانی - پژوهشگر و مدرس دانشگاه - کارشناس ارشد مدیریت رسانه دانشگاه علامه طباطبائی

خلاصه مقاله:

مفهوم دیرپای توسعه در دنیای امروز دچار دگرگونی شده و توسعه اقتصادی جای خود را به توسعه فرهنگی داده است. چنانچه اگر فرهنگ پالایش و توسعه نیابد، سایر جنبه های توسعه نیز تحقق پذیر نخواهند بود. در عصر ارتباطات، رسانه ها عهده دار این رسالت فرهنگی اند؛ چرا که قدرتمندترین ابزار در جهت پیشبرد اهداف دولت ها و ملت ها به شمار می آیند، و نیکوتر آنکه این ابزار ویژه، در خدمت ارتقای سطح فرهنگ جامعه و زدودن آن از هرگونه غبار و بدرنگی مورد استفاده قرار گیرند. در این میان رسانه تلویزیون به دلیل ویژگی ها و جذابیت های خاص خود، می تواند به واقع به یک رسانه فرهنگی در تمامی ابعاد آن مبدل گردد. در کشور ما رسانه ملی به لحاظ موقعیت ویژه ای که در مقایسه با سایر رقبا در اختیار دارد، ضروری است تا با برنامه ریزی های استراتژیک و عملیاتی و با بهره مندی از مدیریتی صحیح و کارآمد، در راستای تحقق اهداف توسعه فرهنگی کشور گام هایی بنیادین بردارد. در طی این راه می بایست همواره خلاقیت و پویایی خود را در میان رقبا حفظ نموده تا در سپهر رسانه ای دنیای امروز، علاوه بر بقا، تاثیر گذار و جهت دهنده عمل نماید. این مقاله سعی دارد تا با بررسی نقش و جایگاه رسانه ملی، به ویژه تلویزیون در توسعه فرهنگی کشور، راهکارهایی علمی و کاربردی را در این خصوص ارائه نماید. برای دستیابی به این مهم از روش تحقیق اسنادی و برای جمع آوری اطلاعات از روش کتابخانه ای اعم از چاپی و الکترونیکی بهره گرفته شده است.

کلمات کلیدی:

توسعه فرهنگی، رسانه ملی، تلویزیون، فرهنگ، صدا و سیما

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/554354>

