

عنوان مقاله:

نقش رسانه با تاکید بر تلویزیون در توسعه کارآفرینی فرهنگی در بین شهروندان شهر اصفهان (مطالعه موردی خوراسگان)

محل انتشار:

دومین کنگره بین المللی علوم انسانی، مطالعات فرهنگی (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 24

نویسندگان:

مهران فولادی نژاد - دانشجوی دکتری علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی (واحد میبد)

فایزه تقی پور - استادیار گروه مدیریت فرهنگی. دانشگاه آزاد اسلامی اصفهان (خوراسگان)

حسین باغ شیخی - دانشجوی دکتری مدیریت رسانه دانشگاه آزاد اسلامی اصفهان (خوراسگان)

خلاصه مقاله:

هدف پژوهش حاضر بررسی نقش رسانه ها با تاکید بر تلویزیون بر توسعه کارآفرینی فرهنگی در میان شهروندان منطقه خوراسگان بود. جامعه پژوهش را کلیه شهروندان این منطقه به تعداد 116000 نفر تشکیل دادند. روش پژوهش توصیفی \pm پیمایشی بود. از این میان تعداد 382 نفر به عنوان حجم نمونه از طریق فرمول کوکران محاسبه و به روش تصادفی ساده انتخاب گردید. ابزار پژوهش پرسشنامه محقق ساخته در 5 بعد میراث فرهنگی، عرضه و تولید محصولات فرهنگی و گردشگری فرهنگی بود. روایی صوری، محتوایی و سازه ابزار تایید شد. پایایی آن از طریق آلفای کرونباخ 89/0 برآورد گردید. نتایج نشان داد نقش رسانه ها با تاکید بر تلویزیون بر توسعه کارآفرینی فرهنگی در میان شهروندان منطقه خوراسگان 90/2 و در سطح متوسط بود. یافته ها همچنین نشان داد میانگین نقش تلویزیون بر میراث فرهنگی (98/2)، عرضه محصولات فرهنگی (81/2)، خلاقیت و نوآوری (97/2)، گردشگری (96/2)، تولید محصولات (79/2) (کمتر از سطح متوسط بود. یافته ها همچنین حاکی از آن بود که نقش تلویزیون بر ابعاد توسعه کارآفرینی در بعد میراث فرهنگی با میانگین (35/3) بالاترین و بعد عرضه محصولات فرهنگی و تولید محصولات فرهنگی با میانگین (61/2) پایین ترین رتبه را به خود اختصاص داده است. نتایج همچنین نشان داد بین نقش رسانه ها با تاکید بر تلویزیون بر ابعاد توسعه کارآفرینی بر حسب متغیرهای سن، مدرک تحصیلی، شغل تفاوت معنی دار وجود داشت.

کلمات کلیدی:

میراث فرهنگی، خلاقیت و نوآوری، گردشگری، کارآفرینی فرهنگی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/632409>

