

عنوان مقاله:

رابطه استفاده از رسانه های جمعی و میزان سرمایه اجتماعی در شهر کاشان

محل انتشار:

فصلنامه جامعه شناسی کاربردی، دوره 26، شماره 4 (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

نویسندگان:

فاطمه زارع غیاث آبادی - کارشناس ارشد، جامعه شناسی دانشگاه الزهراء، تهران، ایران

محمد گنجی - دانشیار، گروه علوم اجتماعی دانشگاه کاشان، ایران

خلاصه مقاله:

رسانه های جمعی با فراهم آوردن چارچوب های مفهومی برای تفسیر و پردازش اطلاعات، به نگرش های افراد در خصوص مسائل مدنی، موضوع های سیاسی و امور عمومی جامعه، جهت می دهند و به شکل گیری مفاهیم و رفتارهای خاص کمک می کنند. با توجه به اهمیت و نقش رسانه ها در زندگی اجتماعی، هدف اصلی نوشتار حاضر، تبیین نظری و تجربی رابطه میان استفاده از رسانه های جمعی و به طور ویژه اینترنت، مطبوعات و تلویزیون و میزان سرمایه اجتماعی است. در این پژوهش تلاش شده است تا ضمن استفاده از چارچوب مفهومی کلن، پاتنام، لرنر و دیگران، با روش پیمایش به بررسی رابطه استفاده از رسانه های جمعی و میزان سرمایه اجتماعی در جامعه مورد بررسی پرداخته شود. جامعه آماری مورد مطالعه در این تحقیق، افراد ۳۹ تا ۳۹ ساله شهر کاشان می باشد که از طریق فرمول کوکران ۳۸۳ نفر به عنوان حجم نمونه انتخاب شدند. یافته های توصیفی پژوهش، حاکی از این واقعیت است که اگرچه میانگین استفاده از اینترنت و مطبوعات در بین افراد نمونه، پایین تر از حد متوسط است ولی بیش از نیمی از پاسخگویان (۵۲.۸ درصد) در طی یک روز، بیشتر از دو ساعت از زمان خود را صرف تماشای تلویزیون می کنند. همچنین علی رغم این که میانگین سرمایه اجتماعی در بین جمعیت مورد مطالعه بالاتر از حد متوسط است ولی مشارکت اجتماعی دارای میانگین پایینی است. نتایج به دست آمده از این پژوهش نشان می دهد که بین تماشای برنامه های سیاسی، ورزشی، خبری و فیلم های جنایی، تاریخی و فرهنگی تلویزیون و میزان سرمایه اجتماعی رابطه معنادار وجود دارد. علاوه بر این، ارتباطی معنادار بین میزان استفاده از مطبوعات (مجله و روزنامه) و سرمایه اجتماعی برقرار است. به بیانی دیگر هر چقدر افراد به میزان بیشتری مطالب تاریخی، فرهنگی، اجتماعی و اخبار سیاسی مطبوعات را مطالعه کنند، دارای سرمایه اجتماعی بالاتری خواهند بود. مهم ترین نتایج نظری این مطالعه، تایید مفاهیم و مفروضات نظری مآخوذ از نظریه های پورتو، لرنر، برن و ران و ... درباره رابطه رسانه و سرمایه اجتماعی در جمعیت مورد مطالعه است.

کلمات کلیدی:

سرمایه اجتماعی، اینترنت، مطبوعات، تلویزیون

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1212235>

