

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر مصرف فضای مجازی بر دینداری و ارزش های خانواده-مطالعه موردی اصفهان

محل انتشار:

دوفصلنامه جامعه شناسی و مدیریت سبک زندگی، دوره 2، شماره 8 (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 36

نویسندگان:

علی قنبری برزبان - هیات علمی دانشگاه اصفهان

مریم درویشی - معلم-آموزش و پرورش

خلاصه مقاله:

این مقاله درصدد بررسی تاثیر میزان و نوع مصرف رسانه و شبکه های مجازی بر هویت دینی و ارزش های خانواده در شهر اصفهان است. در این مقاله با مروری بر رویکردهای نظری مربوطه به این مهم توجه دارد که آیا ارزشهای خانوادگی در اصفهان تا چه اندازه تحت تاثیر فضای مجازی بوده و به اصطلاح خانواده مجازی شده است. با توجه به پژوهش های پیشین و بحث و جدل هایی که در سال-های اخیر پیرامون تاثیر فضای مجازی از جمله شبکه های مجازی و اینترنت بر ارزشهای خانواده ایرانی وجود داشته، این دو متغیر به عنوان متغیرهای تاثیرگذار بر ارزشهای خانواده انتخاب شدند. روش پژوهش پیمایشی و جامعه آماری تحقیق شهروندان شهر اصفهان می باشد که تعداد ۴۱۰ نفر از آن ها به صورت نمونه گیری خوشه ای چندمرحله ای برای تکمیل پرسشنامه ها انتخاب شده اند. نتایج بدست آمده با استفاده از آزمون های مختلف و نهایتا مدل معادلات ساختاری (SEM) حاکی از رابطه معکوس بین مصرف رسانه (اینترنت و شبکه های مجازی) و ارزش های خانواده است. داده های تحقیق نشان می دهند که مصرف رسانه و استفاده از فضای مجازی و شبکه های مجازی و اینترنت رابطه معکوسی با میزان دینداری افراد دارد. از سوی دیگر نتایج نشان می دهد که رابطه مستقیمی بین دینداری و پایبندی به ارزش های خانواده وجود دارد.

Abstract This paper aims to investigate the effect of media use and virtual networks on religious identity and family values in the city of Isfahan. Focusing on the related theoretical approaches, this paper displays the importance of how family values are influenced by virtual space and so-called virtual family in Isfahan. According to previous studies and discussions existed in recent years about the impact of virtual space, such as virtual networks and internet on Iranian family values, these two variables were selected as influential variables on family values. The number of 410 people has been selected as the survey research method and the statistical population of citizen in Isfahan for completing the questionnaire. The results obtained using different tests and finally structural equation model (sem) showed the significant inverse relationship between media consumption (internet and virtual networks) and family value. Research data showed there is a direct relationship between the media consumption, the use of virtual space, virtual networks, internet and family values
Keywords: religious, media consumption, family values, Isfahan, virtual space

کلمات کلیدی:

"خانواده مجازی"، "هویت دینی"، "سواد رسانه ای"، "ارزش های خانوادگی"، "اصفهان"

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1230702>



