

عنوان مقاله:

بررسی عوامل موثر بر اعتماد شهروندان به رسانه ملی (مطالعه موردی: شهرستان شیراز)

محل انتشار:

سومین کنفرانس ملی ارتباطات ورزشی: سواد ارتباطی و سواد رسانه ای در ورزش (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

مازیار حاتمی - دکترای مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی واحد شاهرود، دانشگاه آزاد اسلامی، شاهرود، ایران

افسانه روحانی - دکترای مدیریت ورزشی و دبیر تربیت بدنی آموزش و پرورش منطقه یک شهر تهران، تهران، ایران

علی غلامی - کارشناس ارشد مدیریت ورزشی، گروه تربیت بدنی واحد شیراز، دانشگاه آزاد اسلامی، شیراز، ایران

خلاصه مقاله:

مطالعه اعتماد اجتماعی شهروندان جامعه به رسانه های جمعی در جهت پیشبرد اهداف استراتژیک توسعه انسانی واجتماعی جامعه و از مهمترین ضرورت های اجتناب ناپذیر پژوهش های امروزی است. نوع پژوهش کاربردی و روش تحقیق پیمایشی می باشد که با استفاده از پرسشنامه، متغیرها مورد سنجش قرار گرفتند. تحقیق نشان می دهد که بین متغیر سنت گرایی و اعتماد به رسانه ملی در هر دو سطح رابطه وجود دارد. بین اعتماد به رسانه ملی و متغیر دین داری نیز ارتباط مستقیم ومعناداری وجود دارد. بین متغیر اعتماد به رسانه ملی و میزان مصرف رسانه ای پاسخ گویان ارتباط وجود دارد. بین متغیر های زمینه ای و اعتماد به رسانه ملی اعتماد معناداری وجود ندارد.

کلمات کلیدی:

اعتماد، رسانه ملی، سرمایه اجتماعی، سنت گرایی، مصرف رسانه ای

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1251236>

