

عنوان مقاله:

مصرف رسانه ای و سبک زندگی اسلامی در میان جوانان (مطالعه موردی: جوانان ۳۰-۱۵ ساله شهر گرگان)

محل انتشار:

چهارمین همایش علوم انسانی پیشرفت های نوین در عرصه علم و فراعلم (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

غلامرضا خوش فر - دانشیار جامعه شناسی دانشگاه گلستان، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، گرگان، ایران

فاطمه راستی کردار - دانشیار جامعه شناسی دانشگاه گلستان، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، گرگان، ایران

خلاصه مقاله:

در دوران مدرن گستردگی رسانه های ارتباط جمعی به صورت ناخودآگاه در سبک زندگی اسلامی ایرانیان تاثیر گذاشته و باعث شکل گیری هویت جدید در افراد و تغییر اعتقادات دینی- مذهبی آنان شده است. هدف این مقاله شناسایی رابطه بینمصرف رسانه ای با سبک زندگی اسلامی است. روش این پژوهش از نوع پیمایشی بوده و جامعه آماری مورد مطالعه، جوانان ۱۵-۳۰ ساله ساکن شهر گرگان می باشند، که ۳۸۴ نفر از آنان به عنوان نمونه آماری با استفاده از روش نمونه گیری تصادفی طبقه ای متناسب انتخاب و مورد مطالعه قرار گرفتند. ابزار جمع آوری داده ها پرسشنامه سبک زندگی اسلامی کویانی (۱۳۸۸) بود. نتایج نشان داد که بین مصرف رسانه ای و سبک زندگی اسلامی رابطه ی معناداری وجود دارد. همچنین بین جنسیت و وضعیت تاهل با سبک زندگی اسلامی تفاوت معناداری مشاهده شد. بین سن و سبک زندگی اسلامی نیز رابطه معناداریمشاهده گردید. در حالی که تفاوت بین نوع شغل و سبک زندگی اسلامی و رابطه بین میزان درآمد با سبک زندگی اسلامییتابید نشد.

کلمات کلیدی:

سبک زندگی اسلامی، مصرف رسانه ای، جوانان، شهر گرگان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1365933>

