

عنوان مقاله:

تبیین جامعه شناختی نقش رسانه های اجتماعی بر میزان همگرایی اقوام

محل انتشار:

مجله مطالعات جامعه شناسی، دوره 15، شماره 54 (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

نویسندگان:

حسام شیرازه محبت - دانشجوی دکتری علوم ارتباطات اجتماعی، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران.

محمد عباس زاده - استاد علوم اجتماعی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران (نویسنده مسئول). m-
abbaszadeh@tabrizu.ac.ir

مهران صمدی - استادیار، گروه علوم ارتباطات اجتماعی، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران.

صمد عابدینی - استادیار، گروه علوم اجتماعی، واحد خلخال، دانشگاه آزاد اسلامی، خلخال، ایران.

خلاصه مقاله:

هویت قومی و تشدید و برجستگی آن، یکی از مسایل اجتماعی مهم کشورهای چند قومیتی است. اهمیت این مساله، به ویژه در کشورهای توسعه نیافته بیشتر است. همگرایی اقوام با عنایت به تاثیر عمیق آن در تحقق امنیت ملی و اجتماعی و مقابله با هرگونه آثار مخرب اجتماعی، امری لازم و ضروری است تا از این طریق بتوان ضمن برقراری وحدت در راستای حفظ منافع جمعی به همکاری گسترده با یکدیگر بپردازند. این امر در کنار وجود اراده سیاسی و اجتماعی، نیازمند فرهنگ سازی و ایجاد وحدت رویه در این مسیر است. اصلی-ترین نقش در این زمینه به عهده رسانه های اجتماعی است تا بتوانند از قدرت بی بدیل خود در این مسیر بهره گیرند. این امر جز با بهره گیری مطلوب از رسانه های اجتماعی حاصل نمی شود. بر این اساس این مطالعه با هدف تعیین ارتباط بین میزان استفاده از رسانه های اجتماعی و میزان همگرایی اقوام در ارومیه است که با استفاده از روش تحقیق از نوع پیمایشی بوده و جامعه آماری شامل کلیه شهروندان بالای ۲۰ سال شهر ارومیه می باشد که بر اساس آخرین سرشماری برابر با ۵۱۲۱۶۶ نفر می- باشد که براساس فرمول کوکران ۹۷۰ نفر از آن ها به شیوه نمونه گیری تصادفی ساده برای مطالعه انتخاب شده اند. داده ها با استفاده از پرسشنامه جمع آوری و توسط نرم افزارهای SPSS و Lisrel تحلیل شدند که نتیجه نشان داد فرضیه معناداری ارتباط همگرایی اقوام و نقش رسانه های اجتماعی به اثبات رسید.

کلمات کلیدی:

همگرایی اقوام، رسانه های اجتماعی، ارومیه، قوم کرد، قوم ترک

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1572176>

