

عنوان مقاله:

تدوین الگوی راهبردی رسانه ای با هدف ارتقای سلامت اجتماعی مخاطبان رسانه های فعال استان قزوین

محل انتشار:

دوفصلنامه آینده پژوهی ایران، دوره 7، شماره 2 (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 25

نویسندگان:

آرش شایسته نیا - دانشجوی دکتری مدیریت رسانه، گروه علوم اجتماعی، ارتباطات و رسانه، واحد تهران مرکزی، تهران، ایران

بیباک شاه منصور - استادیار، گروه علوم اجتماعی، ارتباطات و رسانه، واحد تهران مرکزی، تهران، ایران

علی اکبر فرهنگی - استاد، مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران

پریسا تجلی - استادیار، گروه روان شناسی عمومی، کودکان استثنایی، واحد تهران مرکزی، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

هدف: اشخاصی که از سلامت اجتماعی بالاتری برخوردار هستند، با موفقیت بیشتر میتوانند با چالشها و فراز و نشیبهای ناشی از ایفای نقشهای اصلی اجتماعی برخورد کرده و مشارکت بیشتری در فعالیتهای جمعی داشته و با برخورداری از آن از انحرافات و ناهنجاریهای اجتماعی پیشگیری کنند. در این راستا آینده نگری و تدوین الگوی راهبرد آینده نگر از سوی رسانه ها می تواند بر ارتقا سلامت اجتماعی مخاطبان آنها (اشخاص) نقش مهمی داشته باشد. روش: این پژوهش به صورت کیفی و کمی انجام شده است. در فاز کیفی از روش های تحلیل محتوا و کیو و در فاز کمی نیز جهت تحلیل داده های روش کیو از تحلیل عاملی استفاده شده است. یافته ها: تحلیل محتوای رسانه های مورد نظر در این پژوهش نشان داد که بیشترین مطالب تولیدی رسانه ها در حوزه انحرافات اجتماعی با ۵۷۶ مورد و کمترین مطالب تولیدی رسانه حوزه خشونت با ۲۳۷ مورد است. حوزه کیفیت اجتماعی با ۴۸۵ و حوزه مسائل اجتماعی با ۳۱۲ مورد در رتبه های دوم و سوم قرار دارد. با توجه به نتایج به دست آمده از تحلیل محتوای رسانه ها و همچنین شناسایی ذهنیتهای طریق روش کیو؛ پرسشنامه کمی ساخته شده و بر اساس آن مدل مورد نظر با استفاده نرم افزار PLS طراحی گردید. نتیجه گیری: این مدل نشان داد که کارکرد رسانه ها بر ارتقاء سلامت اجتماعی افراد جامعه موثر بوده و میتواند بیشترین تأثیر را در ارتقاء کیفیت زندگی، کاهش خشونت، کاهش انحرافات اجتماعی و مسائل اجتماعی داشته باشد.

کلمات کلیدی:

مدیریت رسانه ای، سلامت اجتماعی، روش تحلیل محتوا، روش کیو

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1765977>

