

عنوان مقاله:

نقش مصرف شناختی رسانه ی دیداری (تلویزیون) بر الگوهای ارتباطی زوجین شاغل شهر بیرجند

محل انتشار:

اولین همایش علمی پژوهشی علوم تربیتی و روانشناسی آسیب های اجتماعی و فرهنگی ایران (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسندگان:

سمیرا عاطفی فر - کارشناسی ارشد روان شناسی تربیتی

فاطمه شهابی زاده - دکتری روانشناسی عمومی

تکتم سادات جعفر طباطبایی - دکتری روانشناسی تربیتی

خلاصه مقاله:

امروزه استفاده از رسانه های جمعی بیشترین میزان اوقات فراغت اعم از کودکان و بزرگسالان را به خود اختصاص میدهد. همین امر حوزه امن و بسته ی خانواده را به روی عرصه عمومی جامعه می گشاید. حضور امروزه تلویزیون در خانواده چنانچهی فرض میشود که حتی در سنتی ترین آداب جای خود را باز کرده است. بر این اساس، تردیدی نیست که مهم ترین تغییرات امروزی در حوزه خانواده و روابط بین اعضای آن، از طریق رسانه صورت گرفته است با توجه به اهمیت تأثیرگذاری تلویزیون بر روابط افراد به ویژه زوجین، پژوهش حاضر به بررسی نقش مصرف شناختی رسانه دیداری (تلویزیون) بر الگوهای ارتباطی زوجین شاغل شهر بیرجند پرداخته است. روش پژوهش از نوع همبستگی و نمونه آماری این پژوهش 350 نفر از متأهلین کارمند شهر بیرجند در سال 1393 می باشد که به روش نمونه گیری چند مرحله ای انتخاب شدند. ابزارها شامل دو پرسشنامه می باشد. (1) رسانه؛ که محقق ساخته می باشد و به روش بازآزمایی، پایایی آن تأیید شد و (2) پرسشنامه الگوهای ارتباطی زوجین کریستنسن و سلاوی، 1984، که در اختیار افراد نمونه قرار گرفت. به منظور بررسی فرضیه ها آزمونهای تحلیل رگرسیون چندگانه و ضریب همبستگی پیرسون، مورد بررسی قرار گرفت. نتایج نشان داد که مؤلفه های بحث و دنبال کردن برنامه های مختلف دینی، علمی، سلامت و خانواده باهمسر و همچنین ترجیح و علاقه فرد به موضوعات خانواده، دارای نقش مثبتی در پیشبینی الگوی ارتباط سازنده متقابل می باشد و مؤلفه بحث و دنبال کردن برنامه های مختلف دینی، علمی، سلامت و خانواده با همسر نقشی منفی در پیش بینی الگوی ارتباط متقابل دارد. اما الگوی ارتباطی طلبکار-بدهکار توسط مؤلفه های رسانه دیداری قابل پیش بینی نمی باشد. به طور کلی رسانه به لحاظ مصرف شناختی با الگوهای ارتباطی زوجین رابطه معناداری دارد.

کلمات کلیدی:

الگوهای ارتباطی زوجین، تلویزیون، رسانه

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/366680>

