

عنوان مقاله:

بازشناسی گرایش مخاطبان به جهان وطنی مطالعه مقایسه ای مخاطبان 81 سال و بالاتر تهرانی رسانه ملی و شبکه های ماهواره ای

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی علوم اجتماعی و جامعه شناسی (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

صبحا متولیان - کارشناس ارشد پژوهش علوم اجتماعی دانشگاه مازندران

هادی رازقی مله - کارشناس ارشد پژوهش علوم اجتماعی دانشگاه مازندران

خلاصه مقاله:

از زمان فراگیر شدن موج جهانی شدن، توجه نظریه پردازان به جهان وطنی به عنوان یکی از پیامدهای اصلی جهانی شدن جلب شد و نظرات مهمی در این عرصه ارائه شد. اما هنوز مطالعه چشمگیری در عرصه شناسایی وضعیت مخاطبان رسانه ملی در قبال جهان وطنی ارائه نشده است. به عبارت دیگر، هنوز داده های متقنی در دست نیست که نشان دهد آیا در میزان گرایش به جهان وطنی در بین مخاطبان رسانه ملی و شبکه های ماهواره ای تفاوت وجود دارد؟ در مقاله حاضر برای پاسخ به این سؤال، ابتدا نظریات مرتبط با موضوع مورد بررسی قرار گرفته و پس از استخراج مفاهیم و شاخص سازی، با استفاده از ابزار پرسشنامه به جمع آوری داده ها مبادرت ورزیده شده است. جامعه آماری این پژوهش را کلیه شهروندان بالاتر از 18 سال شهر تهران تشکیل می دهند. نمونه تحقیق نیز 460 نفر از این جامعه را شامل می شود. یافته های تحقیق نشان می دهد میانگین گرایش به جهان وطنی در بین افرادی که از شبکه های ماهواره ای استفاده می کنند و کسانی که مخاطبان رسانه ملی هستند، متفاوت می باشد. با توجه به سطح معنی داری، تفاوت مشاهده شده معنادار می باشد. به طوری که افرادی که از شبکه های ماهواره ای استفاده می کنند، از میانگین گرایش به جهان وطنی بالاتری نسبت به مخاطبان رسانه ملی دارا هستند. همچنین یافته های آزمون ضریب همبستگی نشان می دهد که بین گرایش به جهان وطنی و استفاده از رسانه ملی رابطه معنادار وجود دارد و جهت رابطه منفی می باشد. در ادا مه وجود رابطه مثبت و معنادار میان گرایش به جهان وطنی و استفاده از شبکه های ماهواره ای مورد تأیید قرار گرفته است.

کلمات کلیدی:

جهان وطنی، جهانی شدن، رسانه ملی، شبکه های ماهواره ای

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/550843>

