

عنوان مقاله:

بررسی جامعه شناختی تاثیر سرمایه فرهنگی و ابعاد آن بر مقبولیت اجتماعی

محل انتشار:

فصلنامه مطالعات فرهنگ ارتباطات، دوره 19، شماره 42 (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 24

نویسندگان:

رویا یزدان پناه - دانشجوی دکتری جامعه شناسی فرهنگی گروه جامعه شناسی واحد دهقان

شاپور بهیان - استادیار گروه علوم اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد مبارکه

اسماعیل جهانبخش - استادیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد دهقان

خلاصه مقاله:

مقبولیت اجتماعی را می توان نوعی سرمایه نمادین قلمداد نمود که یکی از زمینه های رشد اجتماعی دوران کودکی است و شامل گرایش فرد به ارایه تصویری مطلوب از خویشتن به دیگران است. کسب مقبولیت اجتماعی تمامی شیون زندگی و رفتار اجتماعی ما را در هر دو وضعیت کنش های اجتماعی متقابل (روابط اجتماعی) و ساختارهای بزرگتر نهادهای اجتماعی تحت تاثیر قرار داده است. مقبولیت اجتماعی و کسب آن دارای آثار فراوانی برای افراد جامعه بوده و موجب نشاط اجتماعی می گردد. به همین دلیل مطالعه و بررسی عوامل تاثیرگذار بر مقبولیت اجتماعی می تواند بسیار کاربردی و مهم باشد. در این مقاله با استفاده از نظریه منش و میدان بورديو به بررسی تاثیر سرمایه فرهنگی و ابعاد آن بر مقبولیت اجتماعی پرداخته شده است. جامعه آماری این پژوهش کلیه افراد نسل های 50، 60 و 70 (18-47 سال) شهر تهران بوده که 400 نفر از آنها به عنوان حجم نمونه تحقیق انتخاب شده اند. همچنین داده های مورد نیاز تحقیق از طریق ابزار پرسشنامه به روش میدانی گردآوری شده است. تحلیل داده نیز به وسیله نرم افزار اس پی اس و ایموس انجام گردیده است. نتایج تحقیق نشان داد که بین سرمایه فرهنگی و ابعاد آن با مقبولیت اجتماعی رابطه و تاثیر معناداری وجود دارد. نتایج آزمون مدل ساختاری نشان می دهد که سرمایه فرهنگی تاثیر مستقیم (Beta:62/0) بر مقبولیت اجتماعی فرد دارد. همچنین سازه سرمایه فرهنگی توانسته 38 درصد از تغییرات سازه مقبولیت اجتماعی را تبیین نماید.

کلمات کلیدی:

مقبولیت اجتماعی، سرمایه فرهنگی، سرمایه نمادین، منش و میدان

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/835573>

