

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشکده علوم انسانی
گروه علوم اجتماعی

پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد در رشته علوم اجتماعی گرایش پژوهشگری

موضوع:

بررسی تاثیر مصرف رسانه‌ای بر میزان سرمایه اجتماعی شهروندان شهر بندرعباس

استاد راهنما:

دکتر مصطفی ظهیری نیا

استاد مشاور:

دکتر محمد اسماعیل ریاحی

نگارش:

سهیل صادقی

شهریور ۱۳۹۳

تقدیم به

پدر و مادر مهربانم

و تقدیم به

همه آنانی که اندیشیدن راه مامی آموزند

نه اندیشه ما را

تقدیر و تشکر

تشکر و قدردانی بی دریغ خود را نسبتاً تمامی کسانی می‌کنم که در انجام این پژوهش ما را از کمک خویش بی دریغ نگذاشتند. از جناب دکتر مصطفی طهریری‌نیا، استاد راهنمای ارجمندم، نهایت تشکر را دارم که مسئولیت هدایت اینجانب را در تدوین پایان‌نامه حاضر بر عهده گرفتند، همچنین از جناب دکتر محمد اسماعیل ریاحی استاد مشاور که با اقتدر که بار راهنمایی و ارائه نظرات مفید و سازنده خویش، بر غنای علمی تحقیق بیش از پیش افزودند. همچنین، از زحمات تمامی دوستانم که در مراحل انجام این پژوهش کمک‌های خویش را از اینجانب دریغ نداشتند، سپاسگزارم.

چکیده

در این پژوهش تاثیر مصرف رسانه‌ای بر سرمایه اجتماعی با تاکید بر تلویزیون داخلی و ماهواره‌ای مورد بررسی و آزمون تجربی قرار گرفته است. روش پژوهش در این تحقیق از نوع پیمایشی بوده و برای جمع‌آوری داده‌های موردنیاز از پرسشنامه استفاده شده است. جامعه آماری تحقیق شامل افراد ۱۸ سال و بالاتر است که در زمان تحقیق (سال ۱۳۹۳) در شهر بندرعباس سکونت دارند. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۳۸۴ نفر و شیوه نمونه‌گیری نیز خوشه‌ای چندمرحله‌ای می‌باشد. داده‌های پژوهش به کمک نرم‌افزار آماری SPSS و با استفاده از روش‌های آماری توصیفی و استنباطی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند.

یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که بین میزان تماشای تلویزیون داخلی و سرمایه اجتماعی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد؛ اما میزان تماشای تلویزیون ماهواره‌ای با سرمایه اجتماعی دارای رابطه معکوس می‌باشد. میزان تماشای تلویزیون داخلی با میزان اعتماد اجتماعی و رعایت هنجارهای اجتماعی رابطه مثبت دارد اما میزان تماشای تلویزیون ماهواره‌ای با میزان اعتماد اجتماعی و رعایت هنجارهای اجتماعی دارای رابطه معکوس می‌باشد. همچنین بین تماشای تلویزیون (داخلی و ماهواره‌ای) با شبکه‌های مشارکت اجتماعی رابطه معناداری مشاهده نگردید.

نتایج تحلیل رگرسیونی نشان می‌دهد که در جامعه آماری پژوهش حاضر میزان تماشای تلویزیون داخلی دارای بیشترین تاثیر معنادار بر سرمایه اجتماعی می‌باشد.

واژگان کلیدی: مصرف رسانه‌ای، تلویزیون، سرمایه اجتماعی، اعتماد اجتماعی، شبکه‌های مشارکت، هنجار

اجتماعی

فهرست مطالب

عنوان	صفحه
فصل اول: کلیات پژوهش	
۱-۱- بیان مسئله.....	۲
۲-۱- اهمیت و ضرورت تحقیق.....	۵
۳-۱- اهداف تحقیق.....	۸
۱-۳-۱- هدف کلی.....	۸
۲-۳-۱- اهداف جزئی.....	۸
۴-۱- سوالات تحقیق.....	۸
خلاصه فصل.....	
۹.....	۹
فصل دوم: مبانی نظری تحقیق	
مقدمه.....	
۱۱.....	۱۱
بخش اول: پیشینه تجربی تحقیق	
۱-۲- پژوهش های انجام شده در داخل کشور.....	۱۱
۲-۲- پژوهش های خارج از کشور.....	۱۵
۳-۲- جمع بندی پژوهش های پیشین.....	۱۷
بخش دوم: پیشینه نظری تحقیق	
۴-۲- مفهوم سرمایه اجتماعی.....	۱۸
۱-۴-۲- مفهوم سرمایه.....	۱۸
۲-۴-۲- تاریخچه مفهوم سرمایه اجتماعی.....	۱۹
۳-۴-۲- تعاریف سرمایه اجتماعی.....	۲۱
۴-۴-۲- سطوح سرمایه اجتماعی.....	۲۳

- ۲۳..... ۱-۴-۴-۲- سطح خرد
- ۲۳..... ۲-۴-۴-۲- سطح میانی
- ۲۳..... ۳-۴-۴-۲- سطح کلان
- ۲۳..... ۵-۴-۲- اشکال سرمایه اجتماعی
- ۲۵..... ۶-۴-۲- ابعاد سرمایه اجتماعی
- ۲۵..... ۱-۶-۴-۲- اعتماد
- ۲۷..... ۲-۶-۴-۲- انواع اعتماد
- ۲۷..... ۱-۲-۶-۴-۲- اعتماد بنیادین
- ۲۷..... ۲-۲-۶-۴-۲- اعتماد بین شخصی
- ۲۸..... ۳-۲-۶-۴-۲- اعتماد تعمیم یافته
- ۲۹..... ۴-۲-۶-۴-۲- اعتماد نهادی
- ۲۹..... ۳-۶-۴-۲- مشارکت در انجمن ها و شبکه ها (شبکه های مشارکت)
- ۳۰..... ۴-۶-۴-۲- هنجارهای اجتماعی
- ۳۰..... ۵-۲- نظریه های سرمایه اجتماعی
- ۳۱..... ۱-۵-۲- پی یر بوردیو
- ۳۳..... ۲-۵-۲- کلمن
- ۳۵..... ۳-۵-۲- رابرت پاتنام
- ۳۹..... ۴-۵-۲- فوکویاما
- ۴۰..... ۵-۵-۲- نان لین
- ۴۱..... ۶-۲- رسانه های جمعی
- ۴۱..... ۱-۶-۲- مفهوم و اهمیت رسانه های جمعی
- ۴۲..... ۲-۶-۲- نقش و کارکردهای رسانه های ارتباط جمعی
- ۴۴..... ۳-۶-۲- سیر تاریخی نظریات مربوط به تاثیر رسانه های ارتباط جمعی

۴۶	۲-۶-۴- مروری بر نظریات تاثیرات رسانه ها
۴۶	۲-۶-۴-۱- نظریه گلوله (سوزن تزریقی)
۴۶	۲-۶-۴-۲- نظریه استحکام
۴۷	۲-۶-۴-۳- نظریه شکاف آگاهی
۴۷	۲-۶-۴-۴- نظریه کاشت
۴۸	۲-۶-۴-۵- نظریه برجسته سازی
۴۹	۲-۶-۴-۶- نظریه وابستگی
۴۹	۲-۶-۴-۷- نظریه استفاده و رضامندی از رسانه ها
۵۰	۲-۷-۷- نظریات مربوط به تأثیر رسانه های جمعی بر سرمایه اجتماعی
۵۰	۲-۷-۱- کلمن
۵۱	۲-۷-۲- بورديو
۵۱	۲-۷-۳- پاتنام
۵۲	۲-۷-۳- اوسلنر
۵۳	۲-۷-۴- گیدنز
۵۴	۲-۸- چارچوب نظری تحقیق
۵۹	۲-۹- مدل تحلیلی پژوهش
۶۰	۲-۱۰- فرضیات تحقیق
۶۱	خلاصه فصل
	فصل سوم: روش شناسی تحقیق
۶۳	مقدمه
۶۳	۳-۱- روش پژوهش
۶۳	۳-۲- جامعه آماری
۶۴	۳-۴- شیوه نمونه گیری

- ۶۵..... ۵-۳- تعیین حجم نمونه.....
- ۶۵..... ۶-۳- روش های گردآوری و تجزیه و تحلیل.....
- ۶۶..... ۷-۳- روش تجزیه و تحلیل داده ها.....
- ۶۶..... ۸-۳- تعریف نظری و عملیاتی مفاهیم.....
- ۶۶..... ۸-۳- ۱- تعریف نظری متغیرها.....
- ۶۶..... ۸-۳- ۱- ۱- تعریف نظری سرمایه اجتماعی.....
- ۶۷..... ۸-۳- ۱- ۱- ۱- اعتماد.....
- ۶۸..... ۸-۳- ۱- ۱- ۲- شبکه های مشارکت مدنی.....
- ۶۸..... ۸-۳- ۱- ۱- ۳- هنجارها.....
- ۶۸..... ۸-۳- ۱- ۲- رسانه های جمعی.....
- ۶۸..... ۸-۳- ۱- ۲- ۱- مصرف رسانه ای.....
- ۶۹..... ۸-۳- ۲- تعریف عملیاتی متغیرها.....
- ۶۹..... ۸-۳- ۱- ۲- سرمایه اجتماعی.....
- ۶۹..... ۸-۳- ۱- ۱- ۲- اعتماد.....
- ۷۱..... ۸-۳- ۲- ۱- ۲- هنجارهای اجتماعی.....
- ۷۲..... ۸-۳- ۳- ۱- ۲- شبکه های مشارکت اجتماعی.....
- ۷۲..... ۸-۳- ۱- ۳- ۱- ۲- شبکه های رسمی.....
- ۷۳..... ۸-۳- ۲- ۳- ۱- ۲- شبکه های غیر رسمی.....
- ۷۴..... ۸-۳- ۲- ۲- مصرف رسانه های جمعی.....
- ۷۴..... ۸-۳- ۳- ۲- متغیرهای زمینه ای تحقیق.....
- ۷۵..... ۹-۳- اعتبار و پایایی ابزار پژوهش.....
- ۷۵..... ۹-۳- ۱- اعتبار پژوهش.....
- ۷۶..... ۹-۳- ۲- پایایی.....

۷۷	خلاصه فصل
	فصل چهارم: تجزیه و تحلیل
۷۹	مقدمه
	بخش اول: یافته های توصیفی
۷۹	۴-۱- توزیع متغیرهای زمینه ای
۷۹	۴-۱-۱- توزیع پاسخگویان بر حسب جنسیت
۸۰	۴-۱-۲- توزیع پاسخگویان بر حسب گروه های سنی
۸۱	۴-۱-۳- توزیع پاسخگویان بر حسب وضعیت تاهل به تفکیک جنسیت
۸۱	۴-۱-۴- توزیع پاسخگویان بر حسب تحصیلات به تفکیک جنسیت
۸۲	۴-۱-۵- توزیع پاسخگویان بر حسب مدت زندگی در شهر بندرعباس
۸۳	۴-۱-۶- توزیع پاسخگویان بر حسب میزان درآمد تقریبی ماهیانه
۸۳	۴-۱-۷- توزیع پاسخگویان بر حسب محل تولد
۸۴	۴-۲- توصیف متغیرهای اصلی تحقیق
۸۴	۴-۲-۱- مصرف رسانه های جمعی
۸۴	۴-۲-۱-۱- مصرف رسانه (تلویزیون داخلی)
۸۶	۴-۲-۱-۲- مصرف رسانه (تلویزیون ماهواره ای)
۸۸	۴-۲-۲- توصیف سرمایه اجتماعی و ابعاد آن
۸۸	۴-۲-۲-۱- اعتماد اجتماعی
۸۸	۴-۲-۲-۱-۱- اعتماد بین شخصی
۸۹	۴-۲-۲-۱-۲- اعتماد تعمیم یافته
۹۱	۴-۲-۲-۱-۳- اعتماد نهادی
۹۳	۴-۲-۲-۱-۴- وضعیت اعتماد اجتماعی
۹۴	۴-۲-۲-۲- هنجارهای اجتماعی

- ۹۴..... ۱-۲-۲-۲-۴-۴ هنجارهای فردی
- ۹۵..... ۲-۲-۲-۲-۴-۴ هنجارهای جمعی
- ۹۸..... ۳-۲-۲-۲-۴-۴ وضعیت هنجارهای اجتماعی
- ۹۹..... ۳-۲-۲-۲-۴-۴ شبکه های اجتماعی
- ۹۹..... ۱-۳-۲-۲-۴-۴ شبکه های رسمی
- ۱۰۰..... ۲-۳-۲-۲-۴-۴ شبکه های غیر رسمی
- ۱۰۲..... ۳-۳-۲-۲-۴-۴ وضعیت شبکه های اجتماعی
- ۱۰۳..... ۴-۲-۲-۲-۴-۴ وضعیت سرمایه اجتماعی

بخش دوم: یافته های استنباطی

- ۱۰۵..... ۳-۴-۳-۳-۳-۳-۳-۳ بررسی رابطه بین متغیرهای زمینه ای با متغیرهای مستقل و ابعاد سرمایه اجتماعی
- ۱۰۵..... ۱-۳-۴-۳-۳-۳-۳-۳ مقایسه میانگین میزان تماشای تلویزیون بر حسب جنسیت
- ۱۰۶..... ۲-۳-۴-۳-۳-۳-۳-۳ مقایسه میانگین سرمایه اجتماعی و ابعاد آن بر حسب جنسیت
- ۱۰۸..... ۳-۳-۴-۳-۳-۳-۳-۳ مقایسه میانگین میزان تماشای تلویزیون بر حسب محل تولد
- ۱۰۹..... ۴-۳-۴-۳-۳-۳-۳-۳ مقایسه میانگین سرمایه اجتماعی و ابعاد آن بر حسب محل تولد
- ۱۱۱..... ۵-۳-۴-۳-۳-۳-۳-۳ رابطه سن با میزان تماشای تلویزیون
- ۱۱۱..... ۶-۳-۴-۳-۳-۳-۳-۳ رابطه سن با سرمایه اجتماعی و ابعاد آن
- ۱۱۲..... ۷-۳-۴-۳-۳-۳-۳-۳ رابطه درآمد با میزان تماشای تلویزیون
- ۱۱۳..... ۸-۳-۴-۳-۳-۳-۳-۳ رابطه درآمد با سرمایه اجتماعی و ابعاد آن
- ۱۱۴..... ۹-۳-۴-۳-۳-۳-۳-۳ رابطه تحصیلات با میزان تماشای تلویزیون
- ۱۱۴..... ۴-۴-۴-۴-۴-۴-۴-۴ مقایسه میانگین ابعاد سرمایه اجتماعی بر حسب تماشای تلویزیون (داخلی / ماهواره ای) و انواع برنامه
- ۱۱۷..... ۵-۴-۴-۴-۴-۴-۴-۴ آزمون فرضیات
- ۱۲۱..... ۶-۴-۴-۴-۴-۴-۴-۴ ماتریس همبستگی
- ۱۲۳..... ۷-۴-۴-۴-۴-۴-۴-۴ تحلیل رگرسیونی متغیرهای پیش بینی کننده سرمایه اجتماعی

۱۲۴	۸-۴- تحلیل رگرسیونی متغیرهای پیش بینی کننده ابعاد سرمایه اجتماعی
۱۲۷	۹-۴- تحلیل رگرسیونی متغیرهای پیش بینی کننده (متغیرهای زمینه ای و دو متغیر اصلی پژوهش) سرمایه اجتماعی
۱۲۷	۱-۹-۴- تحلیل رگرسیونی عوامل موثر بر سرمایه اجتماعی
۱۲۹	۲-۹-۴- تحلیل رگرسیونی عوامل موثر بر تماشای تلویزیون داخلی
۱۳۰	۳-۹-۴- تحلیل رگرسیونی عوامل موثر بر تماشای تلویزیون ماهواره ای
۱۳۱	۴-۹-۴- تحلیل مسیر
۱۳۶	خلاصه فصل
	فصل پنجم: نتیجه گیری
۱۳۹	۵- ۱- نتایج عمده پژوهش
۱۴۲	۵- ۲- بحث و نتیجه گیری
۱۴۵	۵- ۳- راهکارها و پیشنهادات
۱۴۷	منابع
۱۶۰	ضمائم

فهرست نمودارها

صفحه	عنوان
۶۰	نمودار ۱-۲: مدل تحلیلی پژوهش
۹۵	نمودار ۱-۴: مقایسه میانگین مولفه های اعتماد
۱۰۰	نمودار ۲-۴: مقایسه میانگین مولفه های هنجار اجتماعی
۱۰۴	نمودار ۳-۴: مقایسه میانگین مولفه های شبکه مشارکت
۱۰۶	نمودار ۴-۴: مقایسه میانگین مولفه های سرمایه اجتماعی
۱۳۵	نمودار ۵-۴: تحلیل مسیر مدل تحلیلی پژوهش
۱۳۸	نمودار ۶-۴: تحلیل مسیر سرمایه اجتماعی

فهرست جداول

عنوان	صفحه
جدول شماره ۱-۲: تاریخچه کاربرد مفهوم سرمایه اجتماعی.....	۲۱
جدول شماره ۱-۳: محله‌های مورد بررسی در پژوهش.....	۲۱
جدول شماره ۲-۳: فرآیند شاخص سازی اعتماد بین شخصی	۶۹
جدول شماره ۳-۳: فرآیند شاخص سازی اعتماد تعمیم یافته.....	۷۰
جدول شماره ۳-۴: فرآیند شاخص سازی اعتماد نهادی	۷۰
جدول شماره ۳-۵: فرآیند شاخص سازی رعایت هنجارهای فردی.....	۷۱
جدول شماره ۳-۶: فرآیند شاخص سازی رعایت هنجارهای جمعی	۷۱
جدول شماره ۳-۷: فرآیند شاخص سازی شبکه های اجتماعی رسمی	۷۲
جدول شماره ۳-۸: فرآیند شاخص سازی میزان شرکت در فعالیت های جمعی	۷۳
جدول شماره ۳-۹: فرآیند شاخص سازی شبکه دوستان و همسایگان.....	۷۳
جدول شماره ۳-۱۰: فرآیند شاخص سازی مصرف رسانه های جمعی	۷۴
جدول شماره ۳-۱۱: فرآیند شاخص سازی متغیرهای زمینه ای.....	۷۵
جدول شماره ۳-۱۲: ضریب آلفای طیف های مورد استفاده در مطالعه نهایی	۷۶
جدول شماره ۴-۱: توزیع پاسخگویان بر حسب تحصیلات به تفکیک جنسیت.....	۸۱
جدول شماره ۴-۲: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب گروه‌های سنی.....	۸۰
جدول شماره ۴-۳: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب وضعیت تأهل به تفکیک جنسیت.....	۸۱
جدول شماره ۴-۴: توزیع پاسخگویان بر حسب تحصیلات به تفکیک جنسیت.....	۸۱
جدول شماره ۴-۵: توزیع فراوانی پاسخگویان نمونه بر حسب مدت زندگی در شهر بندرعباس	۸۲
جدول شماره ۴-۶: توزیع فراوانی پاسخگویان نمونه بر حسب درآمد ماهیانه	۸۳

- جدول شماره ۴-۷: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب محل تولد به تفکیک مناطق روستایی و شهری ۸۳
- جدول شماره ۴-۸: توزیع پاسخگویان بر حسب تماشای تلویزیون داخلی در طول شبانه روز ۸۴
- جدول شماره ۴-۹: توزیع پاسخ گویان بر حسب مدت زمان تماشای تلویزیون داخلی در طول شبانه روز ۸۴
- جدول شماره ۴-۱۰: توزیع پاسخگویان بر حسب اولویت بندی برنامه های مورد مشاهده شبکه های تلویزیون داخلی ۸۵
- جدول شماره ۴-۱۱: توزیع پاسخگویان بر حسب تماشای تلویزیون ماهواره ای در طول شبانه روز ۸۶
- جدول شماره ۴-۱۲: توزیع پاسخگویان بر حسب مدت زمان تماشای تلویزیون ماهواره ای در طول شبانه روز ۸۶
- جدول شماره ۴-۱۳: توزیع پاسخگویان بر حسب اولویت بندی برنامه های مورد مشاهده شبکه های تلویزیون ماهواره ای ۸۷
- جدول شماره ۴-۱۴: توزیع پاسخگویان بر حسب سوالات اعتماد بین شخصی ۸۸
- جدول شماره ۴-۱۵: توزیع پاسخگویان بر حسب میزان اعتماد بین شخصی ۸۹
- جدول شماره ۴-۱۶: جدول توزیع پاسخگویان بر حسب سوالات اعتماد تعمیم یافته ۸۹
- جدول شماره ۴-۱۷: توزیع پاسخگویان بر حسب میزان اعتماد تعمیم یافته ۹۱
- جدول شماره ۴-۱۸: توزیع پاسخگویان بر حسب سوالات اعتماد نهادی ۹۲
- جدول شماره ۴-۱۹: توزیع پاسخگویان بر حسب میزان اعتماد نهادی ۹۲
- جدول شماره ۴-۲۰: توزیع پاسخگویان بر حسب میزان اعتماد اجتماعی ۹۲
- جدول شماره ۴-۲۱: وضعیت پراکندگی پاسخ ها بر حسب مولفه های اعتماد اجتماعی ۹۳
- جدول شماره ۴-۲۲: توزیع پاسخگویان بر حسب سوالات هنجارهای فردی ۹۴
- جدول شماره ۴-۲۳: توزیع پاسخگویان بر حسب سوالات رعایت هنجارهای فردی ۹۶
- جدول شماره ۴-۲۴: توزیع پاسخگویان بر حسب سوالات رعایت هنجارهای جمعی ۹۷
- جدول شماره ۴-۲۵: توزیع پاسخ گویان بر حسب میزان رعایت هنجارهای جمعی ۹۸
- جدول شماره ۴-۲۶: توزیع پاسخگویان بر حسب میزان رعایت هنجارهای اجتماعی ۹۹
- جدول شماره ۴-۲۷: وضعیت پراکندگی پاسخ ها بر حسب مولفه های هنجار اجتماعی ۹۹
- جدول شماره ۴-۲۸: توزیع پاسخگویان بر حسب سوالات شبکه های رسمی ۹۹
- جدول شماره ۴-۲۹: توزیع پاسخگویان بر حسب میزان گستردگی شبکه های رسمی ۱۰۰

- جدول شماره ۴-۳۰: توزیع پاسخگویان بر حسب سوالات شبکه های غیر رسمی ۱۰۱
- جدول شماره ۴-۳۱: توزیع پاسخگویان بر حسب میزان شبکه های غیر رسمی ۱۰۲
- جدول شماره ۴-۳۲: توزیع پاسخگویان بر حسب میزان گستردگی شبکه های اجتماعی ۱۰۲
- جدول شماره ۴-۳۳: وضعیت پراکندگی پاسخ ها بر حسب ابعاد شبکه های مشارکت اجتماعی ۱۰۳
- جدول شماره ۴-۳۴: توزیع پاسخگویان بر حسب میزان سرمایه اجتماعی ۱۰۳
- جدول شماره ۴-۳۵: وضعیت پراکندگی پاسخ ها بر حسب ابعاد سرمایه اجتماعی ۱۰۵
- جدول شماره ۴-۳۶: نتایج آزمون معنی داری تفاوت میانگین میزان تماشای تلویزیون بر حسب جنسیت ۱۰۶
- جدول شماره ۴-۳۷: نتایج آزمون معنی داری تفاوت میانگین اعتماد اجتماعی بر حسب جنسیت ۱۰۶
- جدول شماره ۴-۳۸: نتایج آزمون معنی داری تفاوت میانگین هنجارهای اجتماعی بر حسب جنسیت ۱۰۷
- جدول شماره ۴-۳۹: جدول نتایج آزمون معنی داری تفاوت میانگین شبکه های اجتماعی بر حسب جنسیت ۱۰۷
- جدول شماره ۴-۴۰: نتایج آزمون معنی داری تفاوت میانگین سرمایه اجتماعی بر حسب جنسیت ۱۰۸
- جدول شماره ۴-۴۱: جدول نتایج آزمون تفاوت میانگین میزان تماشای تلویزیون بر حسب محل تولد (شهر/ روستا) ۱۰۸
- جدول شماره ۴-۴۲: جدول نتایج آزمون تفاوت میانگین میزان تماشای تلویزیون بر حسب محل سکونت ۱۰۹
- جدول شماره ۴-۴۳: جدول نتایج آزمون معنی داری تفاوت میانگین اعتماد اجتماعی بر حسب محل تولد ۱۰۹
- جدول شماره ۴-۴۴: جدول نتایج آزمون معنی داری تفاوت میانگین هنجارهای اجتماعی بر حسب محل تولد ۱۱۰
- جدول شماره ۴-۴۵: نتایج آزمون معنی داری تفاوت میانگین شبکه های اجتماعی بر حسب محل تولد ۱۱۰
- جدول شماره ۴-۴۶: نتایج آزمون معنی داری تفاوت میانگین سرمایه اجتماعی بر حسب محل تولد ۱۱۰
- جدول شماره ۴-۴۷: نتایج آزمون رابطه سن با میزان تماشای تلویزیون ۱۱۱
- جدول شماره ۴-۴۸: ضرایب همبستگی سن و ابعاد سرمایه اجتماعی ۱۱۱
- جدول شماره ۴-۴۹: ضرایب همبستگی درآمد و میزان تماشای تلویزیون ۱۱۲
- جدول شماره ۴-۵۰: ضرایب همبستگی درآمد و ابعاد سرمایه اجتماعی ۱۱۳
- جدول شماره ۴-۵۱: مقایسه میانگین اعتماد اجتماعی بر حسب تماشای تلویزیون (داخلی / ماهواره ای) ۱۱۴
- جدول شماره ۴-۵۲: مقایسه میانگین اعتماد اجتماعی بر حسب انواع برنامه های تلویزیون داخلی و ماهواره ای ۱۱۴

- جدول شماره ۴-۵۳: مقایسه میانگین هنجارهای اجتماعی بر حسب تماشای تلویزیون (داخلی / ماهواره ای) ۱۱۵
- جدول شماره ۴-۵۴: مقایسه میانگین هنجارهای اجتماعی بر حسب انواع برنامه های تلویزیون داخلی و ماهواره ای ۱۱۵
- جدول شماره ۴-۵۵: مقایسه میانگین شبکه های مشارکت اجتماعی بر حسب تماشای تلویزیون (داخلی / ماهواره ای)..... ۱۱۶
- جدول شماره ۴-۵۶: مقایسه میانگین شبکه های مشارکت اجتماعی بر حسب انواع برنامه های تلویزیون ۱۱۶
- جدول شماره ۴-۵۷: نتایج آزمون رابطه میزان تماشای تلویزیون (داخلی / ماهواره ای) با میزان سرمایه اجتماعی ۱۱۷
- جدول شماره ۴-۵۸: مقایسه میانگین سرمایه اجتماعی بر حسب تماشای تلویزیون داخلی ۱۱۸
- جدول شماره ۴-۵۹: مقایسه میانگین سرمایه اجتماعی بر حسب تماشای تلویزیون ماهواره ای ۱۱۸
- جدول شماره ۴-۶۰: مقایسه میانگین سرمایه اجتماعی بر حسب انواع برنامه های تلویزیون داخلی ۱۱۸
- جدول شماره ۴-۶۱: مقایسه میانگین سرمایه اجتماعی بر حسب انواع برنامه های تلویزیون ماهواره ای ۱۱۸
- جدول شماره ۴-۶۲: نتایج آزمون رابطه میزان تماشای تلویزیون (داخلی / ماهواره ای) با میزان اعتماد اجتماعی ۱۱۹
- جدول شماره ۴-۶۳: نتایج آزمون رابطه میزان تماشای تلویزیون (داخلی / ماهواره ای) با میزان شبکه های اجتماعی ۱۲۰
- جدول شماره ۴-۶۴: جدول نتایج آزمون رابطه میزان تماشای تلویزیون (داخلی / ماهواره ای) با رعایت هنجارهای اجتماعی .. ۱۲۱
- جدول شماره ۴-۶۵: جدول ماتریس ضرایب همبستگی میان متغیرهای مستقل و زمینه ای با متغیر وابسته ۱۲۲
- جدول شماره ۴-۶۶: نتایج آزمون تحلیل رگرسیون درباره عوامل موثر بر سرمایه اجتماعی ۱۲۳
- جدول شماره ۴-۶۷: جدول ضرایب رگرسیونی مدل تبیین کننده سرمایه اجتماعی ۱۲۳
- جدول شماره ۴-۶۸: نتایج آزمون تحلیل رگرسیون درباره عوامل موثر بر اعتماد اجتماعی ۱۲۴
- جدول شماره ۴-۶۹: جدول ضرایب رگرسیونی مدل تبیین کننده اعتماد اجتماعی ۱۲۵
- جدول شماره ۴-۷۰: نتایج آزمون تحلیل رگرسیون درباره عوامل موثر بر هنجارهای اجتماعی ۱۲۵
- جدول شماره ۴-۷۱: جدول ضرایب رگرسیونی مدل تبیین کننده هنجار اجتماعی ۱۲۶
- جدول شماره ۴-۷۲: نتایج آزمون تحلیل رگرسیون درباره عوامل موثر بر شبکه های اجتماعی ۱۲۶
- جدول شماره ۴-۷۳: جدول ضرایب رگرسیونی مدل تبیین کننده شبکه های اجتماعی ۱۲۷
- جدول شماره ۴-۷۴: نتایج آزمون تحلیل رگرسیون درباره عوامل موثر بر سرمایه اجتماعی ۱۲۸
- جدول شماره ۴-۷۵: جدول ضرایب رگرسیونی مدل تبیین کننده سرمایه اجتماعی ۱۲۸

- جدول شماره ۴-۷۶: نتایج آزمون تحلیل رگرسیون درباره عوامل موثر بر تماشای تلویزیون داخلی ۱۲۹
- جدول شماره ۴-۷۷: جدول ضرایب رگرسیونی مدل تبیین کننده تماشای تلویزیون داخلی ۱۲۹
- جدول شماره ۴-۷۸: نتایج آزمون تحلیل رگرسیون درباره عوامل موثر بر تماشای تلویزیون ماهواره ای ۱۳۰
- جدول شماره ۴-۷۹: جدول ضرایب رگرسیونی مدل تبیین کننده تماشای تلویزیون ماهواره ای ۱۳۱
- جدول شماره ۴-۸۰: میزان تاثیر مستقیم و غیر مستقیم متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته (سرمایه اجتماعی) ۱۳۵

مقدمه

توجه به عامل سرمایه و نقشی که در تحقق اشکال مختلف توسعه در سطوح ملی، شهری و روستایی دارد، همواره برای صاحب‌نظران توسعه جالب‌توجه بوده است. زمانی که صحبت از سرمایه در جامعه می‌شود می‌توان مصداق‌هایی همچون سرمایه طبیعی، انسانی و اجتماعی را برای آن نام برد که در این میان مؤثرترین و کیفی‌ترین نوع سرمایه، سرمایه اجتماعی می‌باشد.

مفهوم سرمایه اجتماعی در کنار منابع مالی و نیروی انسانی از عوامل تاثیرگذار بر ارتقای توسعه پایدار در جوامع انسانی شمرده می‌شود. طرح مفهوم سرمایه اجتماعی در مطالعات اجتماعی، نشان‌دهنده اهمیت نقش شبکه‌ها، هنجارها و روابط اجتماعی بر متغیرهای اجتماعی، سیاسی و اقتصادی نظیر جامعه، خانواده، بزهکاری، تخریب محیط طبیعی، مشارکت سیاسی و رشد اقتصادی است.

با توجه به نقشی که سرمایه اجتماعی در جامعه دارد بررسی عواملی که می‌توانند در افزایش و یا کاهش آن نقش موثری را ایفا کنند از اهمیت ویژه‌ای برخوردار می‌باشد. برخی از صاحب‌نظران - همچون رابرت پاتنام که یکی از مهم‌ترین آن‌ها می‌باشد، در کنار سایر عوامل، به نقش رسانه‌های جمعی نیز در کاهش یا افزایش سرمایه اجتماعی توجه داشته‌اند و معتقدند که رسانه‌های جمعی می‌توانند با بوجود آوردن تغییرات در جریان عینی و ذهنی زندگی افراد سطح سرمایه اجتماعی را تحت تاثیر قرار دهند.

با توجه به اهمیت قابل توجه سرمایه اجتماعی به‌عنوان یکی از عوامل مهم بهبود وضع جامعه و نقش بسیار مهم رسانه‌های جمعی در تغییرات سرمایه اجتماعی در این پژوهش بر آن شدیم که تاثیر رسانه‌های جمعی بر سرمایه اجتماعی را در میان شهروندان بندرعباس مورد بررسی قرار دهیم.

پژوهش حاضر شامل پنج فصل می‌باشد. در فصل اول این پژوهش کلیات ارائه شده است که در آن به مسئله اصلی پژوهش، اهمیت و ضرورت پژوهش و سؤالات پرداخته شده است.

فصل دوم به مبانی نظری تحقیق اختصاص یافته است. این فصل شامل دو بخش پیشینه تجربی تحقیق و پیشینه نظری می‌باشد. در این فصل ضمن توجه به مفهوم، تعاریف و نظریه‌های سرمایه اجتماعی و همچنین از طرفی

بررسی کارکرد وسایل ارتباط جمعی، نظریه‌های تغییر نگرش و تاثیر رسانه‌ها، موضوع ارتباط بین رسانه‌های جمعی و سرمایه اجتماعی مورد توجه و بحث قرار گرفته است. در پایان این فصل به چارچوب نظری و ارائه مدل نظری تحقیق پرداخته شده است.

در فصل سوم (روش‌شناسی)، فرایند روش‌شناختی پژوهش تشریح گردیده است.

فصل چهارم (تجزیه و تحلیل)، به بیان یافته‌های پژوهش در دو بخش توصیفی و استنباطی اختصاص دارد. بخش اول اختصاص به توصیف متغیرهای مستقل و وابسته تحقیق دارد و در بخش دوم داده‌های حاصل از پژوهش مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته و فرضیات پژوهش نیز مورد آزمون قرار می‌گیرند.

در فصل پنجم (نتیجه‌گیری)، خلاصه یافته‌های تحقیق، بحث نظری پیرامون نتایج حاصل از تحقیق و هم‌چنین مقایسه نتایج از این پژوهش با تحقیقات انجام‌شده پیشین اختصاص دارد.