

# مهمترین دستاورد

## بررسی تأثیر اعتماد اجتماعی و پایگاه پایگاه اقتصادی-اجتماعی مخاطبان بر میزان استفاده خانواده ها از رسانه ملی و شبکه های ماهواره ای: مطالعه موردی شهر رامهرمز

ابراهیم بلدی، کارشناس ارشد جامعه شناسی دانشگاه آزاد.

فرامرز بهرامی بهرم زاده، کارشناس ارشد جامعه شناسی دانشگاه آزاد.

محمد اسکندری نسب، کارشناس ارشد پژوهش علوم اجتماعی دانشگاه تهران، نویسنده مسئول:

eskandar.m1991@gmail.com

عباس تقی پور، دانشجوی دکتری جامعه شناسی فرهنگی دانشگاه تهران.

### چکیده

هدف کلی این مقاله، بررسی میزان تأثیر اعتماد اجتماعی و پایگاه پایگاه اقتصادی-اجتماعی مخاطبان، بر میزان استفاده خانواده ها از رسانه ملی و شبکه های ماهواره ای در شهر رامهرمز می باشد که در آن از روش پیمایشی و ابزار پرسش نامه استفاده شده است. جامعه آماری در این مقاله کلیه افراد ۱۵ تا ۶۵ ساله شهر رامهرمز می باشد که ۷۲۵۰۶ نفر است. از روش نمونه گیری خوشه ای برای مقاله استفاده شد. براساس فرمول کوکران، حجم نمونه ۳۷۹ نفر تخمین زده شده است. که ۴۰۰ نفر از افراد گروه های سنی ۱۵ تا ۶۵ سال به عنوان نمونه مورد مطالعه مورد بررسی قرار گرفتند. پایایی متغیرهای مقاله برای احساس اعتماد اجتماعی و پایگاه اقتصادی - اجتماعی به ترتیب ۰/۸۰ و ۰/۸۲ به دست آمد. یافته ها نشان داد که بین پایگاه اقتصادی- اجتماعی و میزان تماشای تلویزیون (ملی / ماهواره ای) رابطه معنی داری دارد؛ از طرفی بین اعتماد اجتماعی و تماشای برنامه های رسانه ملی و ماهواره از تفاوت معنی داری وجود دارد.

واژگان کلیدی: رسانه ملی، شبکه های ماهواره ای، عملکرد رسانه ها، اعتماد اجتماعی، پایگاه اقتصادی-اجتماعی

مخاطبان.