

قالب اعتماد

رسانه و اعتماد سازی

رقیه بقاء



انتشارات پشتین

تهران - سال ۱۳۹۷

سرشناسه	: بقای، رقیه، ۱۳۶۷ -
عنوان و نام پدیدآور	: قاب اعتماد: رسانه و اعتمادسازی/ رقیه بقای.
مشخصات نشر	: تهران: انتشارات پشیمان، ۱۳۹۷.
مشخصات ظاهری	: ۹۰ ص.
شابک	: ۱۲۵۰۰۰ ریال/ 978-600-8794-85-1
وضعیت فهرست نویسی	: فبا
عنوان دیگر	: رسانه و اعتمادسازی.
موضوع	: تلویزیون -- ایران -- بخش اخبار -- نمونه پژوهی
موضوع	: Television broadcasting of news -- Iran -- Case studies
موضوع	: رسانه های گروهی و افکار عمومی -- ایران -- نمونه پژوهی
موضوع	: Mass media and public opinion -- Iran -- Case studies
موضوع	: رسانه های گروهی -- ایران -- تأثیر -- نمونه پژوهی
موضوع	: Mass media -- Iran -- Influence -- Case studies
رده بندی کنگره	: ۱۳۹۷ ب ۷ ۹ ای/ ۹۰۰/ ۹ HEAV
رده بندی دیویی	: ۲۸۴/۵۵۰۹۵۵
شماره کتابشناسی ملی	: ۵۱۹۹۲۴۸



نام کتاب: قاب اعتماد/ رسانه و اعتمادسازی

مؤلف: رقیه بقای

طراح جلد: سید محسن دریاباری

نوبت چاپ: اول - بهار، ۱۳۹۷

ناشر: انتشارات پشیمان

شمارگان: ۹۰۰ جلد

قیمت: ۱۲۵۰۰۰ ریال

تلفن تماس: ۰۲۱-۸۶۰۳ ۶۴۲۳ - تلفکس: ۰۲۱-۸۶۰۳ ۶۴۲۸

سامانه پیام کوتاه: ۱۳۹۳ ۱۰۰۰

صندوق پست الکترونیک: Pub.Poshtiban@chmail.ir

تارنمای انتشارات پشیمان: www.PoshtibanPress.ir

■ فروشگاه اینترنتی (سراسر کشور): ویرین انتشارات پشیمان در تارنمای خانه کتاب www.ketab.ir

تمامی حقوق اثر برای ناشر محفوظ می باشد.

فهرست مطالب

فصل اول: کلیات تحقیق ۷

۱-۱- مقدمه ۸

۱-۲- بیان مسأله ۱۰

۱-۳- اهمیت و ضرورت پژوهش ۱۲

۱-۴- اهداف پژوهش ۱۴

۱-۵- سوالات تحقیق ۱۵

۱-۶- فرضیه‌های تحقیق ۱۵

۱-۷- حاربه، مفهومی و عملیاتی ۱۶

فصل دوم: مبانی نظری ۱۷

۲-۱- مقدمه ۱۸

۲-۲- اعتماد ۱۸

۲-۳- اعتماد اجتماعی ۱۸

۲-۴- کارکرد اعتماد ۱۹

۲-۵- فرهنگ اعتماد ۱۹

۲-۶- رسانه ملی و انتقال اخبار ۲۱

۲-۷- تاریخچه اخبار ۲۲

۲-۸- گروه‌های مرجع واسط انتقال پیام رسانه به مخاطبان ۲۳

۲-۹- رسانه‌ها و اعتماد مخاطب ۲۴

۲-۱۰- عوامل مؤثر در اعتماد مخاطبان به رسانه ۲۷

۲-۱۱- اعتماد به عملکرد دولت ۲۷

۲-۱۲- مبانی نظری ۲۹

۲-۱۳- پیشینه پژوهش در جهان ۳۵

۲-۱۴- پیشینه پژوهش در ایران ۳۵

۲-۱۵- مدل مفهومی پژوهش ۴۱

فصل سوم: روش تحقیق ۴۲

۳-۱- مقدمه ۴۳

۳-۲- نوع تحقیق ۴۳

۳-۳- روش پژوهش ۴۳

۳-۴- چگونگی جمع‌آوری داده‌ها ۴۴

۳-۵-	پرسشنامه محقق ساخته بررسی نقش اخبار ۲۰:۳۰ بر میزان اعتماد مردم به عملکرد دولت.....	۴۴
۳-۶-	محاسبه ضریب پایایی در این پژوهش.....	۴۵
۳-۷-	تعیین روایی صوری و محتوایی.....	۴۵
۳-۸-	جامعه آماری پژوهش.....	۴۵
۳-۹-	حجم نمونه.....	۴۵
۳-۱۰-	روش نمونه گیری.....	۴۶
۳-۱۱-	روش تجزیه و تحلیل داده‌ها.....	۴۷
۴۸-	فصل چهارم: یافته‌های تحقیق	
۴-۱-	مقدمه.....	۴۹
۴-۲-	آمار توصیفی.....	۴۹
۴-۳-	آمار استنباطی.....	۶۴
۷۹-	فصل پنجم: نتیجه گیری	
۵-۱-	مقدمه.....	۸۰
۵-۲-	بحث و نتیجه گیری.....	۸۰
۵-۳-	پیشنهادهای پژوهشی.....	۸۵
۵-۴-	پیشنهادهای کاربردی.....	۸۵
۵-۵-	محدودیت های تحقیق.....	۸۶

چکیده

هدف از پژوهش حاضر بررسی نقش اخبار ۲۰:۳۰ بر میزان اعتماد مردم به عملکرد دولت بود. این پژوهش با روش پیمایش انجام شد. جامعه آماری شهروندان تهرانی ۱۵ ساله و بالاتر بودند و بر اساس

فرمول کوکران حجم نمونه ۳۴۴ نفر با روش نمونه گیری تصادفی ساده به عنوان نمونه انتخاب شدند. ابزار جمع آوری اطلاعات پرسشنامه محقق ساخته بود که روایی و پایایی آن به تأیید رسید. نتایج این پژوهش نشان داد ۵۷ درصد پاسخگویان به میزان زیاد و خیلی زیاد از اخبار ۲۰:۳۰ استفاده می کردند و ۶۰ درصد به میزان زیاد و خیلی زیاد به آن اعتماد دارند. ۵۳ درصد پاسخگویان اطلاع رسانی شفاف و بدون سانسور ۲۰:۳۰ را در اعتماد به عملکرد دولت زیاد، ۲۱ درصد پیگیری اخبار و سوژه ها در ۲۰:۳۰ را در اعتماد به عملکرد دولت زیاد، ۴۷ درصد انتقاد از عملکرد مسئولان در ۲۰:۳۰ را در اعتماد به عملکرد دولت زیاد و خیلی زیاد ارزیابی کرده اند. ۵۰ درصد جدید بودن سبک خبر رسانی ۲۰:۳۰ را در اعتماد به عملکرد دولت زیاد ارزیابی کرده اند.

میزان اعتماد کلی ۴۷ درصد پاسخگویان به عملکرد دولت در اثر استفاده از اخبار ۲۰:۳۰، زیاد گزارش شده است. همچنین نتایج نشان داد اخبار ۲۰:۳۰ سبب اعتماد نسبت به عملکرد دولت شده است. نتایج نشان داد اطلاع رسانی شفاف و بدون سانسور اخبار ۲۰:۳۰ با جلب اعتماد نسبت به عملکرد دولت رابطه معنادار دارد و نیز پیگیری اخبار و سوژه ها در اخبار ۲۰:۳۰ با جلب اعتماد نسبت به عملکرد دولت رابطه معنادار دارد. همچنین نتایج نشان داد انتقاد از عملکرد مسئولان در اخبار ۲۰:۳۰ با جلب اعتماد نسبت به عملکرد دولت رابطه معنادار دارد و نیز بین ارائه سبک جدید خبررسانی اخبار ۲۰:۳۰ با جلب اعتماد نسبت به عملکرد دولت رابطه معنادار دارد.

کلید واژه ها: اخبار، رسانه، اعتماد اجتماعی، اعتماد به دولت