

چشم‌انداز مدیریت دولتی

شماره ۱۹ - پاییز ۱۳۹۳

صص ۱۶۵ - ۱۵۱

رسانه‌ها، هویت اجتماعی و نگرش جهادی در مدیران

امید حضرتی*، محمد اکبری محله کلانی**

چکیده

پژوهش حاضر به بررسی رابطه استفاده از انواع رسانه‌ها با هویت اجتماعی و نگرش جهادی مدیران پرداخته است. جامعه مورد بررسی عبارت از مدیران رده میانی بانک سینا می‌باشد. ابزار مورد استفاده مشتمل بر پرسشنامه میزان استفاده از انواع رسانه‌ها، پرسشنامه ۲۰ سؤالی هویت اجتماعی صفاری نیا و روشن و پرسشنامه ۱۸ سؤالی نگرش جهادی می‌باشد. اهداف تحقیق عبارت از بررسی رابطه میزان استفاده از انواع رسانه‌ها با هویت اجتماعی و نگرش جهادی در مدیران بود که نتایج نشان داد میان میزان استفاده از انواع رسانه‌ها با هویت اجتماعی رابطه معناداری وجود دارد، اما میان استفاده از انواع رسانه‌ها با نگرش جهادی این رابطه معنادار نبود، اگرچه این رابطه نیز با تفکیک رسانه‌ها معنادار به دست آمد.

کلیدواژه‌ها: رسانه‌ها؛ هویت ملی و هویت اجتماعی؛ نگرش جهادی؛ مدیریت جهادی.

تاریخ دریافت مقاله: شهریور ۱۳۹۳، تاریخ پذیرش مقاله: مهر ۱۳۹۳.
* کارشناس ارشد دانشگاه علامه طباطبائی (نویسنده مسئول).

E-mail: hazrati_a@yahoo.com

** کارشناس ارشد، دانشگاه شهید بهشتی.