

عنوان مقاله:

مقایسه نگرش و استفاده زنان شاغل و خانه دار شهر اردبیل نسبت به اینستاگرام

محل انتشار:

فصلنامه جامعه، فرهنگ و رسانه، دوره 11، شماره 43 (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 28

نویسنده:

علی جعفری - گروه علوم ارتباطات، واحد اردبیل، دانشگاه آزاد اسلامی، اردبیل، ایران

خلاصه مقاله:

هدف پژوهش حاضر مقایسه نگرش و استفاده زنان شاغل و خانه دار اردبیل نسبت به اینستاگرام بود که به روش پیمایشی انجام گرفت. جامعه آماری تحقیق حاضر کلیه زنان شاغل و خانه دار شهرستان اردبیل به تعداد ۱۳۵۰۰۰ نفر خانه دار و ۲۷۰۰۰ هزار نفر شاغل بودند که از بین آنها ۳۸۴ نفر برای هر گروه به صورت جداگانه به عنوان نمونه از طریق جدول مورگان و گرجسی انتخاب شد. داده های تحقیق با استفاده از نرم افزار SPSS د مورد تجزیه تحلیل قرار گرفت. نتایج این تحقیق نشان داد که ۳۰ درصد از زنان شاغل و ۴۹ درصد از زنان خانه دار عضو اینستاگرام هستند. زنان خانه دار مدت زمان بیشتری را نسبت به زنان شاغل در اینستاگرام سپری می کنند و هر دو گروه بیشتر جهت سرگرمی و تفریح از آن استفاده می کنند. بین نگرش کلی زنان خانه دار و شاغل به اینستاگرام تفاوت معنی داری وجود دارد به گونه ای که نگرش کلی زنان خانه دار به اینستاگرام مثبت و نگرش زنان شاغل منفی است. بین نگرش زنان خانه دار و شاغل نسبت به کارکردها، مسائل اخلاقی و جنسیتی اینستاگرام تفاوت معنی داری وجود دارد

کلمات کلیدی:

اینستاگرام، نگرش، زنانه خانه دار، زنان شاغل، اردبیل

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1631783>

