

عنوان مقاله:

زنان و شبکه‌های اجتماعی مجازی: یک رویکرد پدیدارشناختی

محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی پژوهش‌های نوین ایران و جهان در روانشناسی و علوم تربیتی، حقوق و علوم اجتماعی (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسنده:

حامد اکبریور - کارشناسارشد روانشناسی عمومی دانشگاه آزاد تبریز

خلاصه مقاله:

با گسترش استفاده از شبکه‌های اجتماعی، زنان نیز مثل مردان حضور چشمگیری در این رسانه‌های نوین پیدا کرده‌اند. لذا، پژوهش حاضر، دلایل و انگیزه‌های حضور و تعامل زنان تبری‌زی را در شبکه اجتماعی فیس‌بوک به عنوان یکی از پرکارترین شبکه‌های اجتماعی اینترنتی مورد کنکاش قرار داده است. این تحقیق به روش کیفی و بهره‌گیری از رویکرد پدیدارشناسی و تکنیک مصاحبه عمیق و نیمه ساختاریافته برای گردآوری داده‌ها، صورت گرفته است. زنان جوان تبری‌زی 18 تا 30 سال کاربر شبکه اجتماعی فیس‌بوک که حداقل دو سال تجربه حضور در این شبکه را داشتند، به عنوان جمعیت آماری انتخاب شده‌اند. در واقع، 15 نفر از این کاربران براساس نمونه‌گیری هدفمند به عنوان حجم نمونه انتخاب شدند. یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که اکثر زنان جوان به منظور تقویت و حفظ روابط فعلی، احیای ارتباطات قدیمی، ایجاد و گسترش روابط دوستانه (دوستیابی)، تفریح و سرگرمی، کسب اخبار و اطلاعات و اطلاع‌رسانی همگانی، خودافشگری و تخلیه عاطفی و هیجانی و کسب هویت جهانی یا مدرن به فیس‌بوک روی آورده‌اند و فضای فیس‌بوک را سیاسی نمی‌دانند.

کلمات کلیدی:

فضای مجازی، شبکه‌های اجتماعی اینترنتی، فیس‌بوک، تحلیل پدیدارشناختی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/692796>

