

عنوان مقاله:

جهان نگری در شبکه های اجتماعی (مطالعه موردی کاربران تهرانی Facebook)

محل انتشار:

فصلنامه رسانه، دوره 27، شماره 4 (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 36

نویسندگان:

علیرضا نیکخواه - دانشجوی دکتری فرهنگ و ارتباطات پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی جهاد دانشگاهی

امیرعلی تفرشی - کارشناس ارشد علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه تهران

خلاصه مقاله:

جهان نگری مفهومی چند بعدی است که بررسی آن میزان آمادگی نیروهای انسانی، به عنوان مولفه های اساسی در فرایند جهانی شدن، برای ورود یا تداوم این فرآیند را نشان داده و به پژوهشگران کمک می کند تا روند آینده جهانی شدن را پیش بینی کنند. بر این مبنا مسیله پژوهش حاضر بررسی سطح جهان نگری کاربران تهرانی عضو فیس بوک، یکی از پرتعدادترین شبکه های اجتماعی در میان کلیه تکنولوژی های نسل دوم اینترنت (وب 2) است. روش پژوهش برای انجام این مطالعه پیمایش اجتماعی بوده و در آن از ابزار پرسشنامه آنلاین استفاده شده است. از آن جا که بالاترین میزان عضویت در شبکه های اجتماعی و بیشترین میزان دسترسی به اینترنت در ایران، مختص کاربران تهرانی است، این پرسشنامه ها به صورت هدفمند در میان کاربران فضای مجازی که عضو فیس بوک و ساکن تهران بودند توزیع شد. یافته های این پژوهش نشان می دهد در مجموعه جهان نگری کاربران مورد مطالعه در سطح بالایی قرار دارد. به طور مشخص در حوزه جهان نگری اقتصادی امتیازهای کاربران بیشتر در طبقه متوسط و در حوزه های حقوقی- سیاسی و فرهنگی- اجتماعی در طبقه زیاد اجتماع یافته است همچنین مناقشه برانگیز بودن موضوع در حوزه حقوقی- سیاسی، هزینه بر بودن موضوع در حوزه اقتصادی و شخصی بودن موضوع در حوزه فرهنگی- اجتماعی، از جمله عواملی هستند که می توانند کاهش سطح جهان نگری را در آن حوزه به دنبال داشته باشند. در عین حال یافته های به دست آمده حاکی از آن است که میان جنسیت و سطح تحصیلات کاربران از یک سو و جهان نگری آنان از سوی دیگر رابطه معناداری وجود ندارد.

کلمات کلیدی:

جهان نگری، جهانی شدن، شبکه اجتماعی، فیس بوک، کاربران تهرانی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/793297>

