

عنوان مقاله:

نقش ویژگی های شخصیتی در تمایزگذاری کاربران و غیرکاربران شبکه های اجتماعی (مورد مطالعه: فیس بوک و کلوب)

محل انتشار:

فصلنامه مطالعات رسانه های نوین، دوره 2، شماره 7 (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 23

نویسندگان:

محمد محمدپور - کارشناس ارشد روانشناس بالینی کودک و نوجوان دانشگاه تبریز (نویسنده مسئول)

تورج هاشمی نصرآباد - استاد گروه روانشناسی دانشگاه تبریز

سالار کلانتری - دانشجوی کارشناسی روانشناسی بالینی دانشگاه تبریز

خلاصه مقاله:

هدف پژوهش حاضر، تعیین نقش ویژگی های شخصیتی در تمایزگذاری کاربران شبکه های اجتماعی مجازی و غیر کاربران بود. طرح تحقیق حاضر از نوع توصیفی- همبستگی بود. نمونه پژوهش شامل 194 نفر دانشجوی کاربر و 76 نفر دانشجوی غیرکاربر در شبکه های اجتماعی مجازی (فیس بوک و کلوب) (جمعاً 270 نفر) بود که با استفاده از روش خوشه ای چندمرحله ای از میان دانشجویان کارشناسی و کارشناسی ارشد دانشگاه تبریز انتخاب شدند. به منظور جمع آوری اطلاعات، از پرسشنامه شخصیتی نیو فرم کوتاه (NEO-FFI) پرسشنامه جمعیت شناختی و برای تحلیل داده ها، از روش تحلیل ممیز استفاده شد. تحلیل داده ها نشان داد که عامل های شخصیتی برون گرایی، وظیفه شناسی و گشودگی به تجربه به ترتیب اولویت در تمایزگذاری کاربران شبکه های اجتماعی مجازی از غیر کاربران نقش معنی دار دارند ($P < 0/001$) افراد برون گرا اجتماعی بوده تمایل بیشتری به برقراری روابط صمیمی با دیگران دارند. از طرفی افراد با سطوح بالای گشودگی به تجربه در مورد دنیای درونی و بیرونی کنجکاو هستند و زندگی آن ها سرشار از تجربه است؛ پس استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی راهکار جدیدی برای ایجاد ارتباط با دیگران به شمار می رود. بر این اساس محیط بدون ساختار این شبکه ها موجب می شود که افراد با ویژگی وظیفه شناسی پایین به دلیل عدم کنترل تکانه ها از آن ها بیشتر استفاده کنند.

کلمات کلیدی:

برون گرایی، وظیفه شناسی، گشودگی به تجربه، شبکه های اجتماعی مجازی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/707043>

