

## عنوان مقاله:

شناسایی مولفه های فرهنگ حاکم در شبکه اجتماعی اینستاگرام

## محل انتشار:

فصلنامه مطالعات رسانه های نوین، دوره 6، شماره 24 (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 0

## نویسندگان:

امیرحسین شمشادی - دانشگاه آزاد اسلامی

افسانه مظفری - استادیار، گروه علوم ارتباطات، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

محمد سلطانی فر - دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات

علی اکبر فرهنگی - استاد دانشگاه تهران

## خلاصه مقاله:

با ورود به عصر اطلاعات و جامعه شبکه ای و ظهور رسانه های اجتماعی مبتنی بر وب و توفیق این شبکه ها در جذب کاربر، این شبکه ها توانسته اند در جریان سازی های مختلف و ارائه سبک زندگی های گوناگون نقش اساسی داشته باشند. تجربه این دو فضای شدن و شکل گیری خرده فرهنگ متناسب با این فضا، انتخاب های افراد را دستخوش تغییر می کند. از طرفی با توجه به اینکه شبکه اجتماعی اینستاگرام، از محبوب ترین شبکه های اجتماعی در جهان و ایران است، لذا هدف این پژوهش شناسایی مولفه های فرهنگ حاکم بر شبکه اجتماعی اینستاگرام است. این تحقیق استراتژی توصیفی و پیمایشی دارد و از آنجا که این تحقیق از نظر نوع، یک پژوهش کیفی است، محقق به کمک مصاحبه با خبرگان به شناسایی مقوله ها و گویه های فرهنگ در شبکه اجتماعی پرداخت. در این پژوهش محقق از روش تحلیل ساختاری برای تجزیه و تحلیل داده های حاصل از مصاحبه استفاده می کند. با توجه به داده های حاصل از مصاحبه، نگارنده به شش مولفه فرهنگی در شبکه اجتماعی اینستاگرام دست یافت که عبارتند از: فقدان سواد رسانه ای، عدم پایداری به اخلاق، افراط گرایی، سطحی نگری، مشارکتی و ابزار وجود.

## کلمات کلیدی:

شبکه اجتماعی، فرهنگ، اینستاگرام

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1324135>

