سیویلیکا - ناشر تخصصی مقالات کنفرانس ها و ژورنال ها
گواهی ثبت مقاله در سیویلیکا
CIVILICA.com

عنوان مقاله:
بازدارنده های مصرف گرایی مورد مطالعه: ساکنان شهر کاشان

محل انتشار:
فصلنامه مطالعات فرهنگ ارتباطات, دوره 18, شماره 40 (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 31

نویسندگان:
حسین حسنی - *دکتری علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه تهران*

عبدالحسین کلانتری - *دانشیار گروه جامعه شناسی دانشگاه تهران*

خلاصه مقاله:
هدف این مقاله مطالعه تجربه زیسته کاربران ایرانی اینستاگرام است. ویژگی های خاص این شبکه اجتماعی سبب شده است تا نوع خاصی از تعاملات به واسطه آن شکل بگیرد. این ویژگی ها تجربیات نوینی را در بال های هر روزه کاربران فغان جای گیری کرده است. بنابراین محقق آمد کاربرانی متمرکز شدند که تجربه حضور کافی در اینستاگرام را داشتند. در این مقاله، برای فهم معنای عمیق این تجربیات از رویکرد پدیدارشناسی تفسیری و روش مصاحبه نیمه ساخت یافته استفاده شده است. در مجموع با 16 نفر مرد و زن مصاحبه شد که مدت میانگین عضویت آن ها در اینستاگرام دو سال بوده است. در نهایت براساس تحلیل مصاحبه ها مضامین مختلفی در رابطه با نقش اینستاگرام در زندگی روزمره کاربران شناسایی شد که مهم ترین آن ها عبارتند از: لایک به منزله تحسین و نیز ایجاد رابطه اجتماعی، کامنت به منزله میدان گفتگو، ارزشمند بودن تعداد زیاد فالویرها، و نیز عدم شکل گیری دوستی واقعی در میان فالویرها. در کل باید اشاره کرد که تجربیات زندگی در شبکه های اجتماعی همانند تایید و پذیرش اجتماعی با توجه به محدود شدن فزاینده تمایز زندگی واقعی از زندگی مجازی، از نظر پیامدهایی که برای زندگی واقعی دارد نباید مورد غفلت قرار بگیرد. از سوی دیگر هر نوع اختلال در کردارهای هر روزه کاربرانی ویسکو گرانت، می تواند به برخی پیامدهای منفی روان شناختی و اجتماعی منجر شود.

کلمات کلیدی:
اینستاگرام، پدیدارشناسی، زندگی روزمره، فالوییِنگ، لایک

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:
https://civilica.com/doc/752641