

عنوان مقاله:

بررسی اهداف و انگیزه‌های اشتراک اطلاعات در صفحه‌های آموزشی موفق در رویت‌پذیری اینستاگرام بر اساس نظریه استفاده و رضامندی

محل انتشار:

پژوهشنامه کتابداری و اطلاع رسانی، دوره 10، شماره 1 (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 25

نویسندگان:

فاطمه تقیپناهی - دانشگاه فردوسی مشهد

محسن نوکاربیزی - دانشگاه فردوسی مشهد

محمدحسین دیانی - دانشگاه فردوسی مشهد

خلاصه مقاله:

مقدمه: شبکه اجتماعی اینستاگرام، به دلیل ماهیت کاربردپذیری، مبتنی بودن بر موبایل، سادگی، و کاربرپسندی بستر مهمی برای اشتراک اطلاعات شده است. افراد به دلایل متعددی مانند ارتباطات، سرگرمی و فعالیت‌های علمی و حرفه‌ای؛ حفظ رابطه با دوستان، و اشتراک اطلاعات از این شبکه اجتماعی استفاده می‌کنند. همچنین ممکن است اهداف اشتراک اطلاعات افراد در این نوع شبکه‌های اجتماعی؛ فرار از واقعیات، تعامل اجتماعی، و صرف زمان به صورت عادت نیز باشد. پژوهش حاضر با هدف کشف انگیزه‌های اشتراک اطلاعات در صفحه‌های آموزشی موفق در رویت‌پذیری در بستر این شبکه، با بهره‌گیری از روش تحلیل مضمون و بر پایه نظریه استفاده و رضامندی انجام شده است. این نظریه به چگونگی و چرایی استفاده و اشتراک اطلاعات کاربران در رسانه‌ها می‌پردازد. روش‌شناسی: به منظور کشف و بررسی اهداف اشتراک اطلاعات در صفحه‌هایی که در بافت یادگیری الکترونیکی فعالیت دارند، 30 صفحه آموزشی اینستاگرام به روش پژوهش کیفی و رویکرد اکتشافی مورد بررسی قرار گرفتند. بدین ترتیب اطلاعات موجود در این صفحه‌ها اعم از قسمت شرح‌حال، محتوا، رفتار برچسب‌گذاری اجتماعی، مورد مشاهده و بررسی قرار گرفت. این اطلاعات بر اساس نظریه استفاده و رضامندی کدگذاری شدند و داده‌های به دست آمده، با نرم‌افزار مکس کیودا 12.3 که نرم افزاری برای تحلیل داده‌های کیفی است تحلیل شدند. لازم به ذکر است که صفحه‌های مورد بررسی، بر اساس افزایش رقابتی و به صورت نمونه هدفمند گزینش شدند. شرط انتخاب نمونه این بود که دنبال‌کننده‌های صفحه‌ها بیش از 20 هزار حساب کاربری (از سنج‌های اثربخشی تولید و اشتراک محتوا در این شبکه) باشند و در آن‌ها به آموزش در موضوع خاصی شامل مهارت، دانش و یا اطلاعات خاصی پرداخته شده باشد. یافته‌ها: نتایج بررسی نشان داد اهداف و انگیزه‌های اشتراک اطلاعات در این صفحه‌ها، متنوع بوده ولی اهداف اقتصادی، فرصت شغلی، بهره شخصی، بین فردی، منزلت و تعامل اجتماعی در کنار اطلاع‌رسانی و آگاهی‌بخشی از عمده اهداف نسبتاً مشترکی بود که عاملان اشتراک اطلاعات در این صفحه‌ها دنبال می‌کردند. به این ترتیب، به نظر می‌رسد که افراد از اشتراک اطلاعات در بافت آموزشی، اهداف متفاوت و متنوعی را در نظر گرفته‌اند. این اهداف، علاوه بر هدف اصلی آنها که آموزش از طریق اشتراک اطلاعات بوده است، ناظر بر هدف‌های با بهره اقتصادی و برند سازی شخصی نیز بوده است. نتیجه‌گیری: گرچه صفحه‌های مورد بررسی در بافت یادگیری الکترونیک فعالیت می‌کردند؛ اما به دلیل ماهیت بستر اشاعه اطلاعات در این پژوهش، یعنی شبکه اجتماعی اینستاگرام، اهداف اقتصادی و بهره شغلی و فردی مورد توجه این صفحه‌ها نیز قرار گرفته است. به این صورت که عاملان تهیه و اشتراک محتوا و اطلاعات در این شبکه، گرچه هدفی آموزشی را دنبال می‌کنند، بلکه به مسائل اقتصادی و بهره برداری‌های شغلی و برند سازی شخصی نیز توجه دارند. پژوهش چنین برداشت می‌کند که احتمالاً دلیل این امر آن باشد که بسیاری از افراد به اشتراک اطلاعات در اینستاگرام به عنوان نوعی کسب و کا ...

کلمات کلیدی:

انگیزه، اشتراک اطلاعات، استفاده و رضامندی، اینستاگرام، رویت پذیری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1168328>

