

عنوان مقاله:

بررسی الگوی مضامین محیط زیستی در اینستاگرام

محل انتشار:

پنجمین همایش بین المللی و یازدهمین همایش ملی گردشگری جغرافیا و محیط زیست پایدار (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسندگان:

فاطمه ارجمند - دانشجوی علوم ارتباطات دانشکده ارتباطات علامه طباطبایی

سید نورالدین رضوی زاده - عضو هیئت علمی دانشکده ارتباطات علامه طباطبایی

خلاصه مقاله:

بنظر می رسد علیرغم فراگیری استفاده اینستاگرام، اهمّیت یافتن بیش از پیش محیط زیست و همچنین پررنگ شدن نقش آن در افکار عمومی، آن چنان که باید عملکرد این بستر اجتماعی در حوز هی محیط زیست، مورد توجه واقع نشده است. از این رو در پژوهش حاضر با بهره گیری از روش تحلیل محتوای کیفی، الگوهای مضامین محیط زیستی بررسی شده است. این پژوهش با بهره بردن از نظریه ها و مفاهیم و بررسی 240 مطلب از چهار صفحه ی برتر محیط زیستی انجام شده است. یافته های پژوهش حاکی از این بود که محیط زیست در اینستاگرام، در اغلب موارد با مسائل خردبازنمایی می شود؛ در حالی که بازنمایی مسائل کلان با مسائل خرد (مثل مسائل مرتبط با شکار حیوانات)، می تواند افکار عمومی را از مسائل مه متر و عواملی که در ایجاد آن ها نقش دارند، منحرف کند؛ که این امر ناشی از فقدان نگاه کلان و فروکاست بازنمایی مسائل محیط زیست به مسائل خرد و حذف عوامل تاثیرگذار کلان در این بین است. در صورتی که در مسائل محیط زیستی بصورت مستقیم یا غیر مستقیم، با تعمق در مسائل خرد می توان تاثیر نهادهای قدرتمند تر و نگاه کلان را ردیابی کرد

کلمات کلیدی:

محیط زیست، بازنمایی، شبکه های اجتماعی، اینستاگرام، رسانه

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1178574>

