

عنوان مقاله:

انگیزه های عضویت در شبکه اجتماعی اینستاگرام

محل انتشار:

فصلنامه مطالعات فرهنگ ارتباطات، دوره 22، شماره 54 (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسندگان:

محمد سلگی - استادیار گروه روانشناسی، جهاد دانشگاهی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

وحید مصطفی پور - دانشجوی دکتری روان شناسی، دانشکده روان شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر با هدف شناسایی انگیزه های عضویت در شبکه اجتماعی اینستاگرام انجام گرفت. رویکرد پژوهش حاضر کیفی و روش پژوهش مردم نگاری مجازی بود. برای جمع آوری داده ها از مصاحبه نیمه ساختاریافته استفاده شد. با استفاده از روش نمونه گیری هدفمند نظری، پس از انجام ۶۱ مصاحبه با کاربران صفحه شخصی اینستاگرام یکی از محققان اشباع نظری حاصل شد. برای تحلیل داده ها، از تحلیل مضمونی استفاده شد. یافته ها نشان داد که انگیزه های اصلی عضویت در اینستاگرام شامل ۷ انگیزه اصلی: کسب اطلاع، فراغت و سرگرمی، پیوستگی و ارتباط، کنجکاوی، خوداظهاری، تخلیه هیجانی و الگویابی می باشد. با توجه به گسترش گرایش به شبکه اجتماعی اینستاگرام و تاثیرات این شبکه اجتماعی بر جنبه های مختلف فرهنگی، اجتماعی و سیاسی در کشور ما و خلا پژوهشی به خصوص در قالب طرح های کیفی در زمینه شناسایی انگیزه های عضویت در این شبکه در کشورمان، پژوهش کیفی حاضر می تواند به عنوان پژوهشی نو و پیش قدم در این حوزه مطرح شود و پژوهشگران را به توجه هرچه بیشتر به این موضوع ترغیب و زمینه را برای بررسی این حوزه در پژوهش های آینده فراهم کند. با توجه به نتایج این پژوهش می توان گفت افراد با انگیزه های متفاوت و مختلفی به دنبال عضویت و استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام هستند. انگیزه افراد برای عضویت در شبکه اجتماعی اینستاگرام تک بعدی نمی باشد، بلکه ماهیتی چندبعدی و چندگانه دارد و از فردی به فرد دیگر و از فرهنگی به فرهنگ دیگر می تواند متفاوت باشد.

کلمات کلیدی:

اینستاگرام، تحلیل مضمون، شبکه اجتماعی، مردم نگاری مجازی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1308341>

