

عنوان مقاله:

مدل سازی کیفی سازوکار تعاملات شهری در رسانه های اجتماعی: مورد مطالعه محتواهای منتشر شده در توییتر و اینستاگرام

محل انتشار:

فصلنامه برنامه ریزی توسعه شهری و منطقه ای، دوره 7، شماره 23 (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 38

نویسندگان:

محمد مهدی مولایی - استادیار علوم ارتباطات، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.

سبحان یحیائی - استادیار علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

مژگان حاجی زادگان - دانشجوی کارشناسی ارشد مطالعات فرهنگی و رسانه، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

محمد حامد احسانبخش - کارشناسی ارشد علوم ارتباطات، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

این مقاله با عینک نظری پراساخته از تلفیق «حکمرانی خوب شهری» و «شهروندی فرهنگی در عصر اطلاعات» به دنبال پاسخگویی به این پرسش است که تعامل دوسویه شهروندان و مدیریت شهری در پرتو ابزارهای نوین فناوری اطلاعات و ارتباطات در چه الگویی قابل فهم است. لذا، پژوهش حاضر باهدف دستیابی به شناختی از جریان افکار عمومی در فضای مجازی و یافتن الگویی از تعاملات شهری در آن انجام شد. به این منظور، تعداد ۱۸۰۹۵ پست اینستاگرامی و ۴۸۳۰۰ پست توییتری جمع آوری شدند و دسته بندی کمی و کیفی آن ها با روش تحلیل محتوای کمی و تحلیل مضمون انجام گرفت. سپس، بر مبنای اطلاعات به دست آمده مدلی از تعاملات شهری ترسیم شد. بر اساس یافته ها گروه های فعال حوزه شهری در توییتر و اینستاگرام را می توان در پنج دسته «مدیریت شهری»، «بازیگران حاکمیتی مرتبط با مدیریت شهری»، «جریان های سیاسی»، «مردم» و «رسانه های جمعی» جای داد. همچنین، مقایسه فضای اینستاگرام و توییتر تفاوت قابل ملاحظه ای در این زمینه نشان می دهد و می توان گفت تمرکز بر توییتر، به دلیل تنوع و تکثر گروه های فعال در آن، بیشتر از اینستاگرام بیانگر وضعیت تعاملات شهری در رسانه های اجتماعی است. در توییتر برخلاف اینستاگرام، غلبه با محتواهای دارای جهت گیری منفی نسبت به مدیریت شهری تهران است و تعاملات بین بازیگران گاهی رویکرد تخصص آمیز هم پیدا می کند.

کلمات کلیدی:

تعاملات شهری، رسانه های اجتماعی، توییتر، اینستاگرام، تهران، افکار عمومی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1615859>

