

عنوان مقاله:

الزامات تغییرات فرهنگی از طریق شهرت در فضای مجازی

محل انتشار:

فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، دوره 16، شماره 1 (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 0

نویسندگان:

سعید شریفی - عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد اصفهان (خوراسگان)، اصفهان، ایران

محمد علی طالقانی - دانشجوی دکتری مدیریت رسانه، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد اصفهان (خوراسگان)، اصفهان، ایران

مجتبی شاهنوشی - گروه مدیریت و برنامه ریزی فرهنگی، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان (خوراسگان)

رضا ابراهیم زاده دستجردی - استادیار، دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان (خوراسگان)، اصفهان، ایران

خلاصه مقاله:

مدیریت تغییرات اجتناب ناپذیر فرهنگی در فضای مجازی محل نزاع جریان های قدرت به ویژه نظام شهرت است؛ نیل به تغییرات فرهنگی مطلوب و پایدار مستلزم توجه به الزامات تغییرپذیری است که کم توجهی به آن می تواند فرآیند و محتوای تغییرات را تحت تاثیر قرار دهد. بر این اساس پژوهش حاضر به دنبال پاسخ به این پرسش است که تغییرات فرهنگی از طریق سلبریتی ها در فضای مجازی چه الزاماتی دارد؟ روش پژوهش پدیدارشناسی توصیفی هوسرلی و مبتنی بر روش کولایزی است. جامعه پژوهش چهره های فعال در عرصه های مختلف علمی، هنر، ورزش و فعالان فضای مجازی بودند. از این میان با استفاده از روش نمونه گیری هدفمند وابسته به معیار تا سطح اشباع داده ها با ۱۶ نفر به عنوان نمونه پژوهش مصاحبه نیمه ساختاریافته و عمیق صورت گرفت. اعتبار پژوهش از طریق ممیزان بیرونی، بازگشت به مصاحبه شوندهگان و توصیف عمیق انجام شد. نتایج پژوهش نشان داد الزامات تغییرات فرهنگی از طریق سلبریتی ها در فضای مجازی را می توان در دو سطح کلی ساختاری و محتوایی در ابعاد شبکه سازی بهینه، کنترل مقاومت ساختاری، تحولات خانواده، سرمایه سازی اجتماعی در قالب الزامات ساختاری و ابعاد جریان سازی فرهنگی، رهبری فرهنگی و توجه به منزلت اجتماعی در قالب الزامات محتوایی قرار داد. نتایج این پژوهش علاوه بر اینکه نقش شهرتمندان (سلبریتی ها) را در تغییرات فرهنگی نشان می دهد به عوامل تسهیل کننده نفوذ فرهنگ شهرت در جامعه ایران تاکید می کند.

کلمات کلیدی:

تغییرات فرهنگی، الزامات ساختاری، الزامات محتوایی، فضای مجازی، سلبریتی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1804375>

