

عنوان مقاله:

تحلیل کنش های ارتباطی و مدیریت تاثیر در گروه های تلگرام

محل انتشار:

فصلنامه مطالعات رسانه های نوین، دوره 2، شماره 5 (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 26

نویسندگان:

سیده زهرا اجاق - استادیار پژوهشکده مطالعات فرهنگی و ارتباطات، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی (نویسنده مسئول)

سیدرسول میرزایی موسوی - فارغ التحصیل کارشناسی ارشد، گروه مدیریت رسانه دانشگاه پیام نور تهران غرب

خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر به منظور مطالعه کنش های ارتباطی اعضاء در گروه های مجازی تلگرام از نظر نحوه مدیریت تاثیر با استفاده از عملکرد چهره خود انجام شده است. برای این منظور از ترکیب نظری کنش ارتباطی هابرماس و مدیریت تاثیر یا کنش نمایشی گافمن استفاده شده است. با توجه به ویژگی نوشتاری خاص پیام ها در تلگرام، رویکرد روش مورد استفاده، تحلیل سبک زبانی است. در این تحقیق حدود 10 هزار کاربر از 20 گروه تلگرام با عنوان هنر، علم و ورزش ارزیابی می شوند. نتایج این مطالعه حاکی از حضور بارز کنش معطوف به هدف در این گروه ها است. شبکه اجتماعی تلگرام با وجود این که فرصتی برای حضور و تشکیل گروه فراهم ساخته، ولی رابطه پیروی بر رابطه گفتگویی و تعاملی در این گروه ها غلبه دارد. بازنمایی خود کاربران در گروه های تلگرامی اغلب از راه تایید و پذیرش پیام ها و در فقدان نقد و مخالفت انجام می شود. همچنین نتایج نشان می دهند که هنجار حمایتگری در این گروه ها با مفهوم جدیدی بروز کرده است که افراد برای عملکرد چهره مثبت، گسترش ارتباطات مثبت و مدیریت تاثیر هدفمند از آن استفاده می کنند.

کلمات کلیدی:

تلگرام، کنش ارتباطی، عملکرد چهره، مدیریت تاثیر، تحلیل سبک زبانی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/707030>

