

عنوان مقاله:

ارتباطات شبکه ای و رهبری مخاطب در شبکه های اجتماعی مجازی

محل انتشار:

فصلنامه رسانه، دوره 24، شماره 3 (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسنده:

احسان پوری - دکتری مدیریت رسانه دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران

خلاصه مقاله:

ترکیبی از رسانه های جمعی و ارتباطات میان فردی، موثرترین راه برای رسیدن افکار جدید به افراد و متقاعد ساختن آن ها است. امروزه این بستر توسط شبکه های اجتماعی مجازی فراهم شده و کاربران این شبکه ها با گسترش ارتباطات خود به تبادل اطلاعات و اشتراک گذاری محتوا به صورت جمعی یا فردی می پردازند. برخی از اندیشمندان معتقدند این اجتماعات انسانی به نوعی ظهور مفهوم سپهر عمومی هابرماس در فضای مجازی است. این پژوهش با هدف شناخت و توصیف رفتار ارتباطی کاربران شبکه های اجتماعی مجازی و نحوه تعامل ایشان در شبکه های ارتباطی مبتنی بر بستر شبکه های اجتماعی مجازی انجام پذیرفته است. همچنین نگرش کاربران در برابر منتشرکنندگان محتوا در این گونه شبکه ها و الگوپذیری آن ها توصیف شده است. در نگاهی گذرآشارکت های اجتماعی آن لاین و نقش رهبری فکری توسط رسانه ها در آن توصیف می شود. در بخش یافته ها پژوهش، نتایج تحقیق که به روش مصاحبه عمقی در فضای شبکه اجتماعی فیس بوک انجام پذیرفته، ارائه شد. کاربران شرکت کننده در نظرسنجی بر این عقیده هستند که رهبری در فیس بوک در واقع در دست کسانی است که محتوای بیشتری را برای دیگران منتشر می کنند و لذا کاربرانی که پیوندهای ارتباطی بیشتری در شبکه ایجاد کرده اند در این زمینه پیشرو هستند. شبکه های اجتماعی مجازی، به دلیل خصلت افقی بودنشان از عدم رهبری رنج می برند و نیروی هدایت کننده در آن ها وجود ندارد. رهبری شبکه های اجتماعی به صورت متمرکزگرایی کلاسیک نیست و ارتباط و تاثیرگذاری بالا به پایین در آن وجود ندارد.

کلمات کلیدی:

شبکه های اجتماعی مجازی، ارتباطات شبکه ای، رسانه های اجتماعی، وب 2، فضای مجازی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/793198>

