

عنوان مقاله:

اینستاگرام و تغییر سبک زندگی: مطالعه‌ی موردی صدف بیوتی

محل انتشار:

فصلنامه جامعه، فرهنگ و رسانه، دوره 8، شماره 33 (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

عباس قنبری - گروه ارتباطات دانشکده‌ی علوم اجتماعی دانشگاه تهران، ایران

فائزه جبارپور - گروه ارتباطات دانشکده‌ی علوم اجتماعی دانشگاه تهران، ایران

خلاصه مقاله:

هدف این مقاله ارزیابی استوریهای پیج اینستاگرام صدفبیوتی، که از سوی مجله فوربز به عنوان دومین بلاگر اثرگذار اینستاگرام در سال ۲۰۱۹ انتخاب شد، و نحوه‌ی نمایش سبک زندگی، نوع ارتباطگیری با مخاطبان، میزان و نحوه‌ی تبلیغات محصولات یا خدمات آرایشی و غیر آرایشی و همچنین جهتگیری وی در خصوص موضوعات مختلف است. این مطالعه از طریق روش تحلیل محتوا انجام شده و تمامی استوری‌های پیج صدف بیوتی در یک بازه زمانی ۲۰ روزه براساس مقوله‌ها و کدهای محقق ساخته مورد کدگذاری قرار گرفته‌اند. در این پژوهش برای تحلیل نتایج تحقیق از نظریات زیمل، وبلن و وبر در خصوص مولفه‌های سبک زندگی، یادگیری اجتماعی آلبرت باندورا و همسازی ارتباطات گایلز بهره گرفته شده است. از مهمترین نتایج تحقیق میتوان به موارد زیر اشاره کرد: بیشتر استوریهای صدفبیوتی اختصاص به محتواهای «اطلاعرسانی» و «سرگرمکننده» داشته است، بیشترین محورهای استوریهایش متعلق به محور «سفر» و موضوعات «شخصی» بوده است، او عموماً تبلیغ پیج، کالا یا خدماتی را میکند که از آنها استفاده کرده و راضی و مطمئن بوده است، در اغلب موضوعات صدفبیوتی جهتگیری مثبت و موافق داشت، نوع ارتباطگیری با مخاطبان غالباً «صمیمی و مودبانه» بوده است و در طی دوره مطالعاتی این تحقیق، صدفبیوتی اصلاً به مسائل سیاسی به‌ویژه در ارتباط با ایران و مباحث اعتقادی و مذهبی نپرداخته است. براساس نتایج بدست آمده، مولفه‌های سبک زندگی که زیمل، وبلن و وبر از آنها یاد میکنند در استوریهای این پیج به وفور دیده میشود؛ درواقع صدفبیوتی با نمایش جزییات سبک زندگی خود، زمینه را برای تقلید و الگوبرداری مخاطبانش به ویژه با ایجاد ارتباطی نزدیک و صمیمی با آنها فراهم میکند.

کلمات کلیدی:

اینستاگرام، بلاگر، سبک زندگی، ارتباطات

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1186768>

