

## عنوان مقاله:

تحلیل نشانه شناختی صفحات فروش کالای مردانه در شبکه اجتماعی اینستاگرام

## محل انتشار:

نهمین کنفرانس بین المللی روانشناسی و علوم اجتماعی (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 24

## نویسنده:

حسین باقری - دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه علامه طباطبایی

## خلاصه مقاله:

پیامهای بازرگانی از جمله بخش های مهم در رسانه های دیداری، نوشتاری، شنیداری مکتوب است که کارکردهای چندگانه ای ایفا می کند؛ این پیامها از یک سو به معرفی محصولات کالاهای مورد نیاز پرداخته از سوی دیگر جنبه گسترش مصرف مصرف گرایی را با خود به همراه دارد. نشانه ای تحلیل نشانه های قرار داده شده در این تبلیغات از جمله موضوعات مورد توجه در مطالعات رسانه ای است. این مقاله به بررسی صفحات فروش کالای مردانه در شبکه اجتماعی اینستاگرام پرداخته است. توجه به این شبکه اجتماعی تبلیغات آن، از منظر فراگیری تأثیری که بر سبک زندگی فرهنگ مخاطبان دارد، حایز اهمیت است. به منظور بررسی صفحات تجاری این شبکه اجتماعی، سه صفحه ای که به فروش پوشاک مردانه به صورت حضوری آنلاین می پردازند تعداد دنبال کنندگان آنها بنی از صند هزار نفر است به طور هدفمند انتخاب شده اند. این پژوهش به روش نشانه شناسی با استفاده از نظریات سلبیدراره نشانه شناسی تصویری صورت گرفته است.

## کلمات کلیدی:

تبلیغات تجاری، نشانه شناسی، تکنولوژی های نوین، شبکه های اجتماعی، اینستاگرام

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/702487>

