

عنوان مقاله:

نشانه شناسی عناصر بازنمایی هویت آنلاین (مالعہ کاربران پرتعداد ایرانی در اینستاگرام)

محل انتشار:

فصلنامه رسانه، دوره 27، شماره 4 (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 24

نویسندگان:

حسین بصیریان جهرمی - دکتری علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی

مرضیه نحوی نظام آبادی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت رسانه دانشگاه سوره

خلاصه مقاله:

این مقاله به تحلیل عناصر بازنمایی شده از هویت کاربران مشهور، در تصاویر به اشتراک گذاشته شده در صفحات اینستاگرام آن ها پرداخته است. بدین منظور و با هدف پاسخگویی به این سوالات که: در شبکه اجتماعی اینستاگرام، چه استانداردهایی برای بازنمایی هویت از طریق عکس دارد افرادی که دارای شهرت هستند (کسانی که پربیننده ترین صفحات را دارند) و کاربران مشهور ایرانی در اینستاگرام، چه استاندارد مشترکی را رعایت و چه هویتی را از خود بازنمایی می کنند در این مقاله، از روش تحلیل نشانه شناسی استفاده شده است. همچنین ضمن کاربری و بهره گیری از نظریه های نشانه شناسی عکس رولان بارت، بازنمایی رسانه ای استوارت هال، تمایز پیر بورديو، هویت شبکه ای مانویل کاستلز و برندسازی شخصی جان آنتونیو، برخی از عکس های منتشر شده از سوی کاربران مشهور ایرانی، واکاوی شده است. تحلیل موردی 8 عکس برگزیده از میان 100 صفحه عکس اینستاگرامی کاربران با بیش از 30 هزار دنبال کننده، در بازه زمانی سه ماهه آخر سال 1394 و سه ماهه نخست سال 1395 که کاملاً هدفمند انتخاب شده، موید وجود شاخص های عمومی و مشترک در بازنمایی هویت کاربران مشهور ایرانی در اینستاگرام است که برای بازنمایی متفاوت از خود، نسبت به دیگران هم رده و یا بیان ویژگی خاص فردی، به عامل اصلی هویت یابی مجازی آن ها نیز، تبدیل شده است.

کلمات کلیدی:

هویت آنلاین، نشانه شناسی، بازنمایی، کاربران ایرانی، برندسازی شخصی، اینستاگرام

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/793296>

