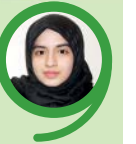




کیمیا سادات ترابی
مدال آور المپیاد
سواد رسانه ای



همه مومن این تجربه رو داریم، یک گوشی نو می خریم و تا چند روزی شوق و ذوق نصب اپلیکیشن ها و تنظیمات دلخواه مومن رو می کنیم. این وسط اینستاگرام جزو اولین برنامه هایی است که یادگیران پیشنهاد می کنند یا نوجوانی و هزار شوق و ذوق

تو این روزای کرونایی که سفر کردن برامون غیرممکنه و توی اوضاع اقتصادی کشور مومن اینستاگرام در دسترس ترین پنجه است که شما می تونید خیلی راحت و رایگان با فرهنگ و زیبایی شناسی هر کجای دنیا که خودتون بخواید آشنا شید. اینم بگم که طبق اصول و دسته بندی ها اینستاگرام جزو رسانه های تصویری بسیار محبوب قرار می گیرد. حالا مشکل کجاست؟

یکی از اصلی ترین موضوعاتی که بعد از ظهور رسانه های تصویری توی جهان راه افتاد قضیه تغییر نگرش و سلیقه مخاطبش بود. اندیشمندی زیادی

الهام نبیثی
مدال آور المپیاد
سواد رسانه ای



خالقان اینستاگرام، کوبین سیستم و مایک کرایگر ابتدا یک اپلیکیشن ساختند که مبنای آن موقعیت مکانی بود. این اپ به شکست بزرگی برای این دوفنر تبدیل شد، اما این دودوست ناامید نشدند و ایده شان را گسترش دادند تا در اکتبره ۲۰۱۰ اینستاگرام را برای سیستم IOS و دو سال بعد نسخه اندرویدی آن را منتشر کردند که این نسخه رکورد داریک میلیون دانلود در یک روز است.

حالا می خواهیم نگاهی به روند پیشرفت اینستا داشته باشیم:

۲۰۱۱: با استفاده از هشتگ به محتواهای مربوط دست پیدا می کنیم.

۲۰۱۲: اینستا در ازای یک میلیارد دلار به فیس بوک واگذار شد که همین شروع پیشرفت های متعدد اینستا بود.

۲۰۱۳: قابلیت دایرکت به اینستا اضافه شد که افراد می توانستند محتوا را به صورت مستقیم به افراد خاص برسانند.

۲۰۱۶: آپدیت ه ۸ اینستا رونمایی شد و تغییرات مینیمالیسم در آن ایجاد شد.

سلیقه ات، کیلویی چند؟

ما را در بدو ورود شناسایی می کند و یک خوش آمد گرم به او می گوید. اکسپلورر اینستاگرام فضای دیگری است که شما در آن دنیا را شبیه به خودتان می بینید. یعنی چه؟ فرض کنید یک سکه طلایی جلوی چشم تان نگه داشته اید آن گاه همه چیز برای شما فلزی و طلایی است، چون چیزی جز سکه را نمی بینید. شما در اکسپلورر علاقه مندی های خود و اطرافیان تان را مشاهده می کنید و برخی اوقات با حجمه های خبری مواجه می شوید.

مثلا فلان هنرمند مهاجرت کرد یا فرزند فلان سلبریتی به دنیا آمد یا از قبیل اخباری که در اینستاگرام و اکسپلورر اغلب مردم جای می گیرند و به نوعی دقت و تمرکز مردم را به اصل موضوعات پرت می کنند. مثلا فعالان حقوق زن پست های جنجالی درباره چرایی ممنوعیت موتورسواری خانم ها منتشر می کنند و طرفداران دوآتشه هم بدون فکر باز نشر می کنند.

حال آن که چند درصد از دغدغه و نگرانی زن ها و انسان های جامعه ما موتورسواری است؟! پس در یک جمله رسانه ها به خصوص رسانه های تصویری مثل اینستاگرام با پرت کردن دقت مخاطبان و ترویج و بازنمایی سبک خاص و الگوهای تعریف شده سبک زندگی از زندگی سلبریتی ها می توانند سلیقه ما را تغییر بدهد.

مراقب خودمون و سلیقه های قشنگمون باشیم.

داستان اینستا

بخش استوری که یکی از پرتعدادترین بخش هاست اضافه شد. این قابلیت به کاربران اجازه می داد تا عکس و فیلم را با افزودن استیکر یا نوشته های دلخواه شان به اشتراک بگذارند و استوری بعد از ۲۴ ساعت ناپدید می شد. لایو یکی از قابلیت های به درد بخور اینستا است که می توان اتفاقات را به صورت زنده برای مخاطبان به اشتراک گذاشت.

۲۰۱۷: چند تصویری یا فیلم را می شد در یک پست قرار داد.

۲۰۱۸: IGTV برای اشتراک گذاری ویدئوهای عمودی تا حد اکثر زمان ه دقیقه است که اکانت های تایید شده اجازه آپلود تا ۶ دقیقه را دارند.

در نهایت تمام این تغییرات که روز به روز در حال افزایش است اینستاگرام را شاید به یکی از پرتعدادترین اپلیکیشن های تعامل با مخاطب تبدیل کرده است.

اما همه این آپدیت ها باعث ایجاد تغییراتی هم در نوع مخاطب و استفاده افراد از این اپ شد. مخاطبان اولیه به اشتراک گذاری جریانات زندگی خود می پرداختند اما در حال حاضر افرادی

سواد رسانه ای

بزرگترین ویتترین جهان

امیرحسین مرزبان
مدال آور المپیاد
سواد رسانه ای



همون طور که خیلی بیشتر از من در جریان هستید، اینستاگرام یکی از پرکاربرترین و قدرتمندترین شبکه های اجتماعی برای معرفی کالاهای صنایع گوناگون در سراسر دنیاست، البته نظره های مختلفی وجود داره که این بستر رو برای برندسازی برپایه تبلیغات مناسب نمی دونه اما مثال های موفق زیاد الی ماشاا... وجود دارن که این نظرها رو رد می کنن.

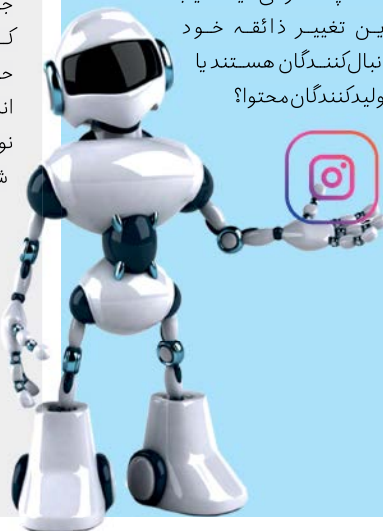
به طور کلی تبلیغات در اینستاگرام یکی از رایج ترین شیوه های تبلیغاتی در رسانه های اجتماعیه و این نوع تبلیغات برای همه صنایع بسیار مهم و بااهمیت.

شبکه های اجتماعی همواره بهترین مکان برای اجرای کمپین های مردمی بوده و هست. صاحبان کسب و کار هم با هوشمندی تمام روی موج این کمپین های تبلیغاتی سوار شدن و برند هاشون رو روز به روز محبوب تر کردن. اینستاگرام طی چند سال اخیر نقش بسیار پر رنگی در انعکاس این پدیده های اجتماعی داشته.

برندهای مشهور جهان هم به عنوان کوتاه ترین و ساده ترین و البته موثرترین شبکه اجتماعی برای تبلیغات محصولات خود از اینستاگرام استفاده می کنن، این شرکت ها بعد از گذشت چند سال حضور فعال در این رسانه اجتماعی به صورت میلیونی فالور دارن و به ساده ترین و سریع ترین حالت محصولات جدید خودشون رو به نمایش می دارن.

امروزه می بینیم که برخی برندهای کوچک و تازه کار با فعالیت در اینستاگرام بازار خوبی برای محصولات خود ساختن، مشاغل جدیدی هم به لطف این شبکه اجتماعی رونق پیدا کرده و افراد زیادی تونستن در وضعیت رکود اقتصادی از بستر این رسانه آنلاین استفاده کنن. به طوریکه یک کاربر با کمترین سطح دانش، کالا یا خدمات مورد نظرش رو در اینستاگرام پیدا می کنه و تبدیل به یک مشتری برای یک کسب و کار نوپا میشه یا محصول مورد نیاز خود را از برندهای نوپا و معروف در کنار هم بینه و مقایسه کنه.

یکی از دلایل پرتعداد شدن اینستاگرام هم بی حوصله شدن و تنبلی انسان های مدرن، جایی که انسان از نوشتار و گفتار رهایی پیدا کرده و تنها از طریق عکس یا ویدئو تمامی حرف هاش رو میزنه. این رشد به ما میگه که انسان مدرن امروزی کمتر حوصله خوندن و نوشتن داره و به قول خودمون راحت طلب شده، فیس بوک و توئیتر هم که بیشتر بر نوشتار کوتاه تاکید داشت، اینستاگرام حالا بر عکس و فیلم تاکید داره و همه چیز در عکس و فیلم های کوتاه خلاصه شده. تقریباً همه شما اکانت اینستاگرام دارین پس چه بهتر که از این بستر گسترده برای مطرح کردن خودتون و توانایی هاتون استفاده کنید؛ از همین امروز شروع کنید، بی معطلی!



رسانه

ضمیمه نوجوان

شماره ۳۵ | ۲۲ آبان ۱۳۹۹

نوجوانان
جامع