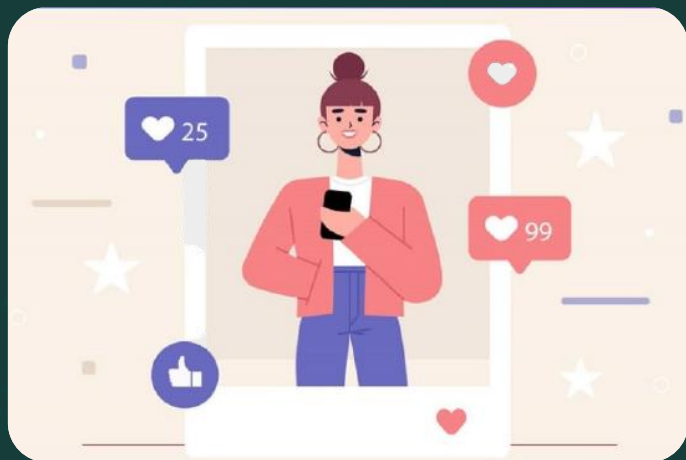


بلاگری و تاثیر آن بر سبک زندگی

کاری از مرکز نسرا سازمان فضای مجازی بسیج استان سمنان





این روزها دوره تکنولوژی و ارتباطات، اینترنت نیز جزو جدا نشدنی زندگی امروزه شده است. عده ای برای اینکه از اینترنت و این تکنولوژی نهایت استفاده را ببرند محصولات خود را به این روش تبلیغ یا به اصطلاح بلاگ می کنند.

«بلاگرها» الهه های فضای مجازی هستند که اغلب در فضای بی قانون و رهای این روزهای کشور می تازند و هیچ قانونی برای رسیدگی به امور آنها وجود ندارد.





یکی موبایل به دست گرفته و از خودشان و یا زندگی‌شان فیلم می‌گیرد، به اشتراک می‌گذارد و از صبح تا شب در حال استوری گذاشتن برای مخاطبانش است. هرکدام هم برای مخاطبان‌شان یا همان فالوورهایشان نام‌هایی را انتخاب کردند، یکی به فالوورش می‌گوید بچه بیوتی، دیگری می‌گوید فرزندان خلف و هرکس نام مخصوص خودش را روی فالوورهایش گذاشته است. نام این فعالیت افراد در فضای مجازی و یا همان شغلی که در اینستاگرام برای خودشان ایجاد کردند. بلاگری است.



بلاگ چیست؟



کلمه ی بلاگ یک کلمه انگلیسی و خلاصه شده از کلمه وبلاگ است. بلاگر در لغت به معنای وبلاگ نویس است. یعنی کسی که وبلاگ نویسی می کند. اما در طول زمان معنای بلاگر دستخوش تغییر شده است.



بلاگ چیست؟



امروزه این واژه در میان کاربران اینترنت مفهومی فراتر از یک وبلاگ نویس ساده را به ذهن می‌رساند. و بلاگر به کسی اطلاق می‌شود که با کسب شهرت و معروفیت در حرفه‌ی خود صاحب نظر باشد. به طوری که از دیدگاه خودش و بر اساس تجربه‌ها، نظریات و سلیقه‌ی شخصی خودش در مورد موضوعات مختلف اظهار نظر و تولید محتوا می‌کند و نظرات او مورد قبول مردم است.



بلاگر کیست؟



بلاگر کسی است که در زمینه خاصی حرفی برای گفتن دارد، بلاگرها اغلب افرادی هستند که ارتباط خیلی خوبی با مردم دارند و خیلی سریع می توانند روی دیگران تاثیرگذار باشند، آنها به واسطه دانشی که دارند می توانند دیگران را برای انتخاب های گوناگون متقاعد کنند، یک بلاگر کسی است که محتوا تولید میکند یا به اصطلاح بلاگ می کند... این تولید محتوا در راستای هدفی است که بلاگر دنبال می کند. پس هر بلاگر یک هدفی دارد و در یک زمینه خاص فعالیت می کند.



بلاگر کیست؟



یک بلاگر واقعی می‌داند که قدرت آن بواسطه توجه مردم افزایش پیدا می‌کند لذا همواره تلاش میکند که رضایت دنبال کنندگان خود را جلب کند و مردم به او اعتماد کنند، به همین دلیل اکثر بلاگرها اگر قرار باشد محصول برند خاصی را تبلیغ کنند.

به صورت شفاف به نقد و بررسی نقاط ضعف و قوت آن می‌پردازند و بزرگنمایی می‌کنند، همچنین برندهای که به بلاگرها رجوع می‌کنند اغلب برندهای معتبر و موفق هستند که از رسالت یک بلاگر به خوبی مطلع هستند.



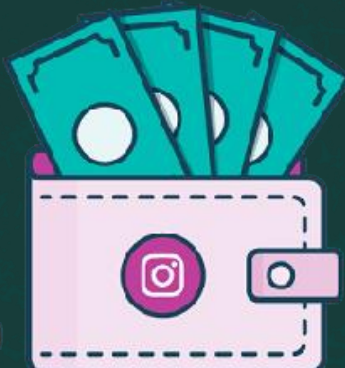
حرف شهروندان

شهروندان ویژه فضای مجازی این روزها مورد اعتراض بسیاری از کاربران به خصوص فروشگاههای اینترنتی هستند. فروشگاههایی که برای بالا بردن تعداد مشتریان خود از میان شلوعی صفحات اینستاگرام مجبور به خرجهای میلیونی شدند اما دست از پا درازتر از پیش بلاگرها بازگشتند. کاربران نیز از حجم تبلیغات و عکسهای آزاردهنده بلاگرها و برخی تبلیغات آنها با فروشگاههای معترض همصدا شدهاند تا آنهایی که موجب ضررهای میلیونی شدهاند را آنفالو کنند و یا دربارهشان اطلاع رسانی کنند. با این حال برای برخی سوال است که چرا بلاگرها مضر هستند؟ مگر آنها چه می‌کنند که برخی به آنها معترضند؟ از طرفی با چه دلالی برخی از طرفداران و شیفته‌های غرق شده در آنها را به خودشان آورد.

“

بلاگری شغل مبتنی بر شبکه اجتماعی است و تنها حیاطش به آن بستگی دارد و شاید بتوان گفت نوعی شغل کاذب است. اما در همه جای دنیا بلاگرها تخصص‌های خودشان است.

اما در میان اینستاگرام‌های ایرانی می‌بینیم که بابت تبلیغ قرنیز دیوارشان و یا توالتشان فیلم‌های تبلیغاتی پر می‌کنند چون همه آنها را رایگان گرفته‌اند و حالا باید در صفحه در موردش صحبت کنند. کاری که کمتر کسی حاضر است انجام دهد و عزت نفسش را تا این حد پایین بیاورد.





بلاگری در ایران اگر در دوران وبلاگ‌ها و اوایل شبکه‌های اجتماعی مفید بود. این روزها در بی‌قانونی و بی‌ضابطگی فضای مجازی به قهقرا رفته‌است. بلاگرها تبدیل به الهه‌های فضای مجازی شده‌اند. اگر تا دیروز نیازمند تخصص برای تولید محتوا بودند امروز به هیچ چیز نیازی ندارند.

آنها می‌رقصند، می‌خندند، غذایشان را با ولع و با دست جلوی دوربین می‌خورند و صدای بزاق دهانشان را حتی به مخاطب نشان می‌دهند و از روی حسرت‌هایی که پای صفحه‌شان روی هم تلبار می‌شود یک ارتش چندمیلیونی می‌سازند تا به وقتش دستور حمله و یا حمایت بدهند.

بلاگر چکار میکند؟

با گسترش شیوع کرونا و در قرنطینه ماندن مردم، بیشتر صاحبان کسب و کار به تبلیغ مجازی روی آورده اند و این روزها حسابی کسب و کار بلاگرها طلاست. اگر نگاهی به لیست پردرآمدترین شغل‌های جهان بیاندازید یکی از این شغل‌ها بلاگر بودن است. امروزه بلاگرها در دنیای مجازی درآمد بسیار بالایی دارند. در سال‌های اخیر بسیاری از جوانان به این شغل علاقه‌مند شده‌اند و به سمت بلاگر شدن در فضای مجازی رفته‌اند.



انواع حوزه های بلاگری

اقتصادی	چالش	لایف استایل	طنز
املاک لوکس	انگیزشی	فود بلاگر	گیم
خودرو	محصولات	تکنولوژی	دکوراسیون
فشن	سلامت	سفر	خبری
حیوانات	ورزشی	بیوتی	حاشیه
هنری	موسیقی	فیلم	کتاب

سلول‌های رنگی، موضوعاتی را مشخص می‌کند که زنان در آن پیشتاز هستند

انواع بلاگری پر طرفدار



فود بلاگر



بیوتی بلاگر



لایف استایل بلاگر



فشن بلاگر



بلاگر سفر



بلاگر طنز



لایف استایل بلاگر

اکثرا به صورت خانوادگی در فضای مجازی فعال هستند اما نفر اصلی اکثرا صفحات لایف استایل، دختران هستند که همسران، فرزندان و یا خانواده‌هایشان در این مسیر همراهی‌شان می‌کنند. بلاگرهای لایف استایل، هر تبلیغی که پیشنهاد شود را انجام می‌دهند و تنها در یک حوزه خاص تبلیغات انجام نمی‌دهند.



بیشتر بلاگرهای ایرانی در حوزه لایف استایل مشغول هستند و از این طریق درآمد کسب می‌کنند. لایف استایل بلاگر، به افرادی گفته می‌شود که از روزمرگی‌های و زندگی شخصی‌شان تصاویری به اشتراک می‌گذارند. این بلاگرها تمامی لحظاتی که با خانواده می‌گذارند و یا به مهمانی، خرید، تفریح و ... می‌روند و این‌ها را با فالوورهایشان به اشتراک می‌گذارند.



بیوتی بلاگر



برای اولین بار یک دختر ایرانی تصمیم گرفت مقابل دوربین موبایلش خودش را آرایش کند و مانند نمونه‌های خارج از ایران آن را در اینستاگرام به اشتراک گذارد و درباره آرایشی صورتش با مخاطبان خود صحبت کند. بعد از آن افراد زیادی که در این زمینه سر رشته داشتند به این نوع فعالیت گرایش پیدا کردند و نامشان شد «بیوتی بلاگر».



بیوتی بلاگر

بیوتی بلاگرهای ایرانی از بلاگرهایی هستند که طرفداران زیادی در فضای مجازی دارند و بستر درآمدزایی برای این بلاگرها در اینستاگرام و یوتیوب فراهم است. بیوتی بلاگرها یا بلاگرهای زیبایی و آرایشی با تست و نقد لوازم آرایشی و بهداشتی به فالوورهای خود کمک می‌کنند تا از پوست و سلامتی خود مراقبت کنند.



عده‌ای از این بلاگرها در ابران و عده‌ای نیز در خارج از ایران در زمینه مشغول به فعالیت هستند. بیشتر بیوتی بلاگرها دختران هستند و به تازگی تعداد اندک شماری از پسران به این نوع بلاگری در اینستاگرام روی آورند.

این افراد آرایش می‌کنند و درباره مارک لوازم آرایشی خود و یا کاربرد آن با فالوورهایشان حرف می‌زنند بعد از آن که مخاطب‌شان را جذب کردند از برندهای لوازم آرایشی دریافت بهداشتی تبلیغات کرده و مبالغ زیادی را بابت این تبلیغات به دست می‌آورند.



فود بلاگرها



فود بلاگرها به افرادی گفته می‌شود که یا آشپز هستند و یا ایده‌هایی برای غذا و آشپزی دارند. البته تسترهای غذا را هم باید در این طبقه‌بندی اضافه کنیم.



این گروه از بلاگرها
مقابل دوربین غذاهای
مختلف را تست کرده و از
طعم آن برای
فالوورهایشان می‌گویند.

فود بلاگرها هنگام تست
کردن غذا از میکروفن
استفاده می‌کنند تا صدای
غذا در فیلم ضبط
شود. تست‌های غذا معمولا
باید بی‌طرف نسبت به غذا
نظر بدهند، در مورد تست
غذا اطلاعات داشته باشند و
مزه‌ها را بشناسند.



فود بلاگرها

دختران و پسران زیادی زمینه فود بلاگری مشغول به فعالیت در اینستاگرام هستند. این افراد بعد از آن که فالوور جذب کردند از رستورانها و فروشندگان تبلیغات گرفته و به مخاطبانشان معرفی می‌کنند و از این طریق کسب درآمد می‌کنند.

foodgod

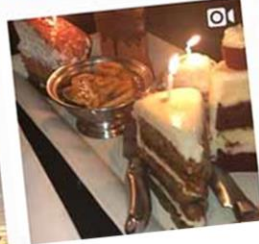
Follow

3,949 posts

2.6m followers

78 following

Foodgod Jonathan Eating out 365 days a year
youtube.com/foodgod





فشن بلاگرها، گروهی از بلاگرها در فضای مجازی هستند که با لباس‌ها و استایل مورد علاقه‌شان، در صفحه اینستاگرام خود تصاویرشان را به اشتراک می‌گذارند.

این افراد با جذب فالوور و مخاطب، از مزون‌ها و آنلاین‌های شاپ‌هایی که لباس عرضه می‌کنند، تبلیغات دریافت کرده و با برتن کردن لباس‌ها و گرفتن عکس‌های متنوع تبلیغات انجام داده و از این طریق درآمد کسب می‌کنند. این فشن بلاگرها اکثراً طراح لباس بوده و یا در حوزه مد و لباس فعالیت زیادی داشته‌اند.



کار بلاگرهای طنز ساختن فیلم‌های طنز و فان است. دختران و پسران هر دو به نسبت نزدیک به هم در این زمینه فعال هستند. گاهی در ساخت کلیپ‌ها شئونات را رعایت می‌کنند اما گاهی هم به صورت غیر متعارف سعی در خنداندن مخاطبان‌شان می‌کنند. همچنین گاهی در کلیپ‌های فان دختر و پسر در کنار یکدیگر حضور دارند و فیلم‌ها به صورت مشترک ساخته و به اشتراک گذاشته می‌شود.



تعداد بلاگرهای سرگرمی و تفریحی زیاد است اما تعداد انگشت شماری از این بلاگرها بسیار معروف و مشهور شدند. این بلاگرها از اینستاگرام درآمد خوبی کسب می‌کنند. پیج‌های طنز و سرگرمی اینستاگرام به دلیل عمومی بودن موضوع طرفداران زیادی دارند و جزو پیج‌های پربازدید اینستاگرام محسوب می‌شوند.





دکترهای اینستاگرامی، پدیده جدید رسانه‌های اجتماعی

در لیست انواع بلاگرهای اینستاگرام، حوزه بلاگری سفر و گردشگری یکی از جذابترین نوع بلاگری است. تعداد بلاگرهای سفر معروف و موفق ایرانی کم نیستند. توریسم بلاگرها و عاشقان سفر هم به مسافرت می‌روند، هم از اینستاگرام کسب درآمد می‌کنند. این افراد به شهرها و نقاط تفریحی مختلف در کشور سفر کرده و با مخاطبان‌شان به اشتراک می‌گذارند.

بلاگرهای سفر معمولا به نقاطی سفر می‌کنند که ناشناخته بوده تا نظر فالوورها و افرادی که دنبال‌شان می‌کنند جلب شود. دختران و پسران هر دو در این زمینه فعال هستند اما بلاگرهای سفر دختر در ایران کم داریم و بیشتر پسران در این زمینه فعالیت می‌کنند.



حجاب استایل‌ها

بلاگرهای حجاب آدم‌هایی که با توهم تولید، «مصرف‌گرا» هستند و مسلمانان بی‌بخاری که سرگرم مصرف باشند را می‌سازند و عمیق‌ترین اندیشه جهان یعنی «حجاب» را تبدیل به ابزاری برای نمایش و سرگرم کردن دیگران می‌کنند. مدلینگ‌ها، دین و حجاب را وارد فرآیند مدرنیزاسیون می‌کنند و باعث «استحاله حجاب» می‌شوند.



ظهور از کجا بود؟

در اوایل قرن نوزدهم با آغاز مدرنیته، صنعت مد در بین پوشش زنان مسلمان هم ایجاد شد. ظهور آن از کشورهای مثل ترکیه، اندونزی و مالزی که حجاب اجباری در آن‌ها وجود نداشت، آغاز شد. در دنیایی که سعی در نادیده گرفتن زن مسلمان و حجاب آن داشت، این افراد قصد داشتند حجاب را به شکل زیبا و جذاب به دنیا معرفی کنند، اما کاری که آن‌ها انجام دادند باعث تغییر معنی حجاب و استحاله آن شد.



از ذائقه‌سازی تا مدل‌سازی برای حجاب

حجاب استایل‌ها، حجابی که برای بعضی افراد دافعه دارد را با مدل‌ها و ابزارهای متفاوت جذاب و به اصطلاح، امروزی می‌کنند به طوری که حتی افرادی که به «اصل حجاب» اعتقادی ندارند برای بیشتر دیده شدن از این پوشش استفاده «ابزاری» می‌کنند. این افراد اصطلاح «مد اسلامی» را برای حجاب ایجاد کردند و حجاب را به شکل یک صنعت و برند درآوردند و برای مخاطب «مدل‌سازی» می‌کنند. آن‌ها از مخاطب مهره‌هایی می‌سازند که با هر عقیده‌ای می‌تواند در این زمین بازی کند و برای جذب مخاطب از هر روشی اما با پوشش دین و حجاب استفاده کنند.



بلاگری ابزاری برای دیده شدن

اصل کار بلاگرها بر جذاب دیده شدن است، هرچقدر بیشتر دیده بشوند موفقتر خواهند بود و اساس حجاب بر پوشش زیباییها و جذابیتها است. بلاگر حجاب یک تناقض است که تنها با تغییر مفهوم بنیادین حجاب دستیافتنی است.

در واقع بلاگرهای حجاب، فرار از قانون، شرع و عرف، افراط و تفریط را که خلاف مباحث اسلامی است رواج میدهند و باعث دور شدن حجاب از مفهوم اصلی و اساسی خود، که برای جلوگیری از «خودنمایی» است، میشوند. آنان حجاب را به یک لباس و مد تقلیل میدهند و بی مفهوم می کنند. به طوری که حتی برای زیارت اماکن مقدسه مدل لباس، مدل آرایش و مدل عکاسی تعیین می کنند.

آسیب حجاب استایل‌ها در زمینه‌های مختلف

آسیب این مدلینگ‌ها فقط در علینه‌شدن و دگرگونی معنای دین و حجاب نیست، ضربه دیگر این افراد در بحث خانواده، در مراحل انتخاب همسر و در زندگی زناشویی است. این افراد با نشان دادن ظاهر و فیزیک ایده‌آل، جذاب و آراسته باعث تغییر ذائقه و ایجاد توقع در جوانان به هنگام انتخاب همسر می‌شوند. برخی از افراد به‌خصوص در قشر مذهبی تمایل دارند که همسرشان از لحاظ ظاهر، فیزیک و حجاب بسیار شبیه به این مدلینگ‌های حجاب باشد. این دیدگاه و نگرش باعث می‌شود نظام خانوادگی ایران تضعیف شود و سبک زندگی خلاف آن چه که مورد تایید کشور «ایرانی - اسلامی» است رواج پیدا کند.



کار حجاب استایل همان کار مدلینگ

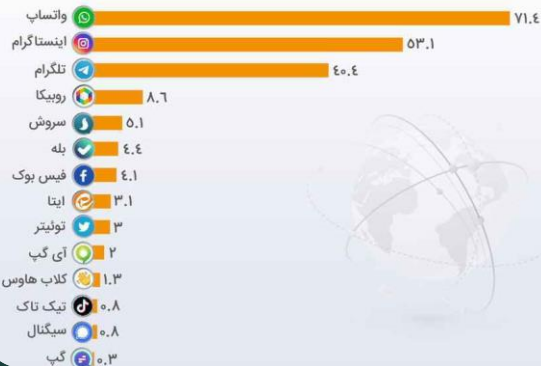
حجاب استایل‌ها همان مدلینگ‌های اروپایی هستند که مدل‌سازی می‌کنند، با این تفاوت که با برجسب حجاب، حساسیت را کمتر می‌کنند و همه کارها را فقط با پوشیدن سر، مجاز می‌دانند. آن‌ها در دنیای مجازی با خلق معیارهای زیبایی و جذابیت، زمینه‌ساز نیازهای کاذب در زنان «به ویژه دختران جوان» می‌شوند. این افراد در تولید محتواهایشان به زیبایی‌های باطنی توجه نمی‌کنند و صرفاً توجه آن‌ها در برجسته‌سازی زیبایی‌های ظاهری خودشان است. نتیجه چنین فرآیندی این است که زنان و دخترانی که بیشتر در معرض پیام‌های رسانه‌ای این افراد قرار می‌گیرند، این پیام‌ها را درونی می‌کنند و تمایل بیشتری برای بروز و خودنمایی پیدا می‌کنند.



آیا می دانید؟؟



میزان استفاده مردم ایران از رسانه های اجتماعی



بلاگرهای ایرانی بیشتر در اینستاگرام مشغول به فعالیت هستند چرا که این شبکه‌ی اجتماعی در کشور ایران طرفداران بسیار زیادی دارد و طبق اعلام فیس بوک، مردم ایران جز ۷ کشور پر استفاده‌ی اینستاگرام هستند.

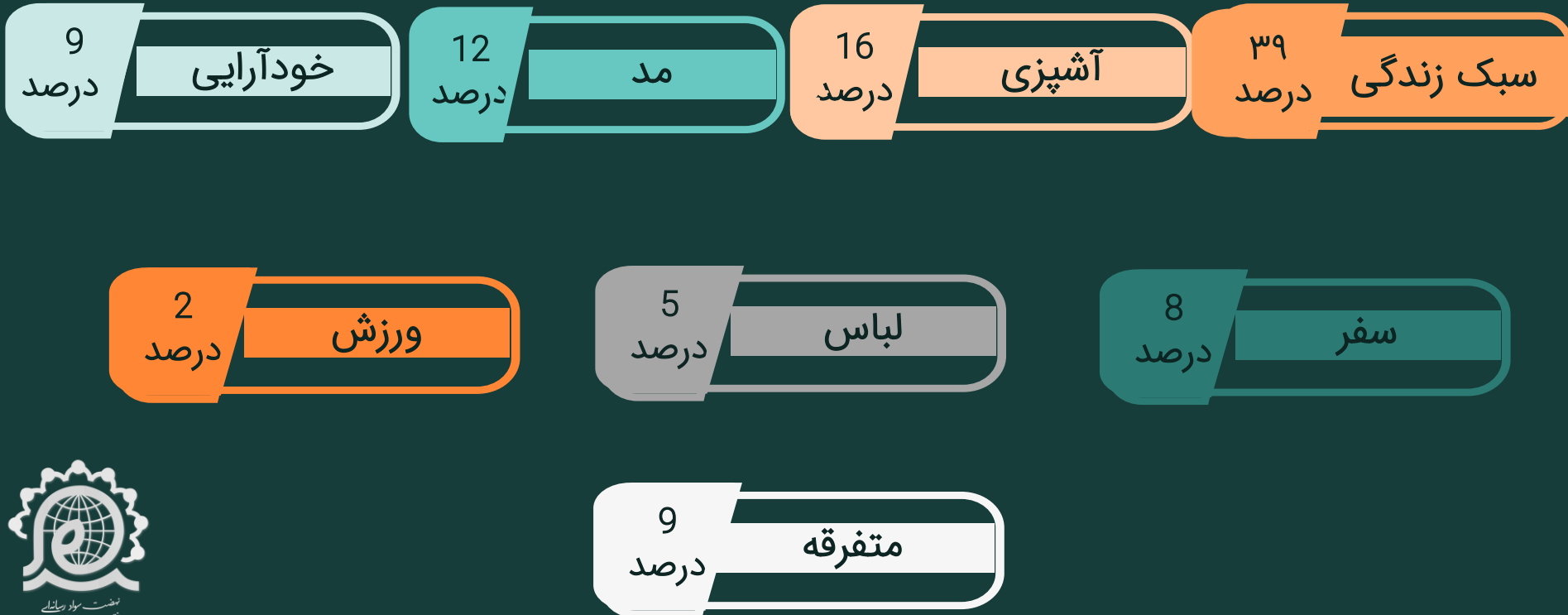


برای بررسی مسأله تأثیر خانمهای بلاگر بر فرهنگ و سبک زندگی، صفحات صد نفر از برترین بلاگرهای اینستاگرام شناسایی و محتوای تولیدی ایشان رصد و مورد تحلیل و ارزیابی قرار گرفته است.

مجموع تأثیرها شامل تعاملهای صورت گرفته پیرامون پستهای تولیدی است از جمله: تعداد لایک، تعداد کامنت و تعداد بازنشر.

آمار چه می گوید؟

آمار فعالیت بلاگرهای ایرانی



نمونه پست با بیشترین بازدید



مالک پست:

تاریخ انتشار: اردیبهشت 98

توضیح:

کلیپ طنز با موضوع والدین و مشکلات آنها در کار کردن با گوشی های هوشمند با بیش از یک میلیون بازدید



نمونه پست با بیشترین کامنت

مالک پست: ملینا تاج

تاریخ انتشار: خردادماه 1400

توضیح:

یکی از کارهایی که بلاگرها برای جذب فالوور و مشتری انجام می‌دهند، برگزاری مسابقه و قرعه‌کشی است. مثل این پست که برای قرعه کشی یک دستگاه گوشی آیفون، با رقم حیرت انگیز شش و نیم میلیون کامنت مواجه شده است.



COMMENT



نصرت سواد سمنان
انتخاب استان سمنان
@nasraa_semnan

نمودار برترین بلاگرها بر اساس میزان تاثیر



نمودار روبه رو، لیست بلاگرهایی است که بیشترین تاثیر را در فضای اینستاگرام در موضوع بلاگری داشته‌اند.

بیشترین تاثیر مجموع تعداد لایک، کامنت و بازنشر در هر پست است.

برترین بلاگرها

صدف مسائلی (صدف بیوتی)

محل اقامت:

آمریکا-سان فرانسیسکو

نوع فعالیت: یک بیوتی بلاگر موفق

است که در سال های قبل توانسته

به واسطه منتشر کردن ویدئوهای

آموزشی در آرایش، ماسک صورت و

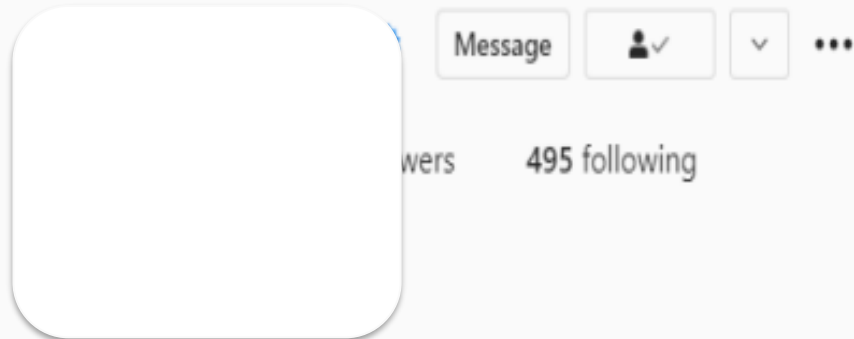
لوازم آرایش جایگاه ویژه ای در

جهان برای خود دست و پا کند.

او از سوی مجله فوربز به عنوان

دومین بلاگر اثرگذار اینستاگرام در

سال ۲۰۱۹ انتخاب شده است.



San Francisco

Follow my lifestyle/travel blog

@sadaf_beauty_diary

Email: contact@sadafbeauty.net

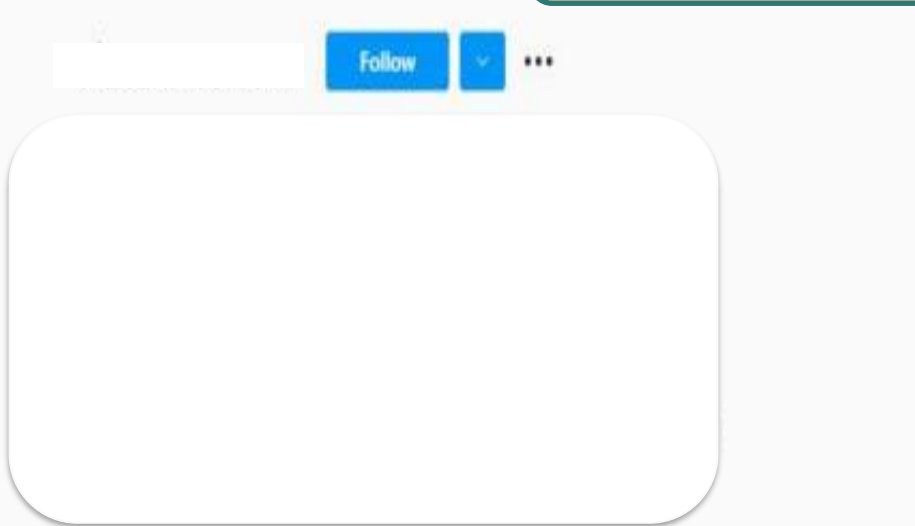
youtu.be/aYIUepm84RY

Followed by [elmiraaelisa](#), [sabarad.official](#), [sinavaliollah](#) +11 more



نهضت سواد سائلی
انتخاب اسلام و سائلی
@nasraa_semnan

برترین بلاگرها



نکات پوست



نکات سلامتی



Me2



Aryo7



us



تبلیغات



مایکرونیادلینگ

دکتر مهناز فرید (متخصص پوست

و مو)

محل اقامت: کانادا

نوع فعالیت:

پزشکی که در زمینه تخصص خود

یعنی پوست و مو فعالیت دارد و

برای توسعه کار خود بلاگری

می‌کند. لذا به اشتراک گذاشتن

روزمره‌گی‌ها و پست‌های تبلیغاتی

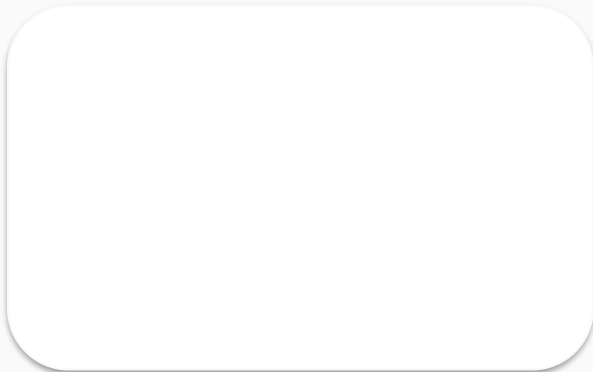
در کنار کار پزشکی می‌پردازد.

برترین بلاگرها



آزین هخامنش

Follow



ریاکار



شهید همت



ناشنوایان 🇮🇷



...بسه



ایشتونم



تلیغات 📺

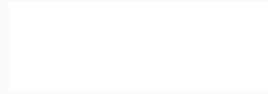
نام: آذین هخامنش

محل اقامت: گرجستان

نوع فعالیت: طنز بلاگر

آذین هخامنش از بلاگری طنز هست که قبلا در ایران فعالیت میکرد که برای داشتن آزادی بیشتر الان در کشور گرجستان فعالیت میکند. محتوای پستهایش به شدت زرد و کاملا بی ارزش و صرفا طنز و سرگرمی است. و غالب دنبال کنندگانش جوانان و بیشتر به خاطر کارهای ساختارشکنانه‌ای است که انجام می دهد.

برترین بلاگرها



Follow



The Official Instagram Account Of Mary Hm
Iranian Actress /Comedian

#Mary_Hm

#maryHm

[g.co/kgs/mjFm8D](https://www.instagram.com/g.co/kgs/mjFm8D)

نام: مریم هاشمی

محل اقامت: تهران

نوع فعالیت: طنز بلاگر

سه دختر جوان که با همدیگر کار
بلاگری طنز می کنند.



مختصت: سواد رسانه‌ای
انقلاب اسلامی و زنان
@nbsra_samnan

برترین بلاگرها

گونش راغب

محل اقامت: ایران - تبریز

نوع فعالیت: استایل، لباس کودک

از بلاگرهای فعال و پرطرفدار که با خانواده و بیشتر سه فرزند دختر سه قلوای خود بلاگری می کند. او که تولید کننده پوشاک کودک است بلاگری را با به دنیا آمدن دخترانش شروع کرده و از این جذابیت برای تبلیغ تولیدات خود و برندهای معروف دیگر استفاده می کند.



Message

Message



Blogger

Conquer the devils with a little thing called love! 🍀🍀

founder of @gunesh.kids

#MostPopularTripletsEver

🔒 @milad.amirvafa

Followed by mr.kalaateh1, razie.ladyboss, _zeynab_mousavii +1 more



نشدت مولود
انقلاب اسلامی استاز
@nasras_semnan

برترین بلاگرها

هانیه بستان آبادی

محل اقامت: ایران - رشت

نوع فعالیت: استایل

از بلاگرهایی که به صورت زوج با همسرش بلاگری می کند. روزمرگی و لایف استایل تم اصلی کار او و تبلیغ کالا و مدلینگ استایل پوشاک خانمها زمینه اصلی کار اوست. او در صفحه اش، خود را حجاب استایل معرفی می کند. ویژگی او داشتن حجاب و پوشش کامل در همه پستها و استوری هایش است.



Message



IR 🇮🇷 حجاب استایل 🇮🇷

..لا حول ولا قوة الا بالله العلی العظیم

..مسئول امنیت صفحه

..امیرتشکر

@amirtashakkor

📍📍📍 Alireza

Fencing



انجمن ملی مطالعات و تحقیقات زنان
@nasraa_seman

برترین بلاگرها

نفیسه عابدی

ایران - تهران

نوع فعالیت: فودبلاگر - آشپزی



Follow



Blogger

ترکیبی از مدرنیته، سنت و انرژی به توان حس خوب 🌟🌱

بین اشکال ریاضی ، عاشق شش گوشه ام ✨

this is my style 💎

این سبک زندگی منه 💎

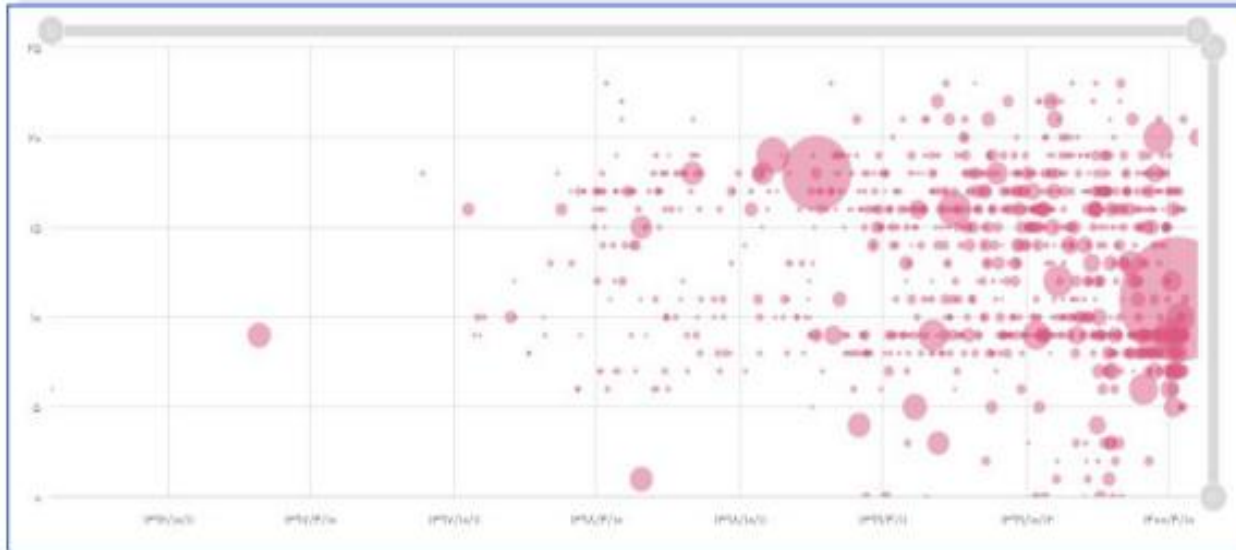
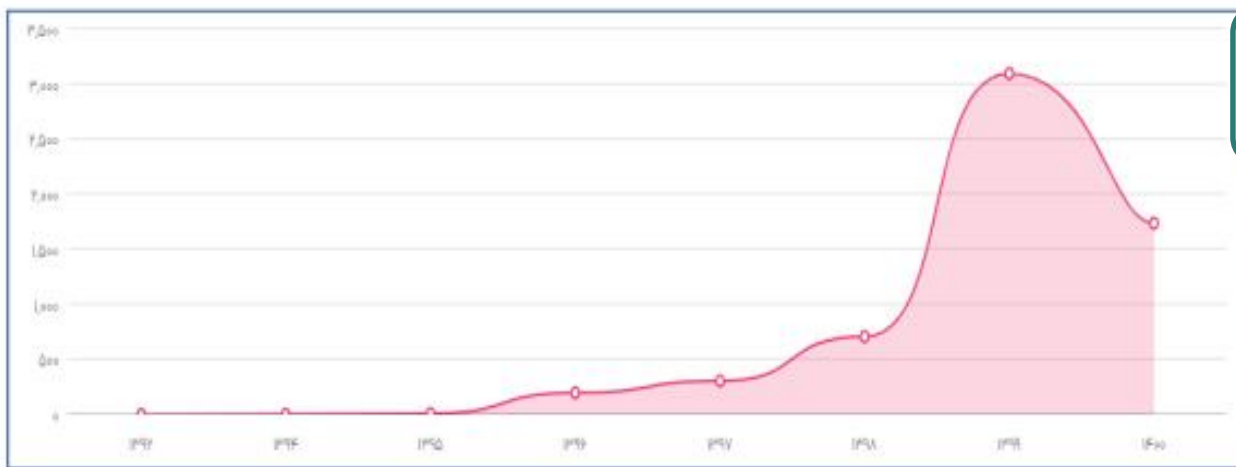
Iran 📍 Tehran

linktik.com/nafisstyle



نهضت علوم اسلامی
انقلاب اسلامی ایران
@nasraa_seman

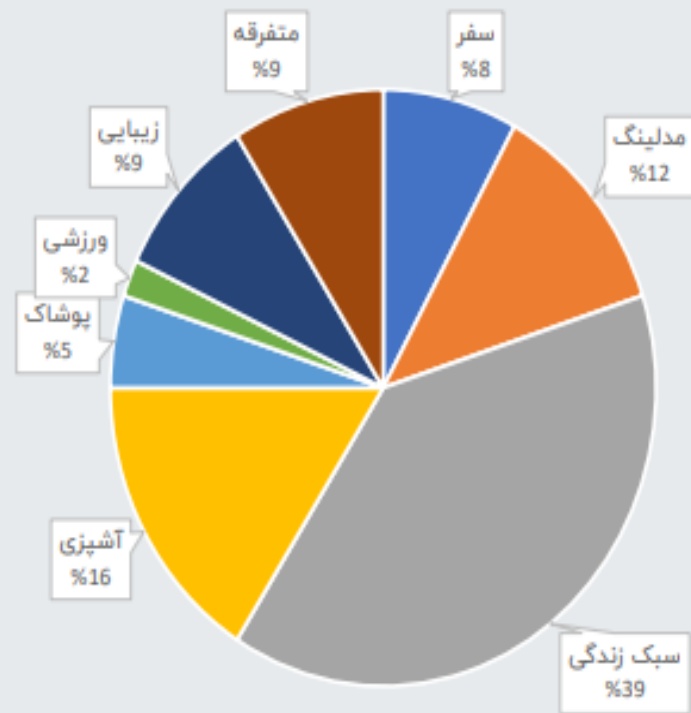
نمودار رشد بلاگری در گذر زمان



طبق این دو نمودار، گرایش به بلاگری در سال 99 رشد چشمگیری داشته است. علت گسترش این حرفه در بین افراد جامعه مخصوصاً جوانان، علاوه بر توسعه فضای مجازی و کسب و کارهای اینترنتی، بلای عالم گیر کرونا و تغییر رفتار کاربران و مردمان جامعه در تهیه مایحتاج زندگی و تغییر شیوه خرید از حضوری به آنلاین بوده است.

زمینه فعالیت بلاگرهای خانم

با بررسی حوزه فعالیت صد بلاگر خانم پرمخاطب ایرانی، زمینه فعالیت آن‌ها در هشت حوزه مختلف به صورت نموداری ترسیم شده است.



■ سفر ■ مدلینگ ■ سبک زندگی ■ آشپزی ■ پوشاک ■ ورزشی ■ زیبایی ■ متفرقه



ابرهشتگ های زنان بلاگر



با نگاهی به هشتگ های پرکاربرد در محتواهای تولید شده توسط بلاگرها، عمده گرایش به مد و فشن، شیک پوشی، زندگی لاچری در فعالیتهای بلاگری است.

دلایل ورود خانم ها به فضای بلاگری

1

انگیزه کسب درآمد
و ثروت بیشتر

2

نارضایتی از زندگی واقعی و
احساس آزادی در
فضای مجازی

3

مشکلات زناشویی

4

افسردگی در زندگی واقعی

5

وابستگی به فضای مجازی

6

کسب شهرت و معروف
شدن در فضای مجازی

7

تلاش برای کسب
اعتبار اجتماعی

تحلیل رفتاری بلاگرهای زن



تأثیر بلاگرها بر مخاطبین

ارضای همزمان نیازهای بصری، منطقی و عاطفی کاربران مخصوصا قشر جوان و نوجوان

تحقق یادگیری اجتماعی با مشاهده رفتار بلاگرها که به روش الگوبرداری محقق می شود

انتقال نرم و پنهان مفاهیم فرهنگی، سیاسی و اجتماعی به مخاطبین

سعی در نمایش سبک زندگی خود و تلاش برای ایجاد تغییرات در نظام ارزشی مخاطبان

ایجاد ادبیاتی مشترک میان خود و مخاطبان و تعامل بر پایه اعتماد و نزدیکی بیش از اندازه و ازبین بردن حریم خصوصی

تغییر ارزش، رفتارها و نگرش های مخاطبین

سعی در ابراز خود به شیوه هایی که در دنیای واقعی امکان آن وجود ندارد به علت سهولت برقراری ارتباط و امکان محقق شدن برخی لذت ها عواطف، معناها و هویتها در دنیای مجازی



مصادیق تأثیرگذاری بلاگرها در زندگی



مصادیق تأثیرگذاری بلاگرها در زندگی

بین بلاگرهای سبک زندگی؛ بلاگرهای مادر، مخاطبین بیشتری را
به خود جذب کرده اند.

مخاطبین نسبت به محتوای سبک زندگی بیشترین بازخورد
را از خود نشان داده اند.

بلاگرهای سبک زندگی بیشترین مخاطب را جذب کرده اند

مخاطبین نسبت به محتوای پوشاک کمترین بازخورد را از
خود نشان داده اند.

نسبت به محتوای تصویری (عکس) تولید شده به طور متوسط بین
10 تا 20 درصد از مخاطبین واکنش نشان داده اند.

نسبت به محتوای ویدئویی (کلیپ) تولید شده به طور متوسط بین 90
تا 130 درصد از مخاطبین واکنش نشان داده اند.



انگیزش های گرایش مادران به بلاگری

تلاش برای کسب
اعتبار اجتماعی

مشکلات فرهنگی،
اجتماعی

مشکلات خانوادگی

مشکلات اقتصادی

تلاش برای طرح فرزند
در فضای مجازی

سرگرم شدن و لذت
بردن فرزند از فضای
مجازی

تلاش برای کسب
موفقیت های اقتصادی



رفتار بلاگرهای ایرانی با هیچ ساختار و ضابطه‌های فرهنگ جهانی همخوانی ندارد، آن‌ها با...

فحش دادن

ساخت کلیپ‌هایی با محتوای جنسی

استفاده از کودکان در محتواهای تبلیغی و حتی رقاصیدن آنها

برای کسب درآمد و تبلیغات با هیچ قانون و ضابطه‌ای در غربی‌ترین و اروپایی‌ترین فرهنگ ممکن هم نمی‌خواند.



ساخت کلیپ‌هایی با محتوای جنسی



این ابتذال رو پاک کنی هم «دافی»!

«دافی» تنها یک آهنگ مبتذل نیست. این آهنگ که چندوقتی است در شبکه‌های اجتماعی وایرال شده، آهنگ تبلیغاتی «شرکت لوازم بهداشتی دافی» از آب درآمد؛ تبلیغاتی که زیر سایه قانون انجام می‌گیرد!

سانتی مانتال‌های اجاره‌ای!



هزاران اینفلوئنسر و بلاگر ساکن ایران در اینستاگرام فعال هستند و سالیانه هر کدام از آنها صدها میلیون و میلیاردها تومان درآمد بدون پرداخت مالیات کسب می‌کنند؛ چند کشور می‌توان نام برد که چنین اقشاری با درآمدهای بالا مشغول فعالیت هستند و از آنها مالیاتی گرفته نمی‌شود؟

اثرات منفی بلاگرها

از اثرات منفی بلاگرها می‌شود لیست و طومار بلندبالایی نوشت اما اگر بخواهیم چندبخش عمده از اثرات اجتماعی آنها روی مردم و به خصوص نسل جوان بنویسیم به این موارد می‌رسیم.

حسرت زدگی

شاید اولین تاثیر اجتماعی منفی بلاگرهای ایرانی در فضای شبکه‌های اجتماعی «حسرت‌زدگی» است. توجه بسیاری از بلاگرها از حسرت‌برانگیز بودن عکس‌هایشان این است که ما تنها خوشی‌هایمان را به اشتراک می‌گذاریم اما باید گفت که این چنین نیست. انتشار عکس‌های گاهی غیر واقعی و البته طراحی شده تنها یک دلیل وجود دارد آن هم حسرت زدگی مخاطب است. و مخاطب حسرت زده هر روز او را دنبال می‌کند تا با خبر شود در زندگی نمایشی بلاگرها چه چیزهایی می‌گذرد که او حتی ممکن است اسم‌شان را هم نشنیده باشد.



ترویج تجملگرایی



بلاگرها نه تنها استانداردهای زندگی متوسط و روبه‌بالا را جا به جا می‌کنند بلکه روی استانداردهای قشر ضعیف تاثیر می‌گذارند و تجمل را در کوچکترین جزئیات به خصوص در برگزاری مراسم‌های مختلف از جمله مراسم ازدواج و تولد وارد زندگی آن‌ها می‌کنند. بدیهی جلوه‌دادن برخی رفتارهای تجملگرایانه مثل رزرو رستوران‌های مختلف یا آکسسوارهای گرانبه‌تر در تولد که تا چندسال پیش در عمده مراسم‌ها وجود نداشت این روزها شبیه به امر بدیهی به نظر می‌رسد.

کم کردن جرات ازدواج

نتیجه بسیاری از بریز و بیاش‌های بلاگرنا تغییرات ذائقه بسیاری از دختران و پسران در سن ازدواج است که حتی منجر به آسیب به آنها هم شده‌است. بسیاری از دخترخانم‌ها و آقای‌ها با توجه به نیازسازی‌های ایجاد از سوی بلاگرناها احساس می‌کنند به انجام یک سری مراسم‌های زیادی و یا خریدهای ترویجی و عرفی شده نیاز نیاز دارند. چیزی که عملاً ازدواج را سخت می‌کند.



ترویج رفتارهای غلط

چالش‌های بلاگرها و نوع پوشش و حتی رفتارهای آنها به شکل دائمی و تکرار شونده در شبکه سبب ترویج آنها خواهد شد به گونه‌ای که بعد از مدتی شبیه به نوعی رفتار عادی اجتماعی می‌شود و این چیزی جز تقلیل شخصیتی نیست. نوع لباس، نوع حرف زدن، نوع روابط زن و شوهری و حتی خانوادگی و حتی مادر فرزندی از جمله چیزهایی است که بلاگرها و افرادی روی آن مانور می‌دهند.



خسارت به صاحبان کسب و کار



باوجود همه مضراتی که بلاگرها دارند بسیاری از فروشگاههای اینترنتی و مجازی که از طریق شبکههای اجتماعی فروش و درآمد دارند برای دیده شدن و جذب مخاطب ناچار به تبلیغ دادن به بلاگرها هستند. اما این همکاری چندان هم به سود کسب وکارها نیست و در بسیاری موارد به ضررشان تمام می شود. چون خسارات زیادی می بینند.

سوخت سرمایه

به گفته صاحبان کسب و کار که در چند وقت اخیر اعتراضاتشان را اعلام کرده‌اند در بسیاری از موارد با اینکه تمام تلاششان را کرده‌اند و هزینه سنگینی را پرداخته‌اند هزینه‌شان سوخت شده و بلاگرها خلاف ادعاهایش نمی‌تواند قدرت تبلیغ و نفوذ خوبی ندارد تا دنبال کنندگانش را دعوت کند.



سفیران مصرفگرایی



خریدکن، بخر، بپوش، بخور و عکس بگیر و منتشر کن. اگر محتوای صفحه بلاگرها را بررسی کنید، آن‌ها یا در حال خرید هستند. یا در حال خوردن و عکس گرفتن با لباس‌های تازه‌شان و در بهترین حالت آدرس رستوران و مزون لباسی را که بابتش حسابی پول گرفته‌اند را به شما بگویند. سفیران مصرفگرایی که مخاطبان‌شان شریک حسرت بریزو بیاش‌هایشان می‌کنند.

پوچگرایی و پولداری



هرچه پوچتر، پولدارتر، هرچه بی‌بندوبارتر مشهورتر. این قصه کوتاه و پردرد بلاگرنماهای ایرانی‌ست. حداقل تولید محتوا با دم‌دستی‌ترین چیزها وقتی به اندازه کافی پول در جیب بلاگر می‌ریزد چرا این کار را انجام ندهد؟ وقتی با پوچی و بدون هیچ کار مفید می‌شود پولدار شد چرا باید زحمت کشید و به کار سختی مشغول شد که حتی عاید‌ه‌اش یک دهم این پول نداشته باشد.

نتیجه گیری

-سبک زندگی (لایف استایل)، فشن مد و زیبایی بیشترین توجه را در میان بلاگرهای خانم دارد.

-بلاگرهایی که بیشترین تأثیر را در حوزه بلاگری دارند، فعالیتشان محور طنز، زیبایی و سبک زندگی را شامل می شود.

-بلاگرهایی که به درجه ای از شهرت و اعتبار میرسند، برای گذشتن از برخی هنجارها ترجیح به ادامه فعالیت در خارج از کشور دارند.

-به دلیل جذابیتها و درآمد بالای بلاگری، در سالهای اخیر اقبال زیادی به این موضوع مخصوصا در میان خانمها و زوج های جوان مشاهده می شود.

-بلاگرها به دلیل نفوذ زیاد در لایه های مختلف اجتماعی جامعه قدرت ایجاد تغییر در سبک زندگی، نوع تغذیه، نوع پوشاک، شیوه گفتار و تعامل اجتماعی و ... را دارند.



گزارش تایم علیه اینفلوئنسرها و کسانی که زیاد حرف می‌زنند....



طرح جدید مجله‌ی تایم علیه بسیاری از اینفلوئنسرها، بلاگرها و همه کسانی است که در اینستاگرام و توئیتر و دیگر شبکه‌های مجازی مرتباً نوشته‌هایی می‌گذارند و حرف می‌زنند تا فالوور جذب کنند و خودی نشان دهند.

در گزارش اصلی این شماره مجله تایم آمده است: «ما در دنیایی زندگی می‌کنیم که زیاد حرف زدن را تشویق و تقاضا می‌کند. ما می‌توانیم یک میلیون فالوئر در توئیتر جذب کنیم، در اینستاگرام اینفلوئنسر شویم، ویدیویی منتشر کنیم که وایرال شود. ما توپیت می‌کنیم فقط برای آنکه توپیت کرده باشیم، حرف می‌زنیم فقط برای آنکه حرف زده باشیم. با این حال بسیاری از قوی‌ترین و موفق‌ترین مردم دقیقاً عکس آن عمل می‌کنند. به جای آنکه در جستجوی توجه باشند از کانون توجهات دوری می‌کنند. وقتی از آنها خواسته می‌شود سخن بگویند دقت می‌کنند.»

بولتن آماری تحلیلی رهنما

<https://www.badbadakha.ir>

<https://virgool.io>

<https://www.borna.news>

<https://www.farsnews.ir/news/14020323000384>

