

Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου

Σχολή Θετικών και Εφαρμοσμένων Επιστημών

Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών
Κοινωνικά Πληροφοριακά Συστήματα

Μεταπτυχιακή Διατριβή



**Η Αναπαράσταση του Εαυτού στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης:
Η Εξιστόρηση της Καθημερινότητας των Διασήμεων.**

Πάυλος Μεταξάς

Επιβλέπουσα Καθηγήτρια
Ιωάννα Βώβου

Ιανουάριος, 2018

Ανοικτό Πανεπιστήμιο Κύπρου

Σχολή Θετικών και Εφαρμοσμένων Επιστημών

**Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών
Κοινωνικά Πληροφοριακά Συστήματα**

Μεταπτυχιακή Διατριβή

**Η Αναπαράσταση του Εαυτού στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης:
Η Εξιστόρηση της Καθημερινότητας των Διασήμων.**

Πάυλος Μεταξάς

**Επιβλέπουσα Καθηγήτρια
Ιωάννα Βώβου**

Η παρούσα μεταπτυχιακή διατριβή υποβλήθηκε προς μερική εκπλήρωση των απαιτήσεων για απόκτηση μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών στα Κοινωνικά Πληροφοριακά Συστήματα από τη Σχολή Θετικών και Εφαρμοσμένων Επιστημών του Ανοικτού Πανεπιστημίου Κύπρου.

Ιανουάριος, 2018

Περίληψη

Η ανάπτυξη του διαδικτύου και παράλληλα η εμφάνιση ισχυρότερων υπολογιστικών συστημάτων με χαμηλότερο κόστος συνετέλεσαν στην εμφάνιση και τη δημιουργία ουκ ολίγων μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Ο άνθρωπος ως κοινωνικό ον πάντα αναζητούσε την επικοινωνία και την κοινωνικοποίηση και για αυτό ξεκίνησε η δημιουργία των διαδικτυακών κοινοτήτων. Η διαμεσολαβημένη επικοινωνία μέσω αυτών των διαδικτυακών κοινοτήτων δίνει τη δυνατότητα στους χρήστες να αλληλεπιδρούν με άλλους χρήστες. Ένας τρόπος επικοινωνίας στις διαδικτυακές πλατφόρμες είναι και η αυτοπαρουσίαση του εαυτού. Υπάρχουν πολλοί τρόποι αυτοπαρουσίασης ενός ατόμου, ένας από αυτούς είναι μέσω των φωτογραφιών. Μια διαδικτυακή κοινότητα η οποία εξειδικεύεται στις φωτογραφίες είναι το Instagram, 800 εκατομμύρια και πλέον χρήστες επιλέγουν αυτό το μέσο κοινωνικής δικτύωσης για να αυτοπαρουσιαστούν, μεταξύ αυτών και διάσημες προσωπικότητες. Στην παρούσα μεταπτυχιακή διατριβή ως διάσημες προσωπικότητες ορίζονται τα άτομα με τους περισσότερους ακόλουθους στο Instagram.

Στα πλαίσια διεξαγωγής της παρούσας μεταπτυχιακής διατριβής, πραγματοποιήθηκε αποκωδικοποίηση 50 φωτογραφιών, εμπνευσμένη από τη σημειολογική κατηγοριοποίηση του R. Barthes και στη συνέχεια η ποσοτικοποίηση των δεδομένων και ευρημάτων. Επιλέχθηκαν οι δέκα διάσημες προσωπικότητες με βάση αυτές με τους περισσότερους ακόλουθους στο μέσο κοινωνικής δικτύωσης Instagram. Στη συνέχεια εντοπίστηκαν οι πέντε φωτογραφίες από τον κάθε λογαριασμό με τα περισσότερα likes. Σκοπός της έρευνας είναι να παρατηρηθεί ο τρόπος με τον οποίο οι διάσημες προσωπικότητες αυτοπαρουσιάζονται μέσω των φωτογραφιών τους, μεταξύ άλλων, σε ποιες τοποθεσίες επιλέγουν να βγάλουν φωτογραφίες και με ποια άτομα συνηθίζουν να φωτογραφίζονται. Στόχος της έρευνας είναι να εντοπίσει πως επιλέγουν οι διάσημες προσωπικότητες να αυτοπαρουσιάζονται στο μέσο κοινωνικής δικτύωσης Instagram. Η παρούσα έρευνα αποσκοπεί στο να καταγράψει τους τρόπους με τους οποίους αυτοπαρουσιάζονται οι διάσημες προσωπικότητες, για το λόγο ότι, η συγκεκριμένη κατηγορία χρηστών διαμορφώνει συγκεκριμένες τάσεις οι οποίες βρίσκουν απήχηση στη δημόσια σφαίρα.

Τα αποτελέσματα της έρευνας κατέδειξαν ότι οι διάσημες προσωπικότητες προτιμούν κυρίως να αυτοπαρουσιάζονται μόνοι τους. Παράλληλα, επιλέγουν να αυτοπαρουσιάζουν σε μεγάλο βαθμό την ιδιωτική τους ζωή και σε μικρότερο βαθμό την επαγγελματική τους. Ακόμη, δεν προτιμούν να αυτοπαρουσιάζονται με αισθησιακές φωτογραφίες. Επίσης, αυτοπαρουσιάζονται κυρίως σε ιδιωτικό χώρο και όχι σε δημόσιο. Επιπρόσθετα, οι διάσημες προσωπικότητες επιλέγουν κυρίως

να αυτοπαρουσιάζονται με φωτογραφίες χωρίς ιδιαίτερη επεξεργασία, δηλαδή προτιμούν να υπάρχει ένα «φυσικό» αποτέλεσμα στις φωτογραφίες τους, και τέλος, οι διάσημες προσωπικότητες δεν επιλέγουν να αυτοπαρουσιάζονται σε μεγάλο βαθμό με selfies.

Summary

The development of the internet and the emergence of more powerful computing systems at lower cost have contributed to the emergence and creation of social media tools. Man as a social being has always sought communication and socialization and that is why the creation of online communities began. Mediated communication through these online communities enables users to interact with other users. A characteristic of the interaction is the self-representation. There are many ways that a person can represent his self; one of them is through the photographs. An online community that specializes in the photos is Instagram; with more than 800 million users choosing this social network for self-representation including famous people.

In the framework of this postgraduate thesis; decoding and quantitation of 50 photographs was carried out. Ten celebrities with the most followers in the social network of Instagram were chosen. Then, the five most liked photos were found from each of the ten celebrities accounts. The purpose of the research is to observe the way that famous celebrities present themselves through their photographs; among other things; in which locations they choose to take pictures, and with whom they are used to being photographed. The aim of the research is to identify and record the ways that famous celebrities choose to show themselves in the social network of Instagram. The present study aims to record the ways in which celebrities present themselves, because this category of users focuses on promoting themselves via social networks, therefore the ways in which they present themselves can help us to understand the methods in which a user can present himself more effectively in social media.

The results of the research have shown that, celebrities prefer mainly to present themselves on their own in the photos. At the same time, they choose to present their personal life more in relation to their professional career and they do not prefer to present themselves with sensual photos. Also, they are mainly presenting themselves in private places and not so much in public places. In addition, celebrities choose mainly to present themselves without any editing in the photos and finally, most of the celebrities do not choose to represent themselves with selfies.

Ευχαριστίες

Θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά την επιβλέπουσα καθηγήτρια μου κυρία Ιωάννα Βώβου για τη βοήθεια της καθώς και για το θέμα της παρούσας μεταπτυχιακής διατριβής. Η ενασχόληση μου στην παρούσα μεταπτυχιακή διατριβή με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και δη του Instagram, καθώς και με την ανάλυση φωτογραφιών, δύο στοιχεία που με ενδιαφέρουν πολύ, μου έδωσε την ώθηση να ασχοληθώ με πάθος για αρκετές συνεχόμενες ώρες έτσι ώστε να γίνει κατορθωτή η ολοκλήρωση της.

Ακόμη, ευχαριστώ την οικογένεια μου και τον βαφτιστικό μου για την υπομονή που έδειξαν τα τελευταία τρία χρόνια μέχρι την ολοκλήρωση του μεταπτυχιακού μου.

Τέλος, θα ήθελα να ευχαριστήσω τους συναδέλφους μου Αντωνία, Ελένη και Σταμάτιο καθώς και τον φίλο μου Νικόλα τον γαμπρό μου Αντρέα και την αδερφή μου Νίκη για τη βοήθεια και την υποστήριξη που μου έδειξαν κατά τη διάρκεια εκπόνησης της παρούσας μεταπτυχιακής διατριβής.

Περιεχόμενα

Ευχαριστίες.....	vi
Περιεχόμενα	vii
Εικόνες – Πίνακες – Διαγράμματα.....	ix
Κεφάλαιο 1 - Εισαγωγή.....	1
1.1 Αντικείμενο – Σκοπός.....	1
1.2 Ενότητες Κεφαλαίων	2
Κεφάλαιο 2 – Θεωρητικό Πλαίσιο	3
2.1 Κοινωνικά δίκτυα	3
2.2 Ιστότοποι Κοινωνικής δικτύωσης: η περίπτωση του Instagram	6
2.2.1 Ιστορικό του Instagram.....	6
2.2.2 Χαρακτηριστικά του Instagram	6
2.3 Η περίπτωση των Selfies.....	8
2.3.1 Αυτοπαρουσίαση και Selfie.....	8
2.4 Η πρόσωπο με πρόσωπο επικοινωνία	9
2.5 Η διαμεσολαβημένη επικοινωνία	10
2.6 Κοινότητες (Communities).....	15
2.6.1 Κοινότητα.....	15
2.6.2 Διαδικτυακή κοινότητα (Online Community)	16
2.6.3 Κοινωνικοποίηση και ρόλοι εντός των διαδικτυακών κοινοτήτων	17
2.6.3.1. Ρόλοι εντός των διαδικτυακών κοινοτήτων	18
2.7 Η αυτοπαρουσίαση του εαυτού στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης	21
Κεφάλαιο 3- Μεθοδολογία της έρευνας	26
3.1 Ερευνητικά ερωτήματα	26
3.2 Εργαλεία και συλλογή δεδομένων έρευνας	27
3.2.1 Εργαλεία έρευνας.....	27
3.2.2 Συλλογή Δεδομένων έρευνας.....	27
3.3 Δείγμα Δεδομένων	30
Κεφάλαιο 4 – Ανάλυση Φωτογραφιών Διάσημων Προσωπικότητων	31
4.1 Σημειωτική Ανάλυση.....	31
4.1.1 Κώδικες.....	33
4.1.2 Σημεία	33
4.1.3 Καταδήλωση και Συμπαράδηλωση.....	33

4.2	Ανάλυση φωτογραφίας σύμφωνα με τον Barthes	34
4.3	Ανάλυση φωτογραφιών	36
4.3.1	Selena Gomez.....	37
4.3.2	Christiano Ronaldo	46
4.3.3	Arianna Grande.....	53
4.3.4	Beyonce.....	61
4.3.5	Kim Kardashian	68
4.3.6	Taylor Swift.....	75
4.3.7	Kylie Jenner	80
4.3.8	therock	87
4.3.9	Justin Bieber.....	94
4.3.10	Kendall Jenner	100
4.4	Πίνακας Κωδικοποίησης	105
4.5	Ανάλυση Αποτελεσμάτων.....	112
4.5.1	Ιδιωτική φωτογράφιση.....	112
4.5.2	Επαγγελματική φωτογράφιση.....	112
4.5.3	Άτομα τα οποία συμπεριλαμβάνονται στις φωτογραφίες.....	113
4.5.4	Αισθησιακή φωτογράφιση	115
4.5.5	Τόπος φωτογράφισης: Δημόσιος/Ιδιωτικός.....	116
4.5.6	Επεξεργασία φωτογραφίας.....	117
4.5.7	Selfie	117
	Κεφάλαιο 5 – Συμπεράσματα-Επίλογος	119
5.1	Συμπεράσματα της έρευνας.....	119
5.2	Συνεισφορά στην έρευνα	121
5.3	Ερευνητικές Προοπτικές.....	121
	Βιβλιογραφία	121

Εικόνες – Πίνακες – Διαγράμματα

Εικόνες

Εικόνα 1: Χρονοδιάγραμμα έναρξης των πιο γνωστών κοινωνικών δικτύων (Boyd & Ellison 2008)....	4
Εικόνα 2: Οι τεχνολογικές δυνατότητες της CMC επικοινωνίας (Brennan & Lockridge 2006).....	12
Εικόνα 3: Οφέλη των ηλεκτρονικών κοινοτήτων για το άτομο (Iriberti & Leroy 2009).....	18
Εικόνα 4 : Οι ρόλοι που παράγουν αξία σε μια διαδικτυακή κοινότητα (Seraj 2012).....	20
Εικόνα 6: Διαδικασία συλλογής δεδομένων από το εργαλείο Popsters (Anon 2017b.).....	29
Εικόνα 7: Το σημειωτικό τρίγωνο, όπως περιγράφεται από τον Saussure (Anon 2017c).....	32
Εικόνα 8: 1 ^η ανάρτηση Selena Gomez.....	37
Εικόνα 9: 2 ^η ανάρτηση Selena Gomez.....	40
Εικόνα 10: 3 ^η ανάρτηση Selena Gomez.....	41
Εικόνα 11: 4 ^η ανάρτηση Selena Gomez.....	42
Εικόνα 12: 5 ^η ανάρτηση Selena Gomez.....	44
Εικόνα 13: 1 ^η ανάρτηση Cristiano Ronaldo.....	46
Εικόνα 14: 2 ^η ανάρτηση Cristiano Ronaldo.....	47
Εικόνα 15: 3 ^η ανάρτηση Cristiano Ronaldo.....	49
Εικόνα 16: 4 ^η ανάρτηση Cristiano Ronaldo.....	50
Εικόνα 17: 5 ^η ανάρτηση Cristiano Ronaldo.....	51
Εικόνα 18: 1 ^η ανάρτηση Arianna Grande.....	53
Εικόνα 19: 2 ^η ανάρτηση Arianna Grande.....	54
Εικόνα 20: 3 ^η ανάρτηση Arianna Grande.....	56
Εικόνα 21: 4 ^η ανάρτηση Arianna Grande.....	58
Εικόνα 22: 5 ^η ανάρτηση Arianna Grande.....	59
Εικόνα 23: 1 ^η ανάρτηση Beyonce.....	61
Εικόνα 24: 2 ^η ανάρτηση Beyonce.....	62
Εικόνα 25: 3 ^η ανάρτηση Beyonce.....	64
Εικόνα 26: 4 ^η ανάρτηση Beyonce.....	65
Εικόνα 27: 5 ^η ανάρτηση Beyonce.....	66
Εικόνα 28: 1 ^η ανάρτηση Kim Kardashian.....	68
Εικόνα 29: 2 ^η ανάρτηση Kim Kardashian.....	69
Εικόνα 30: 3 ^η ανάρτηση Kim Kardashian.....	71
Εικόνα 31: 4 ^η ανάρτηση Kim Kardashian.....	72
Εικόνα 32: 5 ^η ανάρτηση Kim Kardashian.....	73
Εικόνα 33: 1 ^η ανάρτηση Taylor Swift.....	75
Εικόνα 34: 2 ^η ανάρτηση Taylor Swift.....	76
Εικόνα 35: 3 ^η ανάρτηση Taylor Swift.....	77
Εικόνα 36: 4 ^η ανάρτηση Taylor Swift.....	78
Εικόνα 37: 5 ^η ανάρτηση Taylor Swift.....	79
Εικόνα 38: 1 ^η ανάρτηση Kylie Jenner.....	80
Εικόνα 39: 2 ^η ανάρτηση Kylie Jenner.....	81
Εικόνα 40: 3 ^η ανάρτηση Kylie Jenner.....	83
Εικόνα 41: 4 ^η ανάρτηση Kylie Jenner.....	84
Εικόνα 42: 5 ^η ανάρτηση Kylie Jenner.....	85

Εικόνα 43: 1 ^η ανάρτηση therock.....	87
Εικόνα 44: 2 ^η ανάρτηση therock.....	88
Εικόνα 45: 3 ^η ανάρτηση therock.....	89
Εικόνα 46: 4 ^η ανάρτηση therock.....	91
Εικόνα 47: 5 ^η ανάρτηση therock.....	92
Εικόνα 48: 1 ^η ανάρτηση Justin Bieber	94
Εικόνα 49: 2 ^η ανάρτηση Justin Bieber	95
Εικόνα 50: 3 ^η ανάρτηση Justin Bieber	96
Εικόνα 51: 4 ^η ανάρτηση Justin Bieber	97
Εικόνα 52: 5 ^η ανάρτηση Justin Bieber	98
Εικόνα 53: 1 ^η ανάρτηση Kendall Jenner.....	100
Εικόνα 54: 2 ^η ανάρτηση Kendall Jenner.....	101
Εικόνα 55: 3 ^η ανάρτηση Kendall Jenner.....	102
Εικόνα 56: 4 ^η ανάρτηση Kendall Jenner.....	103
Εικόνα 57: 5 ^η ανάρτηση Kendall Jenner.....	104

Πίνακες

Πίνακας 1: Κωδικοποίηση Αυτοπαρουσίασης Διασήμων	106
--	-----

Διαγράμματα

Διάγραμμα 1	114
Διάγραμμα 2	116
Διάγραμμα 3	118

Κεφάλαιο 1

Εισαγωγή

1.1 Αντικείμενο – Σκοπός

Αναμφίβολα ο άνθρωπος ως κοινωνικό ον έχει την ανάγκη να αυτοπροβληθεί με σκοπό να αλληλεπιδράσει αλλά και να κοινωνικοποιηθεί με τους συνανθρώπους του. Οι παλαιότερες γενιές κρατούσαν σημειώσεις στα ημερολόγια. Σήμερα, γράφουμε στον τοίχο του Facebook, ανεβάζουμε φωτογραφίες στο Instagram ή στο Snapchat και κάποιοι ανεβάζουν τις προσωπικές τους στιγμές στο YouTube, τα λεγόμενα vlogs, δηλαδή τα virtual blogs τα οποία συμπεριλαμβάνουν ήχο και εικόνα.

Το διαδίκτυο και οι νέες τεχνολογίες που εισέβαλαν στην καθημερινότητα μας έχουν αλλάξει τον τρόπο επικοινωνίας αλλά και τον τρόπο που αυτοπαρουσιάζομαστε. Η ανάγκη για επικοινωνία έχει αυξηθεί όπως επίσης και ο τρόπος επικοινωνίας έχει διαμορφωθεί και εξελιχθεί σύμφωνα με τις νέες τεχνολογικές τάσεις. Η όλο και αυξανόμενη επιθυμία του ανθρώπου για άμεση επικοινωνία και παράλληλα η εμφάνιση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης οδήγησε στο να δημιουργηθούν πλατφόρμες οι οποίες επιτρέπουν στο χρήστη να αναπτύξει το δικό του προσωπικό προφίλ και μέσα από αυτό να κοινωνικοποιείται και να αυτοπαρουσιάζεται με πληθώρα τρόπους, είτε μέσω κειμένου, μιας φωτογραφίας ή μέσω εικόνων και εικονιδίων. Οι χρήστες των κοινωνικών δικτύων με τα εργαλεία που διαθέτουν οι διαδικτυακές πλατφόρμες πλέον έχουν τον έλεγχο της αυτοπαρουσίασης τους σε μεγαλύτερο βαθμό σε σχέση με τις διαπροσωπικές σχέσεις όπου παρουσιάζεται ο «αυθεντικός» εαυτός.

Σκοπός της παρούσας μεταπτυχιακής διατριβής είναι να εξετάσει με ποιους τρόπους πραγματοποιείται η αυτοπαρουσίαση των «ψηφιακών» ανθρώπων και πιο συγκεκριμένα των διάσημων προσωπικοτήτων στο μέσω κοινωνικής δικτύωσης Instagram.

Τα μεθοδολογικά εργαλεία για την πραγματοποίηση της έρευνάς μας είναι η αποκωδικοποίηση των φωτογραφιών, εμπνευσμένη από τη σημειολογική κατηγοριοποίηση του R. Barthes και στη συνέχεια η ποσοτικοποίηση των δεδομένων και ευρημάτων συνολικά 50 φωτογραφιών από

λογαριασμούς που διατηρούν δέκα διάσημες προσωπικότητες οι οποίες έχουν τους περισσότερους ακόλουθους στο μέσω κοινωνικής δικτύωσης το Instagram.

1.2 Ενότητες Κεφαλαίων

Η παρούσα διατριβή αποτελείται από πέντε κεφάλαια. Στο παρόν κεφάλαιο αναφέρεται η εισαγωγή, το αντικείμενο και ο σκοπός της μεταπτυχιακής διατριβής και παρουσιάζονται περιληπτικά τα χαρακτηριστικά του κάθε κεφαλαίου τα οποία θα αναπτυχθούν στην πορεία της εργασίας.

Στο δεύτερο κεφάλαιο παρουσιάζεται το θεωρητικό πλαίσιο της έρευνας έπειτα από μια βιβλιογραφική ανασκόπηση. Αρχικά αναλύονται οι όροι των κοινωνικών δικτύων και στη συνέχεια παρουσιάζεται το κοινωνικό δίκτυο Instagram και οι δυνατότητες και τα χαρακτηριστικά που παρέχει στο χρήστη. Έπειτα, αναλύεται ο καινούργιος τρόπος αυτοπαρουσίασης που είναι μέσω των selfie's. Στη συνέχεια, αποσαφηνίζεται η έννοια της πρόσωπο με πρόσωπο επικοινωνίας καθώς και η διαδικτυακή επικοινωνία. Επίσης, γίνεται αναφορά στη διαμεσολαβημένη επικοινωνία η οποία έχει σημαντικό ρόλο στο σύγχρονο τρόπο επικοινωνίας των ανθρώπων. Στη συνέχεια, αναφέρονται και αναλύονται οι όροι της κοινότητας, της διαδικτυακής κοινότητας καθώς και ο τρόπος κοινωνικοποίησης και οι ρόλοι που υπάρχουν εντός μιας διαδικτυακής κοινότητας. Τέλος, γίνεται αναφορά στην αυτοπαρουσίαση του εαυτού στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Στο τρίτο κεφάλαιο παρουσιάζεται αναλυτικά ο σχεδιασμός της έρευνας που αναπτύχθηκε. Επίσης, γίνεται αναφορά στον τρόπο συλλογής των δεδομένων, τα εργαλεία που χρησιμοποιήθηκαν, καθώς και η μέθοδος ανάλυσης των δεδομένων που ακολουθήθηκε.

Στο τέταρτο κεφάλαιο γίνεται αναφορά στη σημειωτική προσέγγιση και παρουσιάζεται η ανάλυση 50 φωτογραφιών που πραγματοποιήθηκε σε λογαριασμούς δέκα διάσημων προσωπικοτήτων που χρησιμοποιούν το Instagram ως μέσο για την αυτοπαρουσίαση τους. Επιλέχθηκαν για ανάλυση οι πέντε φωτογραφίες από τον κάθε λογαριασμό οι οποίες έχουν τα περισσότερα likes κατά τη χρονική περίοδο που πραγματοποιείται η παρούσα έρευνα. Επίσης, πραγματοποιείται διερεύνηση στον τρόπο που διηγούνται/σκηνοθετούν τη ζωή τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, για παράδειγμα, μέσω μίας selfie, στις διακοπές τους, στην εργασία τους. Στη συνέχεια, παρουσιάζεται πίνακας κωδικοποίησης με συγκεντρωμένα όλα τα δεδομένα τα οποία στη συνέχεια αναλύθηκαν. Τέλος, στο πέμπτο κεφάλαιο συνοψίζονται όλα τα αποτελέσματα της μεταπτυχιακής διατριβής.

Κεφάλαιο 2

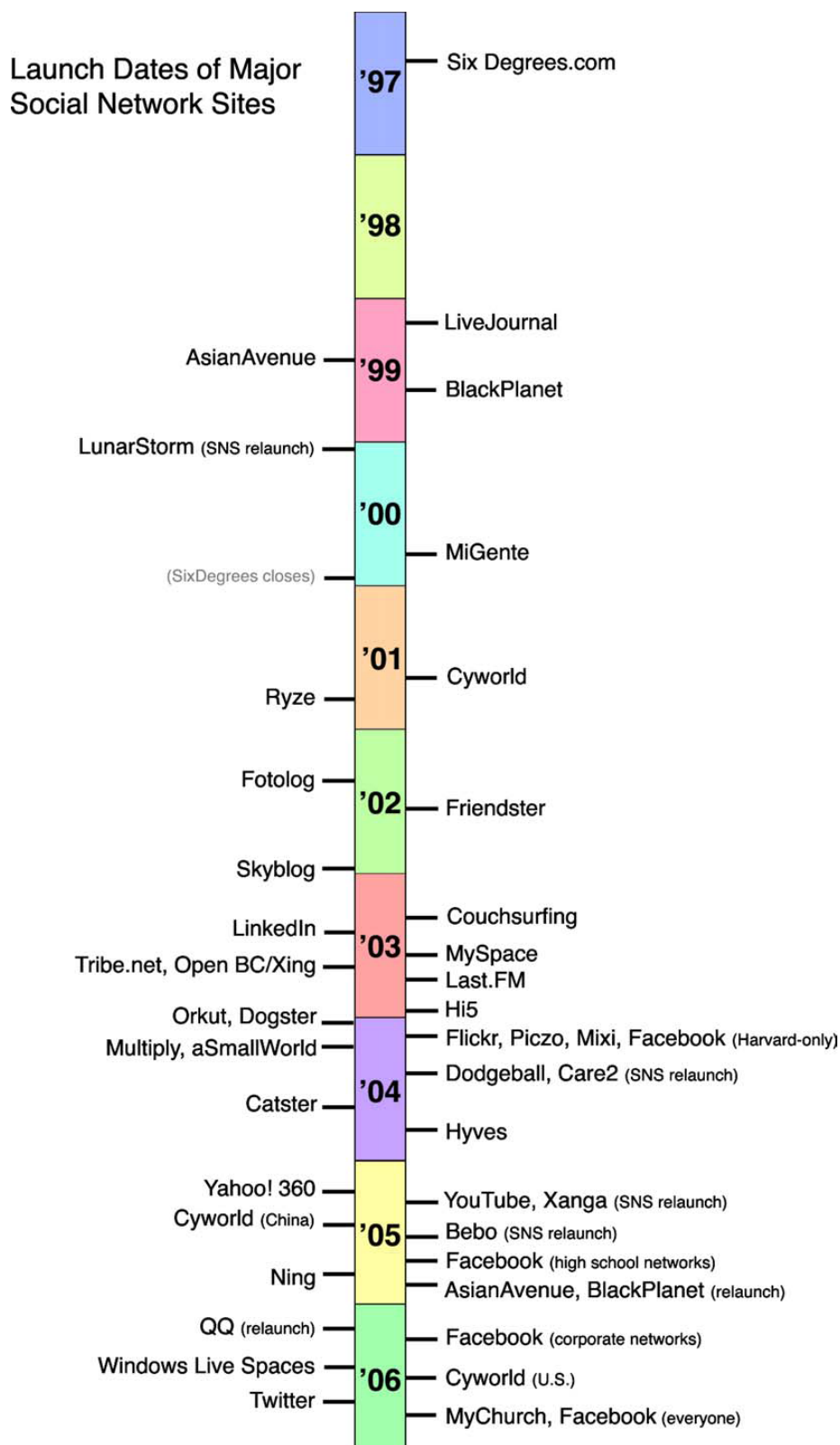
Θεωρητικό Πλαίσιο

Στο παρόν κεφάλαιο πραγματοποιείται η ανασκόπηση της βιβλιογραφίας και αποσαφηνίζονται οι ορισμοί όπως, τα κοινωνικά δίκτυα, το Instagram, οι selfies, καθώς και η πρόσωπο με πρόσωπο επικοινωνία και η διαμεσολαβημένη επικοινωνία. Στη συνέχεια γίνεται αναφορά σε ορισμούς όπως, η κοινότητες, οι διαδικτυακές κοινότητες, καθώς και ο τρόπος κοινωνικοποίησης και οι ρόλοι που υπάρχουν σε μια διαδικτυακή κοινότητα. Επίσης, γίνεται αναφορά γενικότερα στην αυτοπαρουσίαση του εαυτού στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης καθώς και με ποιούς τρόπους πραγματοποιείται.

2.1 Κοινωνικά δίκτυα

Τα κοινωνικά δίκτυα δίνουν τη δυνατότητα στους χρήστες να παρουσιάζουν τον εαυτό τους φτιάχνοντας προσωπικό προφίλ και στη συνέχεια να επικοινωνούν και να μοιράζονται πληροφορίες με τους διαδικτυακούς τους φίλους.

Τα σύγχρονα κοινωνικά δίκτυα άρχισαν να κάνουν την εμφάνιση τους το 1997 με το Six Degrees.com, στη συνέχεια όπως φαίνεται και στην πιο κάτω εικόνα (βλ. εικ.1) ακολούθησαν και αναπτύχθηκαν και άλλα κοινωνικά δίκτυα, φθάνοντας στο 2003 όπου εμφανίστηκαν δημοφιλή δίκτυα όπως, το LinkedIn, το MySpace και το Hi5 (Boyd & Ellison 2008). Το 2004 εμφανίστηκε το δημοφιλέστερο κοινωνικό δίκτυο για το έτος 2017 το Facebook. Το 2005 παρουσιάστηκε στους χρήστες το YouTube το δεύτερο δημοφιλέστερο. Στη συνέχεια ακολούθησε το Twitter το 2006 το οποίο είναι το τέταρτο δημοφιλέστερο και τέλος το Instagram το 2010 το οποίο είναι το τρίτο δημοφιλέστερο κοινωνικό δίκτυο το 2017 (Kallas 2017).



Εικόνα 1: Χρονοδιάγραμμα έναρξης των πιο γνωστών κοινωνικών δικτύων (Boyd & Ellison 2008).

Υπάρχουν διάφοροι ορισμοί που χρησιμοποιούνται στη διεθνή βιβλιογραφία για να περιγράψουν τι είναι τα κοινωνικά δίκτυα. Οι περισσότεροι ερευνητές καταλήγουν να συμφωνούν τουλάχιστον για τα κύρια χαρακτηριστικά που περιγράφουν ένα κοινωνικό δίκτυο. Παρακάτω, θα εξεταστούν μερικοί από τους ορισμούς που δίδονται από διάφορους ερευνητές.

Οι Boyd & Ellison (2008) ορίζουν τα κοινωνικά δίκτυα ως υπηρεσίες μέσω του διαδικτύου που επιτρέπουν στα άτομα να: α) να δημιουργήσουν ένα δημόσιο ή ημι-δημόσιο προφίλ στα πλαίσια ενός συστήματος. β) να έχουν μια λίστα με τους χρήστες με τους οποίους να υπάρχει μια μορφή συνδεσιμότητας και γ) να έχουν τη δυνατότητα να βλέπουν τη λίστα με τις συνδέσεις τους καθώς και να μπορούν να τη μοιράζονται με τους χρήστες και να ισχύει και το αντίθετο, δηλαδή να μπορούν να βλέπουν τις λίστες των υπόλοιπων χρηστών. Σύμφωνα με τους Kaplan & Haenlein (Kaplan & Haenlein 2010), τα κοινωνικά δίκτυα ορίζονται ως οι εφαρμογές οι οποίες επιτρέπουν στους χρήστες να αλληλεπιδράσουν δημιουργώντας προφίλ με τα προσωπικά τους στοιχεία έχοντας τη δυνατότητα να καλέσουν φίλους τους να έχουν πρόσβαση σε αυτά και στη συνέχεια να επικοινωνούν με άμεσα μηνύματα (instant messages). Τα προσωπικά προφίλ μπορούν να συμπεριλαμβάνουν πολλά είδη πληροφορίας, όπως φωτογραφίες, βίντεο, μουσική και ιστολόγια (Boyd & Ellison 2008).

Σύμφωνα με τον Mayfield (2014) τα κοινωνικά δίκτυα διαθέτουν τα περισσότερα ή όλα από τα ακόλουθα χαρακτηριστικά: α) Συμμετοχή (Participation). Τα κοινωνικά μέσα ενθαρρύνουν τις συνεισφορές και τη συμμετοχή από τους ενδιαφερόμενους. β) Ανοικτότητα (Openness). Οι περισσότερες υπηρεσίες των κοινωνικών δικτύων είναι ανοικτές και ελεύθερες στο κοινό και ενθαρρύνουν την ανατροφοδότηση και τη συμμετοχή, σπανίως υπάρχει φραγμός στη ελεύθερη διάθεση του περιεχομένου. γ) Συνομιλία (Conversation). Τα κοινωνικά δίκτυα έχουν αμφίδρομη σχέση με τους χρήστες του ενώ τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης απλά διανέμουν την πληροφορία στον χρήστη. δ) Κοινότητα (Community). Τα κοινωνικά δίκτυα επιτρέπουν στο χρήστη να δημιουργεί κοινότητες οι οποίες προάγουν τη συνεργασία μεταξύ των χρηστών για ένα κοινό θέμα διευκολύνοντας την εύκολη και γρήγορη επικοινωνία. ε) Σύνδεση (Connectedness). Τα περισσότερα κοινωνικά δίκτυα διαθέτουν συνδεσιμότητα με τους ιστότοπους και πηγές (Mayfield 2014). Τα τρία μεγαλύτερα κοινωνικά δίκτυα που υπάρχουν σήμερα, το Facebook, το Instagram και το Twitter διαθέτουν και τα πέντε παραπάνω χαρακτηριστικά.

Παρακάτω, θα αναλυθεί ένα σχετικά νέο μέσω κοινωνικής δικτύωσης που ειδικεύεται στις φωτογραφίες, και το οποίο λειτουργεί από το 2010. Επτά χρόνια μετά, είναι μία από τις δημοφιλέστερες πλατφόρμες αλληλεπίδρασης των χρηστών ανά το παγκόσμιο.

2.2 Ιστότοποι Κοινωνικής δικτύωσης: η περίπτωση του Instagram

2.2.1 Ιστορικό του Instagram

Το Instagram είναι μια εφαρμογή και παράλληλα μια υπηρεσία κοινωνικής δικτύωσης μέσα από την οποία ο χρήστης μπορεί να βγάλει φωτογραφίες και βίντεο και να τα διαμοιράσει. Η πρώτη έκδοση του Instagram ξεκίνησε τον Οκτώβρη του 2010 από δύο απόφοιτους του Stanford, τους Kevin Systrom και Mike Krieger. Το όνομα της εφαρμογής Instagram προέρχεται από τις λέξεις Instant-στιγμιαίο και telegram-τηλεγράφημα (Lang 2014) και είναι διαθέσιμη σε 30 γλώσσες. Την πρώτη μέρα παρουσίασης της εφαρμογής εγγράφηκαν 25.000 άτομα και σε μόνο δύο μήνες απέκτησε 1 εκατομμύριο χρήστες. Τον Δεκέμβριο του 2011 το Instagram ανακηρύχτηκε στο apple store ως η καλύτερη εφαρμογή για το 2011 (Anon 2017a). Το 2012 η εφαρμογή αγοράστηκε από το Facebook και τον Σεπτέμβριο του 2017 οι χρήστες του Instagram ανήλθαν στα 800 εκατομμύρια (Systrom K. 2017).

2.2.2 Χαρακτηριστικά του Instagram

Στο Instagram ο χρήστης μπορεί να δημιουργήσει το δικό του προφίλ συμπληρώνοντας τα προσωπικά του στοιχεία, όπως το όνομα ή το ψευδώνυμο του, το email, το τηλέφωνο κ.α. Ο χρήστης της πλατφόρμας μπορεί να βγάλει μια φωτογραφία ή βίντεο διάρκειας 60 δευτερολέπτων και να τα ανεβάσει στο λογαριασμό του. Επίσης, εάν επιθυμεί, παρέχεται η δυνατότητα να προβεί σε επεξεργασία των αρχείων πριν τα ανεβάσει (Κόνσουλας Θ. 2014). Ακόμη, κατά τη διάρκεια δημοσίευσης μιας φωτογραφίας ή βίντεο ο χρήστης μπορεί να προσθέσει #hashtags, και στη συνέχεια όσες φωτογραφίες έχουν το ίδιο hashtag ομαδοποιούνται και μπορούν να τις δουν οι χρήστες ανά το παγκόσμιο. (μόνο εάν το προφίλ είναι δημόσιο). Ο κάθε χρήστης μπορεί να ακολουθήσει έναν άλλο χρήστη χωρίς αυτό να είναι αμοιβαίο και κάθε φορά που ανεβάζει φωτογραφία ή βίντεο εμφανίζεται στο timeline που διαθέτει το Instagram. Ο χρήστης έχει τη δυνατότητα να κάνει likes και σχόλια σε μια φωτογραφία όπως επίσης και να προωθήσει μια φωτογραφία σε ένα άλλο χρήστη μέσω προσωπικού μηνύματος που υποστηρίζει το Instagram. Το 2016, το Instagram πρόσθεσε ακόμα μια λειτουργία, αυτή των stories. Ο χρήστης μπορεί να ανεβάσει μια φωτογραφία ή βίντεο διάρκειας 15 δευτερολέπτων και μετά από 24 ώρες σβήνονται αυτόματα. Επίσης, το 2016 το Instagram πρόσθεσε τη λειτουργία των live videos. Ο χρήστης έχει τη δυνατότητα να μεταδώσει βίντεο σε ζωντανή μετάδοση και οι ακόλουθοι του μπορούν να συμμετέχουν κάνοντας likes και σχόλια. Τέλος, μια πολύ δημοφιλή λειτουργία του Instagram είναι το search, όπου οι χρήστες

μπορούν να αναζητήσουν φωτογραφίες και βίντεο. Διαθέτει 4 taps, α) το People, στο οποίο ο χρήστης έχει τη δυνατότητα να ψάξει λογαριασμούς άλλων χρηστών, β) το tags, όπου ο χρήστης μπορεί να αναζητήσει φωτογραφίες και βίντεο εισάγοντας μια λέξη. Οι φωτογραφίες οι οποίες συμπεριλαμβάνουν τη συγκεκριμένη λέξη στη λεζάντα θα επιστραφούν ως αποτελέσματα στον χρήστη που τις αναζητεί. γ) το τρίτο tab που υπάρχει στη λειτουργία search είναι το location. Στο location οι χρήστες μπορούν να αναζητήσουν φωτογραφίες ψάχνοντας σε μια συγκεκριμένη τοποθεσία, και δ) το τέταρτο tab το Top, όπου η αναζήτηση είναι πιο γενική, δηλαδή, ο χρήστης ψάχνει μια λέξη και του επιστρέφει τις πιο δημοφιλείς φωτογραφίες από τις πιο πάνω κατηγορίες, το people, το tags και από το location. Τον Αύγουστο του 2017 το Instagram έδωσε τη δυνατότητα στους χρήστες να μοιράζονται μία ανάρτηση με πολλαπλές (μέχρι 10) φωτογραφίες (multiple photos). Τέλος, τον Νοέμβριο του 2017 το Instagram ανακοίνωσε ότι αρχές του 2018 θα είναι διαθέσιμο το κουμπί “regram” το οποίο θα δίνει τη δυνατότητα στο χρήστη να κοινοποιεί (share) τις φωτογραφίες άλλων χρηστών.

Οι Hu et al. (2014) κάνουν αναφορά στο κοινωνικό δίκτυο Instagram το οποίο έκανε την εμφάνιση του το 2010 και επιτρέπει στους χρήστες να ανεβάζουν φωτογραφίες και βίντεο. Από το 2010 που ξεκίνησε μέχρι και σήμερα το Instagram απέκτησε πέραν των 800 εκατομμυρίων χρηστών (Systrom & Krieger 2017) με τον αριθμό αυτό να αυξάνεται συνεχώς με σταθερό ρυθμό. Το Instagram προσφέρει στους χρήστες του ένα εύκολο τρόπο για δημοσιεύουν εύκολα φωτογραφίες και βίντεο χρησιμοποιώντας τα έξυπνα κινητά τους (smartphones) εφαρμόζοντας διάφορα εργαλεία, όπως τα φίλτρα για να μετατρέψουν τη φωτογραφία τους πιο εντυπωσιακή. Επίσης, κατά τη διάρκεια ανεβίσματος μίας φωτογραφίας ή ενός βίντεο το Instagram επιτρέπει στους χρήστες να προσθέτουν υπότιτλο για να περιγράψουν το αρχείο, καθώς και hashtags με το σύμβολο #. Ακόμη, ένας χρήστης του Instagram μπορεί να ακολουθήσει έναν άλλο χρήστη ο οποίος λέγεται ακόλουθος του (follower), και ο οποίος έχει τη δυνατότητα να μην τον ακολουθήσει πίσω χαρακτηρίζοντας το Instagram ως ασύμμετρο δίκτυο καθώς δεν λειτουργεί για παράδειγμα όπως το Facebook που αυτόματα ακολουθεί ο ένας τον άλλον. Τέλος, ο χρήστης έχει τη δυνατότητα να θέσει το λογαριασμό του είτε να είναι δημόσιος, δηλαδή να μπορεί ο κάθε χρήστης του δικτύου να παρακολουθεί το υλικό που ανεβάζει, είτε να είναι ιδιωτικός ο λογαριασμός και να επιλέγει ποιοι χρήστες θα έχουν τη δυνατότητα να βλέπουν το υλικό που ανεβάζει (Hu et al. 2014).

Στη συνέχεια, θα αναλυθεί η περίπτωση των selfies, ένας τρόπος αυτοπαρουσίασης που αυξήθηκε ραγδαία τα τελευταία χρόνια. Μέσα κοινωνικής δικτύωσης όπως το Instagram κάνουν τις selfies να είναι ένας εύκολος και γρήγορος τρόπος αυτοπαρουσίασης ενός ατόμου.

2.3 Η περίπτωση των Selfies

Το Oxford Dictionaries αναφέρει ότι μια φωτογραφία ονομάζεται selfie όταν ένα άτομο βγάζει φωτογραφία τον εαυτό του από την κάμερα του κινητού ή την webcam του και τη μοιράζεται στα κοινωνικά δίκτυα (OxfordDictionaries n.d.). Μάλιστα, το 2013 η λέξη selfie έχει ανακηρυχθεί ως η λέξη της χρονιάς (OxfordDictionaries 2013). Η εμφάνιση των έξυπνων κινητών με τη μπροστινή κάμερα σε συνδυασμό με την εμφάνιση των κοινωνικών δικτύων όπως το Facebook και το Instagram έχουν συντείνει στην εξάπλωση των selfies ανά το παγκόσμιο. Οι selfies έχουν γίνει ένα πολύ δημοφιλές φαινόμενο σε ολόκληρο τον κόσμο (Chae 2017). Αξίζει να αναφερθεί ότι στο κοινωνικό δίκτυο Instagram το hashtag #selfie έχει πάνω από 322 εκατομμύρια φωτογραφίες κάνοντας το ένα από τα πιο δημοφιλή hashtags της πλατφόρμας (Websta 2017). Αρκετές μελέτες έχουν πραγματοποιηθεί για να εξεταστεί κατά πόσο οι selfies έχουν σχέση με τον ναρκισσισμό. Σε μια μελέτη αναφέρεται ότι όντως οι selfies επηρεάζουν και αυξάνουν το επίπεδο του ναρκισσισμού ενός ατόμου. Αυτό σημαίνει ότι οι χρήστες που χρησιμοποιούν αυτό το είδος αυτό-παρουσίασης αισθάνονται ότι ανταμείβονται όταν μοιράζονται τις δικές τους φωτογραφίες με τους υπόλοιπους χρήστες, αυξάνοντας έτσι τα επίπεδα του ναρκισσισμού (Halpern et al. 2016).

2.3.1 Αυτοπαρουσίαση και Selfie

Όλο και περισσότεροι χρήστες αυτοπαρουσιάζονται με τις λεγόμενες selfies στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Η εξέλιξη των έξυπνων κινητών σε συνδυασμό με την ανάπτυξη των εφαρμογών Instagram και Snapchat έχουν κάνει αυτό τον τρόπο αυτοπαρουσίασης πολύ πιο εύκολο και πολύ πιο γρήγορο. Τα αποτελέσματα μίας έρευνας των Sung et al. (2016) έχουν δείξει ότι οι χρήστες αυτοπαρουσιάζονται στα κοινωνικά δίκτυα με τις selfies για τους παρακάτω τέσσερις λόγους, 1) για αναζήτηση προσοχής από τους χρήστες των κοινωνικών δικτύων. Μέσα από τα likes και τα σχόλια αποσπούν τον θαυμασμό και την αυτό-επιβεβαίωση από τους υπόλοιπους χρήστες. 2) Για επικοινωνία. Οι selfies είναι ένας πολύ προσωπικός τρόπος αυτοπαρουσίασης και για αυτό το λόγο μπορεί να χτιστούν και να διατηρηθούν οι σχέσεις εντός του κοινωνικού δικτύου, είτε μέσω των σχολίων είτε μέσω των likes στη selfie. 3) Για αρχειοθέτηση. Οι χρήστες χρησιμοποιούν τα κοινωνικά δίκτυα για να αρχειοθετούν τις φωτογραφίες τους από διάφορες εκδηλώσεις και ειδικές περιστάσεις της ζωής τους. Πλέον με τα smartphones σε συνδυασμό με συγκεκριμένα κοινωνικά δίκτυα, όπως Instagram και Snapchat, ο χρήστης είναι πολύ πιο εύκολο να ανεβάσει μια φωτογραφία selfie από ένα ωραίο τοπίο ή από μια ευτυχισμένη στιγμή της ζωής του. 4) Για λόγους ψυχαγωγίας. Οι χρήστες σύμφωνα με την

έρευνα δημοσιεύουν selfies για διασκέδαση και για να ξεφύγουν από την καθημερινή βαρεμάρα και πλήξη (Sung et al. 2016).

Στη συνέχεια θα γίνει αναφορά στην πρόσωπο με πρόσωπο επικοινωνία που ήταν μέχρι πρότινος ο μοναδικός τρόπος επικοινωνίας των ανθρώπων και έπειτα θα αναλυθεί μια νέα μορφή αλληλεπίδρασης των ανθρώπων, την διαμεσολαβημένη επικοινωνία.

2.4 Η πρόσωπο με πρόσωπο επικοινωνία

Η επικοινωνία πρόσωπο με πρόσωπο ήταν μέχρι πρότινος ο μοναδικός τρόπος όπου οι άνθρωποι μπορούσαν να αλληλεπιδράσουν. Με την ανάπτυξη της τεχνολογίας, των ηλεκτρονικών υπολογιστών και μετέπειτα του διαδικτύου άλλαξαν ραγδαία τον τρόπο που επικοινωνούν και αλληλεπιδρούν οι άνθρωποι. Στην πρόσωπο με πρόσωπο επαφή οι συνομιλούντες μπορούν να σχηματίσουν μία άποψη για το άλλο άτομο λαμβάνοντας διάφορα στοιχεία, μεταξύ άλλων, τις εκφράσεις του προσώπου την κίνηση των χεριών, ο τόνος της φωνής. Συγκεκριμένα, οι Sunnafrank & Ramirez (2004) κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι οι άνθρωποι στην επικοινωνία πρόσωπο με πρόσωπο χρειάζονται περίπου τρία λεπτά για να σχηματίσουν μια πρώτη εντύπωση (Sunnafrank & Ramirez 2004). Σε αντίθεση με την πρόσωπο με πρόσωπο επαφή η επικοινωνία μέσω του διαδικτύου αποκλείει όλα αυτά τα προαναφερθέντα στοιχεία με αποτέλεσμα οι άνθρωποι να χρειάζονται περισσότερο χρόνο να σχηματίσουν μια πρώτη άποψη για τον συνομιλητή τους. Σύμφωνα με τον Walther (2011) η “Θεωρία της διαπροσωπικής εφαρμογής και της εκμετάλλευσης των μέσων ενημέρωσης” (Theories of Interpersonal Adaption and Exploitation of Media), αναγνωρίζει ρητά ότι η CMC επικοινωνία στερείται των μη λεκτικών σημάτων επικοινωνίας που συνοδεύουν την επικοινωνία πρόσωπο με πρόσωπο, όπως χειρονομίες που κάνουμε, ο τόνος της φωνής μας, η επαφή μέσω των ματιών κ.α. (Walther 2011).

Η επικοινωνία και η αλληλεπίδραση των ανθρώπων είναι μια διαδικασία η οποία αναπτύχθηκε με το πέρασμα των χρόνων, οι άνθρωποι αλληλεπιδρούν μέσω της ομιλίας, της έκφρασης του προσώπου, την κίνηση των χεριών κ.α. Σύμφωνα με τον Goffman (1956), κατά τη διάρκεια της επικοινωνίας πρόσωπο με πρόσωπο, δημιουργείται αμοιβαία επιρροή με αποτέλεσμα να ανταλλάζουμε πολλές πληροφορίες για τον εαυτό μας (Goffman 1956).

Με την άνοδο της χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης ο χρήστης έχει τη δυνατότητα να αυτοπαρουσιάζεται όπως επιθυμεί. Αυτό το γεγονός, πολλές φορές αλλοιώνει τον χαρακτήρα

του χρήστη, αφού διάφορα εργαλεία που είναι διαθέσιμα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης χρησιμοποιούνται, όπως το κείμενο, τα φίλτρα στις φωτογραφίες κ.α. με αποτέλεσμα αρκετά συχνά να αλλοιώνεται ο πραγματικός εαυτός και να παρουσιάζεται ένας πλασματικός χαρακτήρας. Η εμφάνιση του διαδικτύου καθώς και όλα αυτά τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης προωθούν τη διαμεσολαβημένη επικοινωνία μεταξύ των ανθρώπων.

2.5 Η διαμεσολαβημένη επικοινωνία

Υπάρχουν πολλοί ορισμοί σχετικά με το τι είναι η διαμεσολαβημένη επικοινωνία, λόγω της ραγδαίας και συνεχούς ανάπτυξης της τεχνολογίας ο ορισμός δέχεται διαφοροποιήσεις. Σύμφωνα με τους Romiszowski & Mason (1996) διαμεσολαβημένη επικοινωνία είναι η διαδικασία με την οποία οι άνθρωποι δημιουργούν, ανταλλάσσουν και βλέπουν τις πληροφορίες χρησιμοποιώντας ένα δίκτυο τηλεπικοινωνιών που διευκολύνει την κωδικοποίηση, τη μετάδοση και την αποκωδικοποίηση μηνυμάτων (Romiszowski & Mason 1996).

Τα CMM (Computer-Mediated Communication-Διαμεσολαβημένη Επικοινωνία) προγράμματα έχουν γίνει αναπόσπαστο μέρος της έναρξης, ανάπτυξης και διατήρησης των διαπροσωπικών σχέσεων συμμετέχοντας έτσι στη διαμόρφωση της επικοινωνίας (Walther 2011). Στο σύγχρονο τρόπο ζωής όλο και περισσότεροι άνθρωποι επικοινωνούν μέσω του διαδικτύου και συγκεκριμένα μέσω των CMC προγραμμάτων (Walther 1996). Τα CMC προγράμματα υποστηρίζουν μέσω του διαδικτύου την αλληλεπίδραση μεταξύ των χρηστών, όπως να μοιράζονται πληροφορίες, να επικοινωνούν μέσω γραπτών μηνυμάτων ή βίντεο, να ανταλλάζουν φωτογραφίες, κ.α. Το CMC ανήκει σε ένα ευρύτερο όρο την κοινωνική υπολογιστική (social computing), η οποία ασχολείται με την κοινωνική συμπεριφορά των χρηστών στο διαδίκτυο μέσω των ηλεκτρονικών υπολογιστικών.

Οι χρήστες των CMC προγραμμάτων εκμεταλλεύονται τα χαρακτηριστικά αυτών των μέσων για να κάνουν την καλύτερη εντύπωση και να τραβήξουν την εντύπωση από τους υπόλοιπους χρήστες ή και να απομακρύνουν ανεπιθύμητες επαφές. (Tong & Walther 2011) Σύμφωνα με την Donath (2001), υπάρχουν 4 τρόποι απεικόνισης ενός προσώπου σε CMC επικοινωνία: 1) μέσω βίντεο, το οποίο υπάρχει στα πιο δημοφιλή μέσα κοινωνικής δικτύωσης όπως Facebook και Instagram, δημιουργώντας μια πιο άμεση και οικεία σχέση μεταξύ των συνομιλητών. Επίσης, η απεικόνιση μέσω του βίντεο μπορεί να δημιουργήσει εμπιστοσύνη και μια σχέση συνεργασίας μεταξύ των συνομιλητών. 2) Φωτογραφίες, 3) ψηφιακές αναπαραστάσεις και 4) γελοιογραφίες,

οι χρήστες της διαμεσολαβημένης επικοινωνίας (CMC) μπορούν να παρουσιάσουν τον εαυτό τους με φωτογραφία, αυτό δίνει τη δυνατότητα στους υπόλοιπους συνομιλητές να μπορούν να καταλάβουν καλύτερα κάποια συγκεκριμένα χαρακτηριστικά του ατόμου αυτού. Επίσης, οι φωτογραφίες, μας δίνουν τη δυνατότητα να μπορούμε να ελέγχουμε ποια χαρακτηριστικά του εαυτού μας θέλουμε να αποκαλύψουμε στους υπόλοιπους χρήστες. Ακόμη, η χρήση των φωτογραφιών στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δίνει την ευκαιρία στον χρήστη να μπορεί να αλληλοεπιδρά ταυτόχρονα με πολλαπλούς συνομιλητές αφού είναι ορατές ταυτόχρονα σε όλο το δίκτυο μας (Donath 2001).

Σύμφωνα με τους Brennan και Lockridge (2006) επειδή στη διαμεσολαβημένη επικοινωνία οι συνομιλητές συνήθως κατοικούν σε διαφορετικές τοποθεσίες και σε διαφορετική ζώνη ώρας, πιθανόν να είναι πιο δύσκολος ο συντονισμός από ότι στην πρόσωπο με πρόσωπο επικοινωνία, ειδικά εάν η διαμεσολαβημένη επικοινωνία πραγματοποιείται με πρόγραμμα το οποίο δεν υποστηρίζει βασικά τεχνικά χαρακτηριστικά η δυσκολία γίνεται ακόμα μεγαλύτερη. Οι συνομιλητές θα πρέπει να προσπαθήσουν για την εξεύρεση κοινού χώρου (grounding) έτσι ώστε η επικοινωνία να πραγματοποιείται ευκολότερα. Ο Brennan και ο Lockridge προτείνουν μερικές υπό-εργασίες για την εξεύρεση κοινού χώρου (common ground) κατά τη διάρκεια της διαμεσολαβημένης επικοινωνίας που είναι οι εξής (Brennan & Lockridge 2006):

- 1) Να πάρουμε την προσοχή του συνομιλητή μας
- 2) Να πάρουμε την προσοχή του συνομιλητή μας έτσι ώστε να ξεκινήσει η συνομιλία.
- 3) Κάνοντας μια παρουσίαση είτε με ομιλία είτε με πληκτρολόγηση.
- 4) Να έχουμε χρονοδιάγραμμα σχετικά με την ανατροφοδότηση που δίνουμε ή πότε θα μιλήσουμε.
- 5) Να περιμένουμε, να διαβάσουμε ή να ακούσουμε τον συνομιλητή μας.
- 6) Να παρακολουθούμε και να δίνουμε προσοχή στον συνομιλητή μας.
- 7) Εάν υπάρχει διάλογος για μια εργασία να αποτρέπουμε τυχόν παρεξηγήσεις και τυχόν λάθη.
- 8) Καθ' όλη τη διάρκεια της συνομιλίας να είμαστε ευγενικοί.

Οι ερευνητές επειδή αντλήθηκαν ότι στις πλατφόρμες CMC οι χρήστες πιθανόν να μην δίνουν την απαραίτητη προσοχή στους συνομιλητές τους, για παράδειγμα, διαβάζουν γρήγορα τα σχόλια, είναι ανυπόμονοι, αγενής, και γενικότερα δεν είναι συγκεντρωμένοι στο στόχο τους, με

αποτέλεσμα να δημιουργούνται παρεξηγήσεις, προτείνουν τα πιο πάνω χαρακτηριστικά τα οποία είναι καλό να υπάρχουν στη διαμεσολαβημένη επικοινωνία με τελικό στόχο την εξεύρεση κοινού χώρου.

Στην πρόσωπο με πρόσωπο επικοινωνία υπάρχουν κάποια βασικά πλεονεκτήματα σε σχέση με την CMC επικοινωνία (Brennan & Lockridge 2006). Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται τα πλεονεκτήματα:

Affordances of Media	Media				
	Face-to-face	Video conference	Telephone	Instant messaging or chat	E-mail
(1) <i>Physical co-presence</i> : Participants share a physical environment, including a view of what each is doing and looking at.	++	??	--	--	--
(2) <i>Visibility</i> : One participant sees another, but not necessarily what the other is doing or looking at.	++	+	--	--	--
(3) <i>Audibility</i> : One participant can hear another.	++	++	++	--	--
(4) <i>Cotemporality</i> : Messages are received without delay (close to the time that they are produced and directed at addressees), permitting fine-grained interactivity.	++	??	++	??	--
(5) <i>Simultaneity</i> : Participants can send and receive messages at the same time, allowing communication in parallel.	++	??	++	??	--
(6) <i>Sequentiality</i> : Participants take turns in an orderly fashion in a single conversation at a time; one turn's relevance to another is signaled by adjacency.	++	++	++	--	--
(7) <i>Reviewability</i> : Messages do not fade over time.	--	--	--	++	++
(8) <i>Revisability</i> : Messages can be revised before being sent.	--	--	--	++	++

*Present in a particular medium: ++; present to a limited extent: +; present in some systems: ??; absent: --. Physical co-presence (1), the hallmark of face-to-face communication, nearly always includes affordances (2) through (5).

Εικόνα 2: Οι τεχνολογικές δυνατότητες της CMC επικοινωνίας (Brennan & Lockridge 2006).

Παρακάτω, θα εξεταστούν αναλυτικά εάν αυτά τα 8 πλεονεκτήματα μπορούν να εφαρμοστούν στη διαμεσολαβημένη επικοινωνία, και συγκεκριμένα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

- 1) Ίδιο φυσικό χώρο (physical co-presence): Οι συμμετέχοντες μοιράζονται τον ίδιο φυσικό χώρο στην επικοινωνία πρόσωπο με πρόσωπο η οποία καλύπτει πλήρως αυτή τη δυνατότητα, αφού οι συμμετέχοντες μπορούν να βλέπουν που κοιτάζει και τι κάνει ο συνομιλητής τους. Στη διαμεσολαβημένη επικοινωνία αυτό το πλεονέκτημα απουσιάζει. Μέσα κοινωνικής δικτύωσης όπως, το Facebook και το Instagram τα οποία

υποστηρίζουν τις βιντεοκλήσεις, περιορίζονται μόνο στην ορατότητα, δηλαδή υπάρχει η δυνατότητα να βλέπει ο ένας συνομιλητής τον άλλο.

- 2) Ορατότητα (Visibility): Η ορατότητα είναι πού σημαντική για τους ανθρώπους, δηλαδή να μπορούν να βλέπουν τον συνομιλητή τους. Η πρόσωπο με πρόσωπο επικοινωνία μπορεί να ικανοποιήσει πλήρως αυτή την ανθρώπινη ανάγκη. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που υποστηρίζουν την επικοινωνία μέσω βίντεο μπορούν να καλύψουν την «ορατότητα», δηλαδή να μπορούν οι συνομιλητές να βλέπει ο ένας τον άλλο αλλά όχι απαραίτητα να βλέπει τι κάνει ή που βλέπει ο συνομιλητής τους.
- 3) Ακουστικότητα (Audibility): Η ακουστικότητα μπορεί να υποστηριχτεί στην επικοινωνία πρόσωπο με πρόσωπο, δηλαδή οι συμμετέχοντες μπορούν να ακούσουν τον συνομιλητή τους. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης τα οποία υποστηρίζουν την επικοινωνία μέσω ήχου ή και εικόνας προσφέρουν αυτή τη δυνατότητα της «ακουστικότητας».
- 4) Συγχρόνως (Cotemporality): Οι συνομιλητές μπορούν να στέλνουν και να λαμβάνουν μεταξύ τους μηνύματα χωρίς να υπάρχει καθυστέρηση. Όλα τα δημοφιλή μέσα κοινωνικής δικτύωσης δίνουν τη δυνατότητα στο χρήστη να στέλνει και να παραλαμβάνει μηνύματα χωρίς καθυστερήσεις. Ακόμη, μηνύματα μπορούν να στέλνονται χωρίς καθυστερήσεις και κατά τη διάρκεια των βιντεοκλήσεων.
- 5) Ταυτοχρονισμός (Simultaneity): Οι συμμετέχοντες σε επικοινωνία CMC μπορούν να στέλνουν και να παραλαμβάνουν μηνύματα ταυτόχρονα χωρίς χρονική καθυστέρηση. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν εντάξει την επικοινωνία με άμεσα μηνύματα (Instant messages). Οι χρήστες μπορούν να επικοινωνούν ταυτόχρονα επιτρέποντας έτσι την παράλληλη επικοινωνία.
- 6) Διαδοχικότητα (Sequentiality): Οι συνομιλητές αναλαμβάνουν εκ περιτροπής να συνομιλούν επιτρέποντας έτσι μια δομημένη συζήτηση μεταξύ τους. Οι χρήστες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης μπορούν διαδοχικά να συνομιλούν μέσω των λειτουργιών που προσφέρονται όπως, μέσω των άμεσων μηνυμάτων είτε μέσω των βίντεο.
- 7) Επανεξέταση (Reviewability): Οι χρήστες της διαμεσολαβημένης επικοινωνίας και συγκεκριμένα των μέσων κοινωνικής δικτύωσης έχουν τη δυνατότητα να ξαναδούν τα μηνύματα που έχουν σταλεί στο παρελθόν από τους συμμετέχοντες αφού συνηθίζεται να γίνεται καταγραφή όλου του ιστορικού. Σχεδόν όλα τα δημοφιλή δίκτυα υποστηρίζουν αυτή τη λειτουργία όπως, το Instagram, Facebook, Twitter εκτός από το Snapchat όπου

αφού δει ο χρήστης το μήνυμα που του έχει σταλεί «αυτοκαταστρέφεται» δηλαδή εξαφανίζεται και ο χρήστης δεν μπορεί να το επανεξετάσει.

- 8) Αναθεώρηση (Revisability): Οι χρήστες των πλείστων μέσων κοινωνικής δικτύωσης, όπως Facebook, Instagram, YouTube, και Twitter, έχουν τη δυνατότητα να τροποποιούν και να επεξεργάζονται τα μηνύματα πριν τα αποστείλουν στους συνομιλητές τους. Σύμφωνα με τον Walther (2007), τα CMC προγράμματα δίνουν κάποιες τεχνικές δυνατότητες (affordances) σε σχέση με το γραπτό λόγο οι οποίες ισχύουν και στην περίπτωση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης: α) πριν στείλουμε το μήνυμα μπορούμε να το επεξεργαστούμε και να το διορθώσουμε, αυτό βοηθά να αποφεύγονται τυχόν λάθη που μπορούσαν να προκύψουν σε μία επικοινωνία πρόσωπο με πρόσωπο, β) μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε περισσότερο χρόνο για την κατασκευή μηνυμάτων άρα μπορούμε να διατυπώσουμε καλύτερα αυτό που θέλουμε να πούμε, και γ) μπορούμε να συγκεντρωθούμε στην κατασκευή και διατύπωση του μηνύματος χωρίς να ανησυχούμε για τυχόν διακοπές από άλλους συνομιλητές (Walther 2007).

Συμπερασματικά, σύμφωνα με τα παραπάνω, μπορεί να ειπωθεί ότι τα σύγχρονα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αποτελούν ολοκληρωμένα επικοινωνιακά συστήματα τα οποία δίνουν τη δυνατότητα στο χρήστη να επικοινωνεί και να κοινωνικοποιείται εύκολα χωρίς ιδιαίτερες δυσκολίες. Σε σχέση με την πρόσωπο με πρόσωπο επικοινωνία τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης υστερούν σε ένα από τα οκτώ πλεονεκτήματα, αυτό της «συν-παρουσίας». Ίσως στο μακρινό μέλλον να καλυφθεί και αυτή η ανάγκη. Τα δύο πλεονεκτήματα, αυτό της «ορατότητας» και της «ακουστικότητας» έχουν καλύψει την ανάγκη των χρηστών με την εμφάνιση των βιντεοκλήσεων και αντίστοιχα του μικροφώνου. Τα πλεονεκτήματα «συγχρόνως», «ταυτοχρονισμός» και «επανεξέταση» εμφανίζονται και στη διαμεσολαβημένη επικοινωνία μέσω της χρήσης των γραπτών μηνυμάτων, όπου ο χρήστης μπορεί να γράψει και να στείλει άμεσα μηνύματα και παράλληλα να τα διορθώσει προτού τα αποστείλει. Τέλος, η «διαδοχικότητα» υποστηρίζεται μέσω των βιντεοκλήσεων καθώς και μέσω των γραπτών μηνυμάτων αφού οι χρήστες έχει τη δυνατότητα να συνομιλούν εκ περιτροπής.

Η διαμεσολαβημένη επικοινωνία υποστηρίζεται από τα εργαλεία που διαθέτουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αναπτύχθηκε μια πολύ σημαντική ανάγκη του ανθρώπου που είναι η αλληλεπίδραση και η επικοινωνία μεταξύ των ανθρώπων. Για να γίνει αυτό εφικτό οι χρήστες δημιούργησαν τις διαδικτυακές κοινότητες οι οποίες θα αναλυθούν πιο κάτω.

2.6 Κοινότητες (Communities)

2.6.1 Κοινότητα

Υπάρχουν πολλοί ορισμοί στη διεθνή βιβλιογραφία σχετικά με το πώς ονομάζεται ακριβώς μια κοινότητα. Ο κάθε ερευνητής εξηγά τον ορισμό ανάλογα με το εκπαιδευτικό του υπόβαθρο. Ένας κοινά αποδεκτός ορισμός της κοινότητας είναι ότι μια κοινότητα αποτελείται από μια ομάδα ανθρώπων με διαφορετικά χαρακτηριστικά που συνδέονται με κοινωνικούς δεσμούς, μοιράζονται τις ίδιες κοινές προοπτικές και συμμετέχουν σε κοινή δράση για να πετύχουν ένα απώτερο στόχο (MacQueen et al. 2001).

Σύμφωνα με τους McMillan & Chavis (1986), η κοινότητα θα πρέπει να αποτελείται από 4 στοιχεία: 1) τα μέλη, 2) την επιρροή, 3) την ενσωμάτωση και την εκπλήρωση των αναγκών και τέλος 4) να υπάρχει μια κοινή συναισθηματική σύνδεση. Αναφέροντας αυτά τα τέσσερα στοιχεία, ο ορισμός που προτείνουν είναι ότι κοινότητα ονομάζεται μια ομάδα όπου τα μέλη της αισθάνονται ότι ανήκουν κάπου, τα μέλη της αισθάνονται ότι είναι σημαντικά ο ένας για τον άλλο αλλά και γενικότερα για την ομάδα έχοντας πίστη ότι οι ανάγκες των μελών θα εκπληρωθούν μέσω της δέσμευσης τους ότι θα είναι μαζί.

Το πρώτο στοιχείο της κοινότητας, τα μέλη, αποτελείται από πέντε χαρακτηριστικά, τα όρια, την συναισθηματική ασφάλεια, το αίσθημα ότι ανήκεις κάπου-ταυτότητα, την προσωπική επένδυση και τέλος ένα κοινό σύμβολο για την κοινότητα. Αυτά τα χαρακτηριστικά συμβάλλουν στην αίσθηση του ποιος είναι μέλος της ομάδας και ποιος όχι. Το δεύτερο στοιχείο που θα πρέπει να έχει μια κοινότητα είναι η επιρροή, τα μέλη της ομάδας προσελκύονται πιο εύκολα από μια κοινότητα όταν αισθάνονται ότι έχουν επιρροή. Η επιρροή ενός μέλους στην κοινότητα και η επιρροή της κοινότητας σε αυτόν θα πρέπει να λειτουργούν σε μια δεμένη κοινότητα. Το τρίτο στοιχείο μιας κοινότητας, η ενσωμάτωση και η εκπλήρωση των αναγκών είναι σημαντικό επειδή η εκπλήρωση των αναγκών ενός μέλους είναι πρωταρχική λειτουργία σε μια ισχυρή κοινότητα. Τέλος, το τέταρτο στοιχείο μιας κοινότητας, η κοινή συναισθηματική σύνδεση, αποκτάται μέσω της επαφής μεταξύ των μελών και πιο συγκεκριμένα της ποιοτικής επαφής. (McMillan & Chavis 1986).

2.6.2 Διαδικτυακή κοινότητα (Online Community)

Το διαδίκτυο έχει γίνει αναντικατάστατη πηγή δημιουργίας και κατανάλωσης γνώσης και οι διαδικτυακές κοινότητες έχουν αποδεχτεί ότι αποτελούν τη νέα μορφή πλατφορμών κοινωνικοποίησης για την κάλυψη ορισμένων αναγκών, όπως η δημιουργία ή η απόκτηση πληροφοριών, η ανταλλαγή εμπειριών, ψυχαγωγίας κ.α. (Seraj 2012).

Μετά την εμφάνιση του διαδικτύου δημιουργήθηκαν οι ηλεκτρονικές κοινότητες με αποτέλεσμα να δημιουργηθεί ο ορισμός «διαδικτυακή κοινότητα». Στο άρθρο τους οι Preece & Maloney-Krichmar (2005) αναφέρουν ότι οι Howard Rheingoldη και Roxanne Hiltz ήταν οι πρωτοπόροι στην ανάπτυξη και έρευνα του όρου «διαδικτυακή κοινότητα». Ήταν οι πρώτοι που χρησιμοποίησαν αυτό τον όρο για να υπογραμμίσουν τα έντονα συναισθήματα της συντροφικότητας, της συμπάθειας και της υποστήριξης που παρατήρησαν στους χρήστες των διαδικτυακών ιστόπων που ερεύνησαν (Preece & Maloney-Krichmar 2005).

Οι Toral et al. (2009) αναφέρουν ότι αρχικά το διαδίκτυο το χρησιμοποιούσαν οι επιστήμονες για να ανταλλάζουν μηνύματα, να μοιράζονται τη γνώση και να συνεργάζονται σχετικά με τις έρευνες τους. Σήμερα, εκατομμύρια χρήστες ανά το παγκόσμιο χρησιμοποιούν το διαδίκτυο, επικοινωνώντας μέσω των ηλεκτρονικών εργαλείων. Η εμφάνιση του Web 2.0 και των κοινωνικών μέσων-λογισμικών έχουν ευνοήσει τη δημιουργία διαδικτυακών κοινοτήτων σύμφωνα με τα ενδιαφέροντα του κάθε χρήστη. Το χαρακτηριστικό αυτών των διαδικτυακών κοινοτήτων είναι η συχνή χρήση των ηλεκτρονικών μέσων από ανθρώπους με σκοπό τη αλληλεπίδραση με άλλους χρήστες (Toral et al. 2009).

Άλλοι ερευνητές συμπεριέλαβαν στον ορισμό τα τεχνικά αλλά και τα κοινωνικά χαρακτηριστικά μιας διαδικτυακής κοινότητας. Οι De Souza & Preece αναφέρουν ότι μια διαδικτυακή κοινότητα είναι μια ομάδα ανθρώπων που διέπεται από κανόνες και πολιτικές και που συναντιούνται στο διαδίκτυο για ένα σκοπό (De Souza & Preece 2004). Ο ερευνητής Zhou (2010) περιγράφει την διαδικτυακή κοινότητα ως μια ομάδα όπου αποτελείται από μέλη που μοιράζονται κοινά ενδιαφέροντα και αλληλεπιδρούν μεταξύ τους για να συζητούν διάφορα θέματα, να ανταλλάζουν ιδέες και να αναζητούν υποστήριξη όταν τη χρειάζονται (Zhou 2011).

Οι Ludford et al. (2004) τονίζουν ότι οι διαδικτυακές κοινότητες δεν είναι απλά οποιοσδήποτε κοινότητες, πιστεύουν ότι είναι κοινότητες που μπορούν να παρέχουν ευκαιρίες για ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών κοινωνικών σχέσεων και προτείνουν 2 χαρακτηριστικά τα οποία πρέπει να υπάρχουν στις κοινότητες με απώτερο στόχο την ανάπτυξη μιας ομάδας. Πρώτο, την

ομοιότητα των μελών της ομάδας, δηλαδή να έχουν κοινά ενδιαφέροντα και δεύτερο, τη μοναδικότητα του ατόμου σε σχέση με την κοινότητα (Ludford et al. 2004) Οι Blanchard & Markus (2004) αναφέρουν ότι σε μια εικονική κοινότητα πρέπει να υπάρχουν κάποια σημαντικά χαρακτηριστικά, όπως, η συμμετοχή, το αίσθημα ότι ανήκεις κάπου, να υπάρχει επιρροή στην κοινότητα, δηλαδή να επηρεάζει θετικά το ένα μέλος το άλλο, να υπάρχει υποστήριξη μεταξύ των μελών και τέλος, να αναπτυχθεί συναισθηματική σύνδεση μεταξύ των μελών, έχοντας συχνή και ποιοτική αλληλεπίδραση μεταξύ τους, αυξάνοντας το αίσθημα της ασφάλειας (Blanchard & Markus 2004).

Ο Plant (2004) διαπιστώνει ότι το χαμηλό κόστος σε συνδυασμό με την ανάπτυξη ισχυρότερων υπολογιστικών συστημάτων καθώς και την ανάπτυξη του διαδικτύου έχει διευκολύνει την ανάπτυξη ενός κοινωνικού φαινομένου, αυτό των διαδικτυακών κοινοτήτων. Οι διαδικτυακές κοινότητες έχουν ως σκοπό να εκπληρώσουν 2 βασικές ανθρώπινες επιθυμίες: πρώτο, να έρθουν σε επαφή και να επικοινωνήσουν με άλλους ανθρώπους, και δεύτερο να αποκτήσουν γνώση. Το αποτέλεσμα της έρευνας του Plant ήταν ότι οι διαδικτυακές κοινότητες μπορούν να ταξινομηθούν σε 3 κατηγορίες: 1) τον βαθμό των κανονισμών της κοινότητας, 2) τον βαθμό ανοίγματος της κοινότητας σε μέλη, και 3) τον βαθμό στον οποίο μια κοινότητα συμμετέχει σε δραστηριότητες κερδοσκοπικού χαρακτήρα. Σε αυτές τις 3 κατηγορίες συμπεριλαμβάνονται 7 υποκατηγορίες: 1) οι μη ρυθμιζόμενες κοινότητες, 2) οι ρυθμιζόμενες κοινότητες, 3) οι κερδοσκοπικές ανοικτές και ρυθμιζόμενες κοινότητες, 4) οι κερδοσκοπικές ιδιωτικές και ρυθμιζόμενες κοινότητες, 5) οι κερδοσκοπικές ανοιχτές και ρυθμιζόμενες κοινότητες, 6) οι μη κερδοσκοπικές ιδιωτικές και ρυθμιζόμενες κοινότητες και τέλος 7) οι κοινότητες που συμπίπτουν με τους κερδοσκοπικούς και μη κερδοσκοπικούς σκοπούς (Plant 2004).

Στη συνέχεια, θα γίνει αναφορά στα οφέλη που προσφέρει μια διαδικτυακή κοινότητα καθώς και τους ρόλους που αναπτύσσονται στα πλαίσια της κοινωνικοποίησης των ανθρώπων.

2.6.3 Κοινωνικοποίηση και ρόλοι εντός των διαδικτυακών κοινοτήτων

Οι Iriberry & Leroy (2009) αναφέρουν ότι πολλοί άνθρωποι χρησιμοποιούν το διαδίκτυο για κοινωνικές συναναστροφές. Όταν οι άνθρωποι γίνονται μέρος μιας διαδικτυακής κοινότητας, προκύπτει η διαμόρφωση μιας κοινωνικής ομάδας και παράλληλα οι χρήστες απολαμβάνουν πολλά οφέλη, όπως, ανταλλαγή πληροφοριών, η παροχή κοινωνικής και συναισθηματικής υποστήριξης, αναπτύσσονται φιλικές σχέσεις καθώς και ψυχαγωγία (βλ. εικ.3).

Benefits for Individuals
<p><i>Information exchange</i></p> <ul style="list-style-type: none"> —Access to a wide variety of members, information, and experiences with which to exchange information —Access to obscure or otherwise inaccessible information <p><i>Social support</i></p> <ul style="list-style-type: none"> —Opportunity to build and maintain social ties with people already known offline or those met online —Opportunity to help and provide support to the group or to the larger community —Opportunity to offer and receive emotional support in a climate of trust, equality, and empathy —Opportunity to bond socially and generate social action <p><i>Social interaction</i></p> <ul style="list-style-type: none"> —Opportunity to meet people and build friendships —Opportunity to be entertained <p><i>Time and location flexibility</i></p> <ul style="list-style-type: none"> —Flexible access to the community —Flexible time management —Spatial and temporal independence —Visibility beyond boundaries of local work or geographical community <p><i>Permanency</i></p> <ul style="list-style-type: none"> —The ability to think about and edit responses —The ability to store and retrieve messages —Access to research articles and hyperlinks within the community related to the focus of the community —The ability to establish permanent social presence through photographs, textual profiles, and archive messages, and the ability to control with ease one's level of participation in the community

Εικόνα 3: Οφέλη των ηλεκτρονικών κοινοτήτων για το άτομο (Iriberry & Leroy 2009)

Τα οφέλη που αποκομίζουν οι χρήστες, συμπεριλαμβάνονται και τεχνικά χαρακτηριστικά όπως, 24ωρη πρόσβαση στη διαδικτυακή κοινότητα, παγκόσμια γεωγραφική κάλυψη, εκμηδενίζοντας έτσι τις αποστάσεις. Ένας χρήστης μπορεί από το σπίτι του να έρθει σε επαφή με ένα μέλος της κοινότητας από άλλη χώρα και να ενημερωθεί για οτιδήποτε τον ενδιαφέρει. Ένα άλλο τεχνικό όφελος, είναι η ασύγχρονη αλληλεπίδραση, το μέλος μπορεί να κάνει ένα ερώτημα στην κοινότητα και να απαντηθεί σε σύντομο χρονικό διάστημα. Επίσης, υπάρχει η δυνατότητα επεξεργασίας κειμένου για διόρθωση τυχόν λαθών και τέλος, υποστηρίζεται η μόνιμη φύλαξη δεδομένων στα οποία μπορούν να ανατρέξουν σε περίπτωση που το επιθυμούν (Iriberry & Leroy 2009).

2.6.3.1. Ρόλοι εντός των διαδικτυακών κοινοτήτων

Σύμφωνα με την Seraj (2012) στις διαδικτυακές κοινότητες θα πρέπει υπάρχουν επτά κοινωνικοί ρόλοι (βλ. εικ.4) οι οποίοι παράγουν αξία σε μια διαδικτυακή κοινότητα με σκοπό την διαμόρφωση μιας πλουραλιστικής κουλτούρας στο δίκτυο, τη συμμετοχή στην κοινότητα και τέλος, τη διατήρηση της κοινότητας. Οι κοινωνικοί ρόλοι που σύμφωνα με τον Seraj θα πρέπει να υπάρχουν είναι οι εξής:

- 1) Ο Εξερευνητής (Seeker), είναι το μέλος το οποίο έχει το στοιχείο της περιέργειας καθώς αναζητεί πληροφορίες και ζητεί τη συμβολή των άλλων μελών της κοινότητας. Συνήθως είναι οι λάτρεις της κοινότητας και ζητούν να πάρουν τις απόψεις των επαγγελματιών ξεκινώντας μια συζήτηση ή συνεχίζοντας μια συζήτηση θέτοντας ερωτήσεις.
- 2) Ο Εκπαιδευτής (Educator), είναι αυτός που έχει ως στόχο να μοιραστεί τη γνώση που έχει με την υπόλοιπη κοινότητα και είναι οι κύριοι συντελεστές για δημιουργία περιεχομένου. Η συμβολή των εκπαιδευτικών στην πνευματική αξία της κοινότητας είναι τεράστια και για αυτό χαίρουν μεγάλης εκτίμησης από τα υπόλοιπα μέλη της κοινότητας.
- 3) Ο Διεκδικητής (Challenger), είναι αυτός που αμφισβητεί τις πληροφορίες που παρέχονται στην κοινότητα παραθέτοντας διαφορετικές απόψεις και έτσι διατηρείται ενεργεί η συνομιλία. Αυτό το γεγονός διατηρεί τη δημιουργία περιεχομένου στην κοινότητα αυξάνοντας παράλληλα και την ποιότητα του περιεχομένου καθώς αποτρέπουν την κυριαρχία μιας ομάδας από μέλη που υποστηρίζουν μια συγκεκριμένη άποψη.
- 4) Ο Ρυθμιστής/Συντονιστής (Governor), είναι το μέλος που εξασφαλίζει την ποιότητα του περιεχομένου και διατηρεί την επικοινωνιακή συνεργασία μεταξύ των μελών της κοινότητας εξασφαλίζοντας έτσι τον μακροχρόνιο σεβασμό προς την κοινότητα. Αισθάνονται υπεύθυνοι προς την κοινότητα και για αυτό υπενθυμίζουν στα μέλη, τους κανονισμούς και όπου είναι απαραίτητο παρεμβαίνουν σε συνομιλίες.
- 5) Ο Εκτιμητής (Appraisers), είναι το μέλος όπου αυξάνει το κίνητρο της κοινότητας αφού αναγνωρίζει τη συμβολή και επικροτεί τα μέλη που συνεισφέρουν προς την κοινότητα ενθαρρύνοντας έτσι την περαιτέρω συμμετοχή των μελών. Η κοινότητα συνεχίζει την παρουσία της χάρη στους εκτιμητές.
- 6) Οι Παίκτες (The Players), είναι τα μέλη που υποστηρίζουν την επαγγελματική και ειλικρινή συνεργασία εντός της κοινότητας με ψυχαγωγία. Δημιουργούν διασκεδαστικό περιεχόμενο θέτοντας ερωτήσεις και ξεκινούν διασκεδαστικές συζητήσεις προσελκύοντας τα μέλη της κοινότητας, αυξάνοντας παράλληλα και την διαδραστικότητα μεταξύ των μελών της ομάδας.

7) Οι Πρωτοπόροι (The Innovators), Τα μέλη αυτά προτείνουν νέες προοπτικές στη δημιουργία περιεχομένου ή και νέες ευκαιρίες αλληλεπίδρασης που προκαλούν ενθουσιασμό και φέρνουν καινοτόμες ιδέες στην κοινότητα. Δημιουργούν νέες μεθόδους για να αυξήσουν την κοινωνική αξία της κοινότητας.



Εικόνα 4 : Οι ρόλοι που παράγουν αξία σε μια διαδικτυακή κοινότητα (Seraj 2012)

2.7 Η αυτοπαρουσίαση του εαυτού στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

Παρακάτω παρουσιάζονται επιστημονικές μελέτες στις οποίες γίνεται αναφορά στον τρόπο που αυτοπαρουσιάζονται τα άτομα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης καθώς και για πιο λόγο αισθάνονται αυτή την ανάγκη να κοινωνικοποιηθούν και να αλληλεπιδράσουν διαδικτυακά με άλλους χρήστες.

Η Rettberg (2017) αναφέρει ότι η αυτοπαρουσίαση μπορεί να χωριστεί σε τρεις κατηγορίες, την οπτική, τη γραπτή και την ποσοτική. Η κατηγορία οπτική αυτοπαρουσίαση περιλαμβάνει selfie's, εικόνες και εικονίδια τα οποία χρησιμοποιούμε για να εκφράσουμε τον εαυτό μας για παράδειγμα οι φωτογραφίες που μοιραζόμαστε στο Facebook και στο Tumblr. Η δεύτερη κατηγορία είναι η γραπτή, η αυτοπαρουσίαση ενός ατόμου μπορεί να γίνει και γραπτός, για παράδειγμα μέσω των διαφόρων blogs ή των διαδικτυακών ημερολογίων, όπως επίσης μέσω της κατάστασης (status) στο Facebook, στο Twitter μέσω των tweets ή και των σχολίων στο Instagram. Η κατηγορία ποσοτική αυτοπαρουσίαση γίνεται ολοένα και πιο συχνή αφού τα τηλέφωνα τελευταίας γενιάς και οι εφαρμογές δίνουν περισσότερες ευκαιρίες στους χρήστες για να αυτοπαρουσίαση μπορεί να περιλαμβάνει για παράδειγμα στο Snapchat όπου παρουσιάζουν τη ζωή τους μέσω των αριθμών και των γραφημάτων. Η ποσοτική βγάζοντας μια φωτογραφία υπάρχει η δυνατότητα να προσθέσουμε τη θερμοκρασία στο σημείο που βρισκόμαστε, όπως επίσης μπορεί να καταγραφεί στη φωτογραφία η ταχύτητα με την οποία κινούμαστε τη δεδομένη στιγμή. Συχνά, οι τρεις κατηγορίες επικαλύπτονται μεταξύ τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, για παράδειγμα μία φωτογραφία στο Snapchat περιλαμβάνει αριθμητικές πληροφορίες ή μία selfie περιλαμβάνει οπτική αυτοπαρουσίαση αλλά και κείμενο. Το άρθρο αναφέρεται στη σημειολογία η οποία είναι η επιστήμη των σημείων και προσφέρει μεγάλο λεξιλόγιο για την ανάλυση μίας φωτογραφίας. Επίσης, πραγματοποιείται σημειολογική ανάλυση στη φωτογραφία η οποία έχει τα περισσότερα likes στο Instagram με πάνω από 3.5 εκατομμύρια likes της Kendall Jenner η οποία είναι ξαπλωμένη στο πάτωμα με τοποθετημένα τα μαλλιά της σε σχήμα καρδιάς. Η φωτογραφία δημοσιεύτηκε χωρίς να έχει καθόλου σχόλια. Η φωτογραφία της θεωρείται αυτοπαρουσίαση αφού η φωτογράφιση οργανώθηκε σκόπιμα και δημοσιεύτηκε στο λογαριασμό της στο Instagram κερδίζοντας μερικά εκατομμύρια likes. Το άρθρο καταλήγει στο συμπέρασμα ότι όταν οι χρήστες μοιράζονται στα κοινωνικά δίκτυα μία selfie δεν προσπαθούν να δημιουργήσουν λογοτεχνία αλλά απλά το κάνουν για διασκέδαση, να συνδεθούν με τους φίλους τους ή απλά για να περάσει η ώρα τους. Το μόνο σίγουρο είναι ότι ο

τρόπος που αυτοπαρουσιάζομαστε αλλάζει συνεχώς και σίγουρα τα επόμενα χρόνια θα προστεθούν και νέες ιδέες (Rettberg 2017).

O Hu et al. (2014), πραγματοποίησαν μια έρευνα σχετικά με το περιεχόμενο των φωτογραφιών που ανεβάζουν οι χρήστες στο Instagram. Χρησιμοποιώντας το Instagram API κατάφεραν να συλλέξουν δεδομένα τα οποία στη συνέχεια τα κατηγοριοποίησαν ποιοτικά σύμφωνα με το περιεχόμενο των φωτογραφιών αλλά και ποιοτικά σύμφωνα με το κείμενο που αναγράφεται κάτω από κάθε φωτογραφία. Στη συνέχεια επιλέχθηκε τυχαία ένας αριθμός λογαριασμών οι οποίοι εμφανίζονταν στο δημόσιο προφίλ του Instagram τη δεδομένη στιγμή. Τελικά επιλέχθηκαν 37 ξεχωριστοί χρήστες που στη συνέχεια αποδείχτηκε ότι οι περισσότεροι ήταν διάσημες προσωπικότητες. Έπειτα, μάζεψαν στοιχεία από τους ακόλουθους και φίλους τους με αποτέλεσμα να έχουν να αναλύσουν 95,343 ξεχωριστούς χρήστες και στη συνέχεια μετά από τον καθορισμό κάποιων κριτηρίων, όπως για παράδειγμα ο κάθε ένας να έχει τουλάχιστον 30 φίλους ο αριθμός μειώθηκε σε 13,951 χρήστες. Στη συνέχεια επιλέχθηκαν τυχαία μόνον 50 χρήστες, επειδή η κωδικοποίηση των δεδομένων έγινε χειροκίνητα και δεν μπορούσαν να αναλύσουν μεγάλο αριθμό χρηστών και φωτογραφιών. Επιλέχθηκαν 20 φωτογραφίες από 50 λογαριασμούς, δηλαδή αναλύθηκαν συνολικά 1,000 φωτογραφίες. Οι ερευνητές για να μπορέσουν να εντοπίσουν τις κατηγορίες που θα εντάξουν τις φωτογραφίες κατάφεραν μέσα από διάφορες τεχνικές στον ηλεκτρονικό υπολογιστή να δημιουργήσουν δεκαπέντε κατηγορίες. Στη συνέχεια για να βελτιώσουν αυτή την αυτόματη ποιοτική κατηγοριοποίηση των φωτογραφιών, ζήτησαν τη βοήθεια δύο χρηστών του Instagram οι οποίοι ήταν τακτικοί χρήστες του κοινωνικού δικτύου και κατέληξαν ότι οι φωτογραφίες θα ενταχθούν συνολικά σε οκτώ κατηγορίες. Οι οκτώ κατηγορίες που δημιουργήθηκαν είναι: selfie's, φίλοι, κατοικίδια, μόδα, φαγητό, gadget, φωτογραφίες με κείμενο και διάφορες δραστηριότητες. Τα αποτελέσματα των ερευνητών σύμφωνα με τα δεδομένα που αναλύθηκαν ήταν ότι οι φωτογραφίες στις κατηγορίες selfie's και φίλοι ήταν σχεδόν οι μισές με 24,2% και 22,4% αντίστοιχα. Οι κατηγορίες κατοικίδια και μόδα ήταν οι λιγότερο δημοφιλείς με 5% και οι κατηγορίες φαγητό, gadget και οι φωτογραφίες με κείμενο περίπου 10% η κάθε μία. Συμπερασματικά οι ερευνητές κατέληξαν ότι υπάρχουν οκτώ μεγάλοι διαφορετικοί τύποι κατηγοριών στις φωτογραφίες που ανεβάζουν οι χρήστες στο δίκτυο του Instagram (Hu et al. 2014).

Σύμφωνα με τους Sara Enli & Thumim (2012), η αυτοπαρουσίαση δεν είναι αυτοσκοπός των μέσω κοινωνικής δικτύωσης αλλά η επικοινωνία και η κοινωνικοποίηση του χρήστη. Πολλοί όμως υποστηρίζουν ότι μέρος της κοινωνικοποίησης είναι απαραίτητη και η αυτοπαρουσίαση του ατόμου στα κοινωνικά δίκτυα. Η αυτοπαρουσίαση μας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δεν

είναι ένα απλό θέμα αλλά είναι περίπλοκη και απαιτεί την προσοχή μας αφού εκπροσωπούμε τον ίδιο μας τον εαυτό. Δίνονται τρία παραδείγματα για το πώς η αυτοπαρουσίαση στο Facebook συνδέεται με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και την κοινωνιολογία. Πρώτο, ο εξατομικευμένος παγκόσμιος εαυτός, δεύτερο, η αυτοπαρουσίαση και τρίτο, ο έλεγχος της εκπροσώπησης μας. Σχετικά με τον εξατομικευμένο παγκόσμιο εαυτό αναφέρει ότι, όταν μια ξεχωριστή οντότητα θέλει να κοινωνικοποιηθεί στο Facebook, ανεβάζει φωτογραφίες, σχολιάζει, λέει τη γνώμη του αυτοπαρουσιάζοντας τον εαυτό του. Το Facebook είναι σχεδιασμένο για αυτό το σκοπό αφού μέσα από τα εργαλεία του αποσπά απαντήσεις από τους χρήστες, για παράδειγμα, πως αισθάνεσαι; ή τι σκέφτεσαι; Αυτό είναι ένα από τα πιο εντυπωσιακά χαρακτηριστικά του Facebook αφού εστιάζει ξεχωριστά στην αυτοπαρουσίαση της κάθε οντότητας. Η αυτοπαρουσίαση στο Facebook όπως προαναφέρθηκε περιλαμβάνει και τις φωτογραφίες, ο κάθε χρήστης ανεβάζει τη φωτογραφία του εαυτού του, δηλαδή παρουσιάζει τον εαυτό του, παίρνοντας μέρος στην κοινωνικοποίηση που επικρατεί στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Τέλος, ο έλεγχος της εκπροσώπησης μας στα κοινωνικά δίκτυα αντιμετωπίζει διάφορες προκλήσεις, όπως για παράδειγμα, είμαστε ανίκανοι να ελέγξουμε πλήρως την εκπροσώπηση μας στα δίκτυα αφού πολλές φορές γινόμαστε μέρος της αυτοπαρουσίασης ενός κάποιου άλλου χρήστη. Στη σύγχρονη εποχή της δικτύωσης πρέπει οι χρήστες να αποκτήσουν γνώσεις στα μέσα επικοινωνίας για να μπορούν να ελέγχουν και να έχουν εξουσία στο τι παρουσιάζεται για τον εαυτό τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, για παράδειγμα, να μπορούν να γνωρίζουν τι μπορεί να απενεργοποιήσουν και τι όχι και ποιος άλλος χρήστης μπορεί να τους συμπεριλάβει στην αυτοπαρουσίαση τους (Sara Enli & Thumim 2012).

Ο Pedroni (2014) αναφέρει ότι στο Facebook όσο αυξάνεται η λίστα των φίλων οι χρήστες τείνουν να γίνονται πιο προσεκτικοί στη συζήτηση θεμάτων τα οποία θεωρούνται ευαίσθητα με σκοπό να προφυλάξουν την εικόνα τους και για αυτό προτιμούν να συζητούν θέματα τα οποία ενδιαφέρουν περισσότερους φίλους στη λίστα τους. Αυτό το γεγονός οδηγεί τους χρήστες να παρουσιάζουν μόνο ένα κομμάτι του εαυτού τους και της προσωπικής τους ταυτότητας, το κομμάτι το οποίο πολύ πιθανόν να ενδιαφέρει την πλειοψηφία των φίλων τους στο Facebook. Επίσης, εξετάζεται ο τρόπος με τον οποίο οι χρήστες επικοινωνούν διαδικτυακά και κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι οι χρήστες μπορούν να χωριστούν σε τρεις κύριες κατηγορίες: α) οι χρήστες οι οποίοι αλληλεπιδρούν και συνδέονται με άλλους χρήστες αντλώντας από αυτούς το αίσθημα ότι ανήκουν κάπου, β) οι χρήστες οι οποίοι συμμετέχουν ενεργά στα κοινωνικά διαδίκτυα με σκοπό να εξερευνήσουν και να εκφράσουν την προσωπική τους ταυτότητα στους υπόλοιπους χρήστες και τέλος γ) οι χρήστες οι οποίοι χρησιμοποιούν τα κοινωνικά διαδίκτυα ως εργαλεία με

σκοπό την πληροφόρηση και την ενημέρωση. Χρησιμοποιώντας τη μέθοδο των συνεντεύξεων ο ερευνητής κατέληξε στο συμπέρασμα ότι οι χρήστες του Facebook έχουν σαφές στο μυαλό τους ότι οι άνθρωποι στο δίκτυο τους είναι ο λόγος για τον οποίο ασχολούνται με την παραγωγή περιεχομένου όπως επίσης είναι και ο λόγος που αλληλεπιδρούν με σκοπό τη δικτύωση και τη δημιουργία μιας προσωπικής ταυτότητας. Για να επιτύχουν οι χρήστες το σκοπό τους θέλουν: α) να είναι δημοφιλής στο δίκτυο αυξάνοντας το κοινό τους με την παραγωγή και ανταλλαγή περιεχομένου το οποίο να ενδιαφέρει όσο περισσότερους χρήστες, β) να αυτοπαρουσιάζουν την ταυτότητα τους μέσω της δημιουργίας και της ανταλλαγής περιεχομένου είτε προσωπικού είτε άλλου, και γ) θέλουν να λαμβάνουν νέα και (προσωπικές) πληροφορίες που παράγονται και διαμοιράζονται από τους διαδικτυακούς τους φίλους. (Pedroni et al. 2014)

Οι Yee & Bailenson (2007) αναφέρονται στο φαινόμενο του Πρωτέα ο οποίος χαρακτηρίζεται «πρωτεϊκός», δηλαδή αυτός που αλλάζει συνεχώς μορφές, που μεταμορφώνεται και που έχει την ικανότητα να παίρνει πολλές διαφορετικές αναπαραστάσεις. Από την ελληνική μυθολογία η οποία βασιζόταν σε φανταστικές ιστορίες, σήμερα, μπορεί να γίνει παραλληλισμός με τη ψηφιακή τεχνολογία όπου ο χρήστης μπορεί όντως να αναπαραστήσει τον εαυτό του στο διαδίκτυο με όποιο τρόπο νομίζει ότι θα είναι πιο αποδεκτός προς την υπόλοιπη ψηφιακή κοινότητα (Yee & Bailenson 2007).

Οι Marwick & Boyd (2011) στη έρευνα τους κάνουν αναφορά στον τρόπο που οι διάσημοι αυτοπαρουσιάζονται στο κοινωνικό δίκτυο Twitter. Προσπαθώντας να δημιουργήσουν σχέσεις και οικειότητα με τους ακόλουθους τους βρίσκουν διάφορους τρόπους προς επίτευξη αυτού του στόχου, μεταξύ άλλων, παρουσιάζουν στο κοινό τους ότι αποκαλύπτουν προσωπικές πληροφορίες, όπως επίσης χρησιμοποιούν και συγκεκριμένο τρόπο που εκφράζονται. Ακόμη, αλληλεπιδρούν μέσω του κοινωνικού δικτύου με άλλες δημόσιες προσωπικότητες για να δίνουν την εντύπωση ότι είναι ελικρινής όπως επίσης και για να κρατούν τη δημοτικότητα τους σε υψηλά επίπεδα. Οι ερευνητές για να εξετάσουν αυτό το φαινόμενο αρχικά ανέλυαν 237 λογαριασμούς διάσημων προσωπικοτήτων στο Twitter και στη συνέχεια έθεσαν κάποια κριτήρια τα οποία τους οδήγησαν στην ανάλυση είκοσι λογαριασμών, έπειτα, πραγματοποίησαν ποιοτική ανάλυση στα Tweets των τελευταίων 2-3 μηνών. και κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι η πρακτική που χρησιμοποιούν οι διάσημοι σε αυτό το κοινωνικό δίκτυο παρουσιάζει φαινομενικά ένα αυθεντικό και οικείο εαυτό προς τους θαυμαστές τους διατηρώντας παράλληλα και τις καλές σχέσεις διάσημου προς θαυμαστή (Marwick & boyd 2011).

Συμπερασματικά, οι παραπάνω επιστημονικές μελέτες πραγματεύονται την αυτοπαρουσίαση του εαυτού στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης καθώς και τους τρόπους με τους οποίους ένας χρήστης μπορεί να παρουσιάζει το εαυτό του μέσω της διαμεσολαβημένης επικοινωνίας. Αναφέρεται η αυτοπαρουσίαση η οποία σύμφωνα με τα σημερινά τεχνολογικά δεδομένα, μπορεί να χωριστεί σε τρεις κύριες κατηγορίες, την οπτική, τη γραπτή και την ποσοτική, δίνοντας έτσι στους χρήστες επιλογές σχετικά με τον τρόπο που επιθυμούν να παρουσιαστούν. Επίσης, η αυτοπαρουσίαση μας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και συγκεκριμένα στο Instagram μπορεί να χωριστεί σε οκτώ διαφορετικούς τύπους κατηγοριών σύμφωνα με το περιεχόμενο τους, όπως, οι selfie's, με τους φίλους, με τα κατοικίδια, μόδα, φαγητό, gadget, φωτογραφίες με κείμενο και διάφορες άλλες δραστηριότητες.

Τονίζεται ότι η αυτοπαρουσίαση μας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δεν είναι αυτοσκοπούς αλλά αντίθετα είναι η επικοινωνία και η κοινωνικοποίηση των χρηστών. Το Facebook είναι δομημένο με τέτοιο τρόπο έτσι ώστε να διευκολύνει την αυτοπαρουσίαση ενός ατόμου δίνοντας του τα απαραίτητα εργαλεία. Στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ο έλεγχος της αυτοπαρουσίασης μας αντιμετωπίζει διάφορες προκλήσεις, όπως για παράδειγμα, είμαστε ανίκανοι να ελέγξουμε πλήρως την εκπροσώπηση μας στα συγκεκριμένα δίκτυα.

Ένα άλλο εύρημα των παραπάνω μελετών, είναι ότι όσο αυξάνεται η λίστα των φίλων μας σε ένα κοινωνικό δίκτυο, οι χρήστες τείνουν να γίνονται πιο προσεκτικοί στη συζήτηση θεμάτων καθώς και στην αυτοπαρουσίαση τους, παρουσιάζοντας έτσι ένα μικρό μέρος της προσωπικότητάς τους και όχι τον πραγματικό τους εαυτό. Επίσης, σύμφωνα με τον τρόπο με τον οποίο οι χρήστες επικοινωνούν διαδικτυακά μπορούν να χωριστούν σε τρεις κύριες κατηγορίες: α) οι χρήστες οι οποίοι αλληλεπιδρούν και συνδέονται με άλλους χρήστες αντλώντας από αυτούς το αίσθημα ότι ανήκουν κάπου, β) οι χρήστες οι οποίοι συμμετέχουν ενεργά στα κοινωνικά διαδίκτυα με σκοπό να εξερευνήσουν και να εκφράσουν την προσωπική τους ταυτότητα στους υπόλοιπους χρήστες και τέλος γ) οι χρήστες οι οποίοι χρησιμοποιούν τα κοινωνικά διαδίκτυα ως εργαλεία με σκοπό την πληροφόρηση και την ενημέρωση.

Σχετικά με την αυτοπαρουσίαση των διάσημων προσωπικοτήτων στα κοινωνικά δίκτυα, φαίνεται ότι προσπαθούν να δημιουργήσουν σχέσεις και οικειότητα με τους ακόλουθους τους βρίσκοντας διάφορους τρόπους όπως, να αποκαλύπτουν προσωπικές πληροφορίες, και να αλληλεπιδρούν με άλλες διάσημες προσωπικότητες για να δίνουν την εντύπωση ότι είναι ειλικρινής όπως επίσης και για να κρατούν τη δημοτικότητα τους σε υψηλά επίπεδα.

Κεφάλαιο 3

Μεθοδολογία της έρευνας

Στο τρίτο κεφάλαιο παρουσιάζεται αναλυτικά ο σχεδιασμός της έρευνας ο οποίος αναπτύχθηκε. Αναφέρονται τα ερευνητικά ερωτήματα της έρευνας και τα εργαλεία που χρησιμοποιήθηκαν για τη συλλογή των δεδομένων. Στη συνέχεια, γίνεται λεπτομερής περιγραφή στον τρόπο συλλογής των δεδομένων και παρουσιάζονται οι λειτουργίες του εργαλείου που χρησιμοποιήθηκε, τέλος παρουσιάζεται το δείγμα των δεδομένων το οποίο στην πορεία της έρευνας θα αναλυθεί.

3.1 Ερευνητικά ερωτήματα

Μέσα από τη μελέτη θα γίνει προσπάθεια να προσδιοριστούν οι τρόποι με τους οποίους επιλέγουν οι διάσημες προσωπικότητες να αυτοπαρουσιάζονται στο μέσω κοινωνικής δικτύωσης Instagram σύμφωνα με το δείγμα το οποίο αναλύθηκε. Για να επιτευχθεί το παραπάνω ερευνητικό ερώτημα, χρειάζεται να μελετηθούν οι παρακάτω παράμετροι:

- 1) Οι φωτογραφίες που οι διάσημες προσωπικότητες προτιμούν να αναρτούν στο Instagram, είναι ιδιωτικής ή επαγγελματικής φύσεως. Θα παρατηρηθεί το ποσοστό το οποίο επιλέγουν να αυτοπαρουσιάζουν την ιδιωτική τους ζωή μέσα από φωτογραφίες που παρουσιάζουν προσωπικές τους στιγμές και παράλληλα το ποσοστό το οποίο επιλέγουν να αυτοπαρουσιάζουν την επαγγελματική τους πορεία.
- 2) Τα άτομα που συνήθως συμπεριλαμβάνονται στις φωτογραφίες που αναρτούν οι διάσημες προσωπικότητες στον λογαριασμό τους στο Instagram. Θα παρατηρηθούν ποια άτομα επιλέγουν να συμπεριλαμβάνονται στις φωτογραφίες τους, όπως για παράδειγμα, με φίλους, μόνοι τους, με οικογένεια κ.α.
- 3) Εάν συμπεριλαμβάνονται φωτογραφίες με αισθησιακό περιεχόμενο. Θα παρουσιαστεί το ποσοστό με το οποίο οι διάσημες προσωπικότητες επιλέγουν να αναρτούν φωτογραφίες με αισθησιακό περιεχόμενο στον λογαριασμό τους στο Instagram.
- 4) Εάν οι φωτογραφίες που οι διάσημες προσωπικότητες αναρτούν στον λογαριασμό τους είναι σε ιδιωτικό ή σε δημόσιο χώρο. Θα παρατηρηθεί το ποσοστό με το οποίο επιλέγουν να αυτοπαρουσιάζονται σε ιδιωτικό χώρο, για παράδειγμα, στο σπίτι τους, και

παράλληλα θα παρατηρηθεί το ποσοστό με το οποίο παρουσιάζονται σε δημόσιο χώρο, για παράδειγμα σε εξωτερικό χώρο.

- 5) Εάν οι φωτογραφίες που οι διάσημες προσωπικότητες αναρτούν στον λογαριασμό τους υπόκεινται σε επεξεργασία. Θα παρατηρηθεί κατά πόσο επιλέγουν να προχωρούν σε εμφανή επεξεργασία στις φωτογραφίες που αναρτούν, για παράδειγμα, μαυρόασπρες, πρόσθεση διάφορων εικονιδίων εντός της φωτογραφίας κ.α.
- 6) Εάν οι διάσημες προσωπικότητες προτιμούν να αναρτούν selfie φωτογραφίες. Θα παρατηρηθεί το ποσοστό το οποίο επιλέγουν να αυτοπαρουσιάζονται με φωτογραφίες selfie σε σχέση με τον αριθμό των υπόλοιπων φωτογραφιών.
- 7) Το περιεχόμενο που οι ακόλουθοι των διάσημων προσωπικοτήτων αλληλεπιδρούν περισσότερο. Όταν αναλυθούν οι παραπάνω παράμετροι τότε θα κατανοηθεί σε ποια στοιχεία και σε πιο περιεχόμενο των φωτογραφιών οι ακόλουθοι των διάσημων προσωπικοτήτων αλληλεπιδρούν περισσότερο.

3.2 Εργαλεία και συλλογή δεδομένων έρευνας

3.2.1 Εργαλεία έρευνας

Το εργαλείο που χρησιμοποιήθηκε για τη συλλογή των δεδομένων/φωτογραφιών από το μέσω κοινωνικής δικτύωσης Instagram είναι το Popsters (Anon 2017b.). Τα μεθοδολογικά εργαλεία για την πραγματοποίηση της έρευνάς μας είναι η αποκωδικοποίηση των φωτογραφιών, εμπνευσμένη από τη σημειολογική κατηγοριοποίηση του R. Barthes και στη συνέχεια η ποσοτικοποίηση των δεδομένων και ευρημάτων. Θα γίνει αναλυτική αναφορά των εργαλείων στη συνέχεια της διατριβής.

3.2.2 Συλλογή Δεδομένων έρευνας

Αρχικά, τα στοιχεία σχετικά με τους δέκα πιο δημοφιλείς λογαριασμούς συλλέχθηκαν από τη Wikipedia καθώς μετά από αναζήτηση που πραγματοποιήθηκε στο διαδίκτυο διαπιστώθηκε ότι η σελίδα αυτή αναθεωρεί αρκετά συχνά τα στατιστικά στοιχεία που συμπεριλαμβάνει για το συγκεκριμένο θέμα. Εν συνεχεία, για αποφυγή τυχόν λάθους έγινε έλεγχος και στους δέκα λογαριασμούς στο μέσω κοινωνικής δικτύωσης Instagram για να επιβεβαιωθεί ο αριθμός των ακόλουθων των διασήμων. Ο έλεγχος του αριθμού των ακόλουθων των διασήμων πραγματοποιήθηκε τον Νοέμβριο του 2017 και συμφωνούσε με τον αριθμό που αναφέρεται στη σελίδα της η Wikipedia.

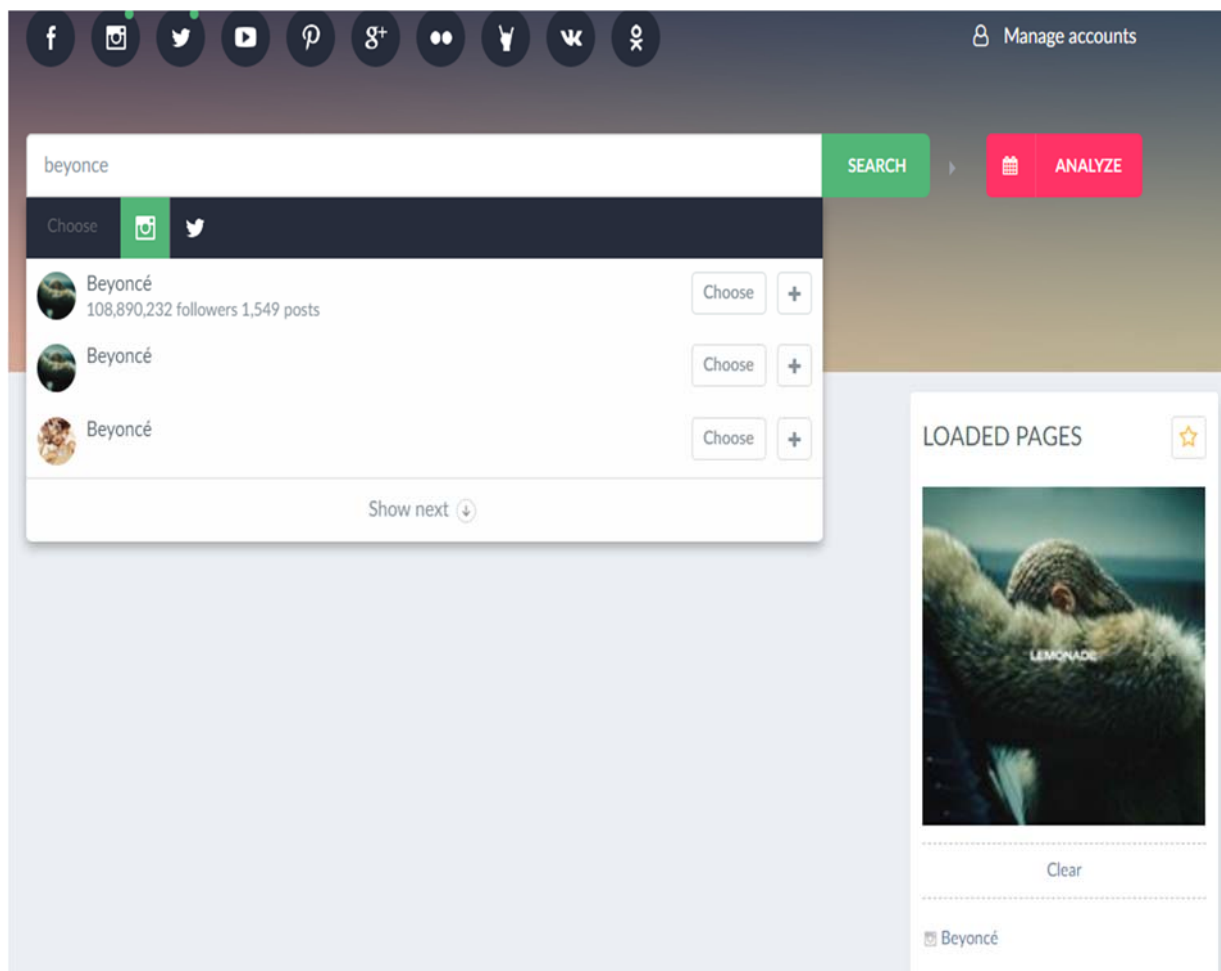
Στη συνέχεια, μετά από αναζήτηση και έρευνα που πραγματοποιήθηκε στο διαδίκτυο, εντοπίστηκε το εργαλείο Popsters. Το Popsters είναι ένα διαδικτυακό εργαλείο ανάλυσης περιεχομένου στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Αρχικά, λειτουργεί σε trial (δοκιμαστική) μορφή για μια εβδομάδα και στη συνέχεια υπάρχει χρέωση ανάλογα με το χρονικό διάστημα που επιθυμεί ο ερευνητής να το χρησιμοποιήσει. Για να μπορέσει ο ερευνητής να χρησιμοποιήσει το εργαλείο θα πρέπει να κάνει log in σε ένα λογαριασμό του και στη συνέχεια να δώσει εξουσιοδότηση στο εργαλείο. Το Popsters έχει τη δυνατότητα να αναλύσει και να παρουσιάσει στατιστικά στοιχεία για τον εκάστοτε λογαριασμό, όπως, τις δημοφιλέστερες αναρτήσεις και εν συνεχεία πραγματοποιείται φιλτράρισμα στα στοιχεία που θέλει να επικεντρωθεί ο ερευνητής, μεταξύ άλλων, στον τύπο του περιεχομένου, στα hashtags ή στην ημερομηνία δημοσίευσης μιας ανάρτησης. Το εργαλείο Popsters έχει πρόσβαση για ανάλυση περιεχομένου σε δέκα κοινωνικά δίκτυα, το Instagram, το Facebook, το Twitter, το YouTube, Google Plus, Flickr, Pinterest, VK, Coub και το OK.

Η συγκεκριμένη ιστοσελίδα αποτελεί ένα έγκυρο εργαλείο το οποίο έχει χρησιμοποιηθεί από σειρά μελετών, μεταξύ άλλων, (Kuhzady et al. 2017), (Cakici et al. 2017), οι οποίες το αξιοποιούν για να μπορέσουν να αναλύσουν το περιεχόμενο διάφορων κοινωνικών δικτύων.

Στη συνέχεια, ακολουθεί λεπτομερής περιγραφή της διαδικασίας συλλογής των δεδομένων από το εργαλείο Popsters. Η διαδικασία συλλογής και δημιουργίας των δεδομένων ξεκινά από το κουτί αναζήτησης του εργαλείου (βλ. εικ.6). Για την κάθε διάσημη προσωπικότητα, έγινε ξεχωριστή αναζήτηση. Για να εντοπίσει το εργαλείο τον εκάστοτε λογαριασμό θα πρέπει να αναγράφεται το επίσημο username του λογαριασμού που θέλουμε να αναζητήσουμε και πατάμε το κουμπί search. Στη συνέχεια, επιστρέφει τα αποτελέσματα που είναι διάφοροι λογαριασμοί με το username που αναζητήθηκε. Για να εντοπιστεί ο επίσημος λογαριασμός της διάσημης προσωπικότητας θα πρέπει να επιλεγθεί το κουμπί “choose” (σε όλες τις αναζητήσεις που έγιναν το πρώτο αποτέλεσμα ήταν ο επίσημος λογαριασμός). Όταν επιλεγθεί, μας δίνει κάποια στοιχεία του λογαριασμού, όπως, πόσοι είναι οι ακόλουθοι και πόσες είναι οι αναρτήσεις (βλ. εικ.6). Από αυτά τα στοιχεία μπορεί να γίνει αντιληπτό εάν είναι ο επίσημος λογαριασμός. Για να επαληθευτεί εάν όντως είναι ο έγκυρος λογαριασμός έγινε έλεγχος των στοιχείων και στο Instagram, για την κάθε περίπτωση ξεχωριστά. Στη συνέχεια όταν επιλεγθεί το “choose” και επιλεγθεί ο λογαριασμός που επιθυμούμε πατάμε το “Analyze” για να ξεκινήσει η ανάλυση. Μετά από λίγα λεπτά το εργαλείο κάνει την ανάλυση στο λογαριασμό του Instagram και επιστρέφει τα αποτελέσματα που αναζητήθηκαν, έπειτα, υπάρχει η δυνατότητα να τα ταξινομήσουμε είτε να

αρχίζει από τις δημοφιλέστερες αναρτήσεις, είτε κατά ημερομηνία ανάρτησης της φωτογραφίας. Για το σκοπό της έρευνας επιλέχθηκε η ταξινόμηση των δημοφιλέστερων αναρτήσεων. Στη συνέχεια, επιλέχθηκαν οι 5 φωτογραφίες με τα περισσότερα likes και από τους 10 λογαριασμούς και αποθηκευτήκαν σε ηλεκτρονικό υπολογιστή. Ταυτόχρονα, έγινε αντιγραφή όπου υπήρχε, της λεζάντας που συνοδεύει τις φωτογραφίες. Κάτω από τις φωτογραφίες υπάρχει link που παραπέμπει κατευθείαν στον πραγματικό λογαριασμό της εκάστοτε διάσημης προσωπικότητας για εξακρίβωση των στοιχείων.

Συνολικά, ο αριθμός των δεδομένων που συλλέχθηκαν είναι 50 φωτογραφίες, όπως επίσης και η λεζάντα της κάθε φωτογραφίας, ο αριθμός των likes, καθώς και ο αριθμός των σχολίων που πραγματοποιήθηκαν σε κάθε φωτογραφία. Τα παραπάνω στοιχεία συλλέχθηκαν τη χρονική περίοδο μεταξύ 02.12.2017 και 04.12.2017.



Εικόνα 5: Διαδικασία συλλογής δεδομένων από το εργαλείο Popsters (Anon 2017b).

3.3 Δείγμα Δεδομένων

Επιλέχθηκαν στο σύνολο 50 φωτογραφίες από λογαριασμούς δέκα διάσημων προσωπικοτήτων με τους περισσότερους ακόλουθους (followers) στο μέσω κοινωνικής δικτύωσης Instagram. Επιλέχθηκαν για ανάλυση οι πέντε φωτογραφίες από τον κάθε λογαριασμό οι οποίες είχαν τα περισσότερα likes κατά τη χρονική περίοδο μεταξύ 02.12.2017 και 04.12.2017. Ο λόγος που επιλέχθηκαν οι πιο liked φωτογραφίες ήταν για να αναδειχθούν τα στοιχεία στις φωτογραφίες που επηρεάζουν τους χρήστες για να αλληλεπιδρούν περισσότερο σε σχέση με άλλες φωτογραφίες της εκάστοτε διάσημης προσωπικότητας.

Ο λογαριασμός με τους περισσότερους ακόλουθους στο Instagram είναι το Instagram (228 εκατομμύρια) και για αυτό το λόγο δεν θα προχωρήσει η ανάλυση του καθώς στόχος της μεταπτυχιακής διατριβής είναι να επικεντρωθεί μόνο στους λογαριασμούς των διάσημων προσωπικοτήτων.

Οι 10 λογαριασμοί στο Instagram με τους περισσότερους ακόλουθους που θα αναλυθούν είναι (Wikipedia 2017):

- 1) @selenagomez (Gomez 2017) - 130 εκατομμύρια ακόλουθους.
- 2) @cristiano (Ronaldo 2017) - 116 εκατομμύρια ακόλουθους.
- 3) @arianagrande (Grande 2017) - 116 εκατομμύρια ακόλουθους.
- 4) @beyonce (Knowles-Carter 2017) - 108 εκατομμύρια ακόλουθους.
- 5) @kimkardashian (Kardashian 2017) - 105 εκατομμύρια ακόλουθους.
- 6) @taylorswift (Swift 2017) - 104 εκατομμύρια ακόλουθους.
- 7) @kyliejenner (Kylie Jenner 2017) - 99 εκατομμύρια ακόλουθους.
- 8) @therock (Johnson 2017) - 96 εκατομμύρια ακόλουθους.
- 9) @justinbieber (Bieber 2017) - 94 εκατομμύρια ακόλουθους.
- 10) @kendalljenner (Kendall Jenner 2017) - 85 εκατομμύρια ακόλουθους.

Κεφάλαιο 4

Ανάλυση Φωτογραφιών Διάσημων Προσωπικοτήτων

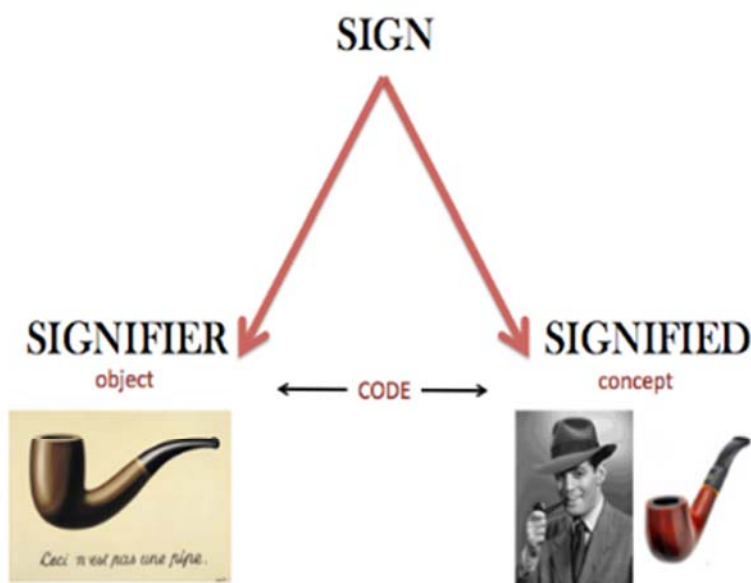
Στο παρόν κεφάλαιο γίνεται αναφορά στη σημειωτική ανάλυση καθώς και στον τρόπο με τον οποίο μια φωτογραφία μπορεί να γίνει φορέας πολλαπλών σημασιών. Επίσης, γίνεται αναφορά στο πως μια φωτογραφία μπορεί να αναλυθεί αποκωδικοποιώντας τα στοιχεία που συμπεριλαμβάνονται σε σημειακούς κώδικες. Στη συνέχεια πραγματοποιείται η ανάλυση 50 φωτογραφιών που επιλέχθηκαν από λογαριασμούς δέκα διάσημων προσωπικοτήτων με τους περισσότερους ακόλουθους (followers) στο μέσω κοινωνικής δικτύωσης Instagram. Ο στόχος της ανάλυσης είναι να αναδειχθεί ο τρόπος με τον οποίο αυτοπαρουσιάζονται οι διάσημοι στο εν λόγω μέσω κοινωνικής δικτύωσης. Επιλέχθηκαν για ανάλυση οι πέντε φωτογραφίες από τον κάθε λογαριασμό οι οποίες έχουν τα περισσότερα likes κατά τη χρονική περίοδο μεταξύ 02.12.2017 και 04.12.2017. Στη συνέχεια, γίνεται ομαδοποίηση όλων των στοιχείων που συλλέχτηκαν σε πίνακα. Ακολούθως, εισάγονται στο εργαλείο στατιστικής ανάλυσης SPSS για να εξαχθούν ομαδοποιημένα τα ποσοστά χρήσης του κάθε στοιχείου στις φωτογραφίες των διάσημων προσωπικοτήτων.

4.1 Σημειωτική Ανάλυση

Η σημειολογία προέρχεται από τις λέξεις σημείο και λόγος. Η σημειωτική ανάλυση σύμφωνα με τον Chandler (1994) είναι η μελέτη των σημείων. Περιλαμβάνει τη μελέτη γενικότερα των σημείων από την καθημερινότητα μας, όπως τις λέξεις, εικόνες, ήχους χειρονομίες και αντικείμενα και όχι μόνο την καθημερινή γλώσσα. Τα σημεία μελετώνται με κύριο στόχο την απόδοση ενός νοήματος (Chandler 1994). Σύμφωνα με τον Barthes η σημειολογία είναι μια επιστήμη των σημείων (Barthes 1961). Στη βιβλιογραφία εμφανίζονται και οι δύο ορισμοί σημειολογία και σημειωτική και πλέον είναι σχεδόν ταυτόσημοι. Στην Ευρώπη χρησιμοποιείται ο όρος σημειολογία ενώ οι Αγγλοσάξονες χρησιμοποιούν τον όρο σημειωτική. Ο Saussure αναφέρεται στον όρο σημειολογία ως η επιστήμη που μελετά τη ζωή των σημείων μέσα στην

κοινωνική ζωή. Ο Αμερικάνος Peirce αναφέρεται στην μελέτη των σημείων με τον όρο σημειωτική και στηρίζεται στη λογική ανάλυση των σημείων. Υπήρξε μια προσπάθεια για διαχωρισμό των δύο ορισμών, με τη σημειολογία να χαρακτηρίζεται μια γενική επιστήμη, ενώ η σημειωτική αποτελεί κάθε διαφορετικό σύστημα σημείων, για παράδειγμα, σημειωτική κειμένου, φωτογραφίας, κινηματογράφου κ.α. (Γραμμενίδης et al. 2015)

Σύμφωνα με τον Saussure κάθε σημείο αποτελείται από ένα «σημαίνον» δηλαδή το μήνυμα που λαμβάνει το άτομο, και ένα σημαινόμενο, δηλαδή η έννοια που αναπαριστά. Το σημαινόμενο, είναι μια νοητική κατασκευή (Παπουτζής 2013). Σε αυτή την περίπτωση, έχουμε μία εικόνα στην οποία θα πρέπει να γίνει αποκωδικοποίηση, επειδή η εικόνα και το αντικείμενο αναφοράς, συμπεριλαμβάνουν ένα σημαινόμενο μήνυμα (Γιαννάτου 2016). Η σύνδεση μεταξύ του σημαίνοντος και του σημαινόμενου είναι γνωστή ως σημασιοδότηση και απεικονίζεται στο παρακάτω διάγραμμα με 2 κατευθυνόμενα βέλη.



The Semiotic Triangle as described by Saussure. Image created by Samantha Lewis.

Εικόνα 6: Το σημειωτικό τρίγωνο, όπως περιγράφεται από τον Saussure (Anon 2017c).

4.1.1 Κώδικες

Οι σημειωτικοί κώδικες μπορούν να θεωρηθούν ως μία γλώσσα επικοινωνίας. Κάθε κώδικας συμπεριλαμβάνει τα σημεία τα οποία τοποθετούνται σε σειρά έτσι ώστε να ερμηνευτεί το νόημα. Τα σημεία αυτά συνθέτουν ένα μήνυμα. Οι κώδικες γενικότερα δημιουργούν ένα πλαίσιο μέσα στο οποίο τα σημεία αποκτούν ιδιαίτερη σημασία (Chandler 1994). Αυτό το κωδικοποιημένο μήνυμα θα πρέπει να αποκωδικοποιηθεί έτσι ώστε να αποκαλυφθεί το μήνυμα. Για παράδειγμα το σημαίνον, κόκκινα μακριά νύχια, είναι σημείο της θηλυκότητας ενός σημαινόμενου που είναι η γυναίκα.

4.1.2 Σημεία

Τα σημεία οργανώνονται σε συστήματα τα οποία προσφέρουν σημασία σύμφωνα με κάποιες συμβάσεις, τις οποίες οι σημειωτιστές ονομάζουν κώδικες, δηλαδή οι κώδικες αποτελούνται από σημεία. Σημείο μπορεί να είναι μία κίνηση, μία πόζα, ένα αντικείμενο (Chandler 1994). Αρχικά ο Saussure, ανάλυσε το σημείο σε δύο διαστάσεις, το σημαίνον και το σημαινόμενο, στη συνέχεια ο Peirce αναλύει το σημείο σε τρεις διαστάσεις, το Αντιπροσωπεύον (representamen), το οποίο αντιστοιχεί στο σημαίνον του Saussure, το Ερμηνευμα (interpretant), το οποίο αντιστοιχεί στο σημαινόμενο του Saussure, και τέλος το Αντικείμενο (object) (Γραμμενίδης et al. 2015).

4.1.3 Καταδήλωση και Συμπαραδήλωση

Η καταδήλωση σύμφωνα με τον Barthes ορίζεται ως το κυριολεκτικό μήνυμα που λαμβάνει ένας άνθρωπος, η πρώτη ανάγνωση που κάνει στη θέαση μιας εικόνας ή/και κειμένου, δημιουργώντας ένα πρώτο επίπεδο αναγνώρισης μια εικόνας.

Η συμπαραδήλωση σε μία ακατέργαστη φωτογραφία προέρχεται από τις παρεμβάσεις του ανθρώπου με τη βοήθεια ορισμένων τεχνικών. Για να κατανοηθεί το μήνυμα μιας συμπαραδηλούμενης φωτογραφίας θα πρέπει να γίνει ανάλυση στις τεχνικές που υπόκειται, οργανώνοντας δομημένες έννοιες (Barthes 1961). Ο Fiske αναφέρει ότι η καταδήλωση είναι αυτό που φωτογραφίζεται, ενώ η συμπαραδήλωση είναι το πώς φωτογραφίζεται (Κουμπαρέλης 2017).

4.2 Ανάλυση φωτογραφίας σύμφωνα με τον Barthes

Σύμφωνα με τον Barthes (1961) η φωτογραφία είναι ένα μήνυμα, το σύνολο του μηνύματος αυτού αποτελείται από: 1) μία πηγή μετάδοσης, 2) ένα διάυλο μεταβίβασης, και 3) ένα χώρο λήψης (Barthes 1961). Η πηγή μετάδοσης με τα σημερινά δεδομένα, θα μπορούσε να οριστεί ότι είναι ο ίδιος ο χρήστης του μέσου κοινωνικής δικτύωσης ή ο φωτογράφος, που τραβά τη φωτογραφία και την επεξεργάζεται. Ο διάυλος μεταβίβασης είναι το μέσω κοινωνικής δικτύωσης, η πλατφόρμα όπου ανεβάζει ο χρήστης τη φωτογραφία. Και τέλος ο χώρος λήψης, που μπορούν να θεωρηθούν οι υπόλοιποι χρήστες-φίλοι οι οποίοι βλέπουν τη φωτογραφία.

Σύμφωνα με τον Barthes, υπάρχει το φωτογραφικό παράδοξο, στο οποίο συνυπάρχουν δύο μηνύματα, το συμπαραδηλούμενο (ή κωδικοποιημένο μήνυμα), το οποίο αναπτύσσεται με αφετηρία ενός μηνύματος χωρίς κώδικα, το λεγόμενο καταδηλούμενο μήνυμα. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα τη συνύπαρξη δύο μηνυμάτων σε μια φωτογραφία, το ένα χωρίς κώδικα και το άλλο με κώδικα που είναι η επεξεργασία της ή η γραφή.

Σύμφωνα με τα παραπάνω, οι φωτογραφίες που θα αναλυθούν στη συνέχεια της έρευνας, θα πρέπει να θεωρούνται ως ένα μήνυμα συμπαραδηλούμενο στο οποίο θα πρέπει να πραγματοποιηθεί αποκωδικοποίηση, με σκοπό να εξεταστεί πώς τα υποκείμενα αυτοπαρουσιάζονται, είτε με μία πόζα, είτε τα άτομα που συμπεριλαμβάνονται, ή ακόμα και η λεζάντα που προστίθεται από τα υποκείμενα στη φωτογραφία τους.

Σύμφωνα με τον Barthes το μήνυμα που μπορεί να δημιουργηθεί από μία φωτογραφία χωρίζεται σε δύο κατηγορίες, το καταδηλούμενο μήνυμα το οποίο είναι η πραγματική απεικόνιση που λαμβάνει ένας άνθρωπος, δηλαδή το κυριολεκτικό μήνυμα που καταλαβαίνει, και δεύτερο το συμπαραδηλούμενο μήνυμα, που δεν γίνεται άμεσα αντιληπτό αφού συχνά παρεμβαίνουν διάφοροι κώδικες.

Παρακάτω, θα αναφερθούν οι έξι τρόποι της φωτογραφικής συμπαραδήλωσης που σύμφωνα με τον Barthes που πιθανόν να υπάρχουν σε μια φωτογραφία (Barthes 1961):

- 1) Τρυκ. Μια φωτογραφία μπορεί να επεξεργαστεί και από το αρχικά καταδηλούμενο μήνυμα της μετατρέπεται σε συμπαραδηλούμενο μήνυμα. Στο βιβλίο του ο Barthes αναφέρει ένα παράδειγμα όπου, ένας γερουσιαστής έχασε την έδρα του επειδή η φωτογραφία υπέστη επεξεργασία και τον έδειχνε να συζητά με τον κομμουνιστή ηγέτη.
- 2) Πόζα. Η πόζα στις φωτογραφίες είναι ένας συχνός τρόπος αυτοπαρουσίασης. Διάσημοι, μοντέλα και ειδικότερα πολιτικοί χρησιμοποιούν αυτόν τον τρόπο για να μεταφέρουν στο κοινό κάποια μηνύματα. Ο Barthes αναφέρει το παράδειγμα του

Kennedy, ο οποίος σε περίοδο εκλογών εμφανίστηκε σε μια εφημερίδα, η φωτογραφία του ήταν σε πλάγια πόζα με τα μάτια του στραμμένα στον ουρανό και τα χέρια του ενωμένα. Η πόζα του υποκειμένου συμπεριλαμβάνει κώδικες οι οποίοι μπορούν να αναγνωστούν όπως, η νεανικότητα, η πνευματικότητα και η αγνότητα. Ο θεατής δέχεται την πόζα ως απλή καταδήλωση, δηλαδή, ο «Kennedy προσεύχεται» αλλά στην ουσία έχει διπλή δομή, καταδηλούμενη και συμπαραδηλούμενη.

- 3) Αντικείμενα. Τα αντικείμενα που πλαισιώνουν μια φωτογραφία έχουν σημαντικό ρόλο επειδή οδηγούν το θεατή στη δημιουργία συνειρμών. Για παράδειγμα, μια βιβλιοθήκη παραπέμπει σε ένα διανοούμενο άτομο. Ο Barthes τα αποκαλεί «πόζα των αντικειμένων» αφού η συμπαραδηλούμενη έννοια αναδύεται από τα φωτογραφούμενα αντικείμενα.
- 4) Φωτογένεια. Σύμφωνα με τον Barthes στη φωτογένεια το συμπαραδηλούμενο μήνυμα βρίσκεται μέσα στην ίδια την εικόνα, «ωραιοποιημένη» με τη βοήθεια τεχνικών φωτισμού, εκτύπωσης και τραβήγματος. Μεταφέροντας αυτή τη έννοια στη σημερινή εποχή, πρωταρχικό ρόλο στην ωραιοποίηση μιας φωτογραφίας θα ήταν το πρόγραμμα επεξεργασίας εικόνων Photoshop το οποίο χρησιμοποιείται ευρέως από τους ειδικούς της φωτογραφίας για να μεταφέρουν στους θεατές το «τέλειο» αποτέλεσμα.
- 5) Αισθητισμός. Σύμφωνα με τον Barthes όταν η φωτογραφία γίνεται ζωγραφική, δηλαδή σύνθεση εσκεμμένα δουλεμένη τότε είναι είτε για να αναπροσδιοριστεί ως τέχνη είτε για να επιβάλει ένα σημαίνόμενο συνήθως πιο σύνθετο από ότι θα το επέτρεπαν άλλες μέθοδοι συμπαραδήλωσης.
- 6) Σύνταξη. Οι πιο πάνω περιπτώσεις συμπαραδήλωσης ισχύουν για μια μόνη φωτογραφία. Στη περίπτωση της σύνταξης πολλές φωτογραφίες μπορούν να συγκροτηθούν σε σειρά, για παράδειγμα, σε εικονογραφημένα περιοδικά. Το σημαίνον της συμπαραδήλωσης δε βρίσκεται πια στο επίπεδο ξεχωριστά για την κάθε φωτογραφία της σειράς, αλλά βρίσκεται στο επίπεδο της σειράς ως ενιαία φωτογραφία.
- 7) Κείμενο. Εκτός από τους πιο πάνω τρόπους συμπαραδήλωσης μιας εικόνας μπορεί να συμπεριληφθεί και το κείμενο που συνοδεύει μια φωτογραφία. Το κείμενο έρχεται να δώσει στη φωτογραφία ένα ή περισσότερα δεύτερα σημαίνόμενα. Σύμφωνα με τον Barthes το κείμενο βαραίνει την εικόνα, την φορτώνει κουλτούρα, ηθική και φαντασία. Τις περισσότερες φορές το κείμενο δίνει τα ίδια μηνύματα με τη φωτογραφία που το συνοδεύει, μερικές φορές όμως το κείμενο παράγει ένα καινούργιο σημαίνόμενο σε σημείο να φαίνεται καταδηλούμενο.

4.3 Ανάλυση φωτογραφιών

Το μεθοδολογικό εργαλείο για την εξαγωγή των αποτελεσμάτων είναι η αποκωδικοποίηση των φωτογραφιών, εμπνευσμένη από τη σημειολογική κατηγοριοποίηση του R. Barthes και στη συνέχεια η ποσοτικοποίηση τους. Το δείγμα που θα αναλυθεί είναι, οι πέντε φωτογραφίες με τη μεγαλύτερη αλληλεπίδραση από τους λογαριασμούς των δέκα διάσημων προσωπικοτήτων με τους περισσότερους ακόλουθους στο μέσω κοινωνικής δικτύωσης Instagram.

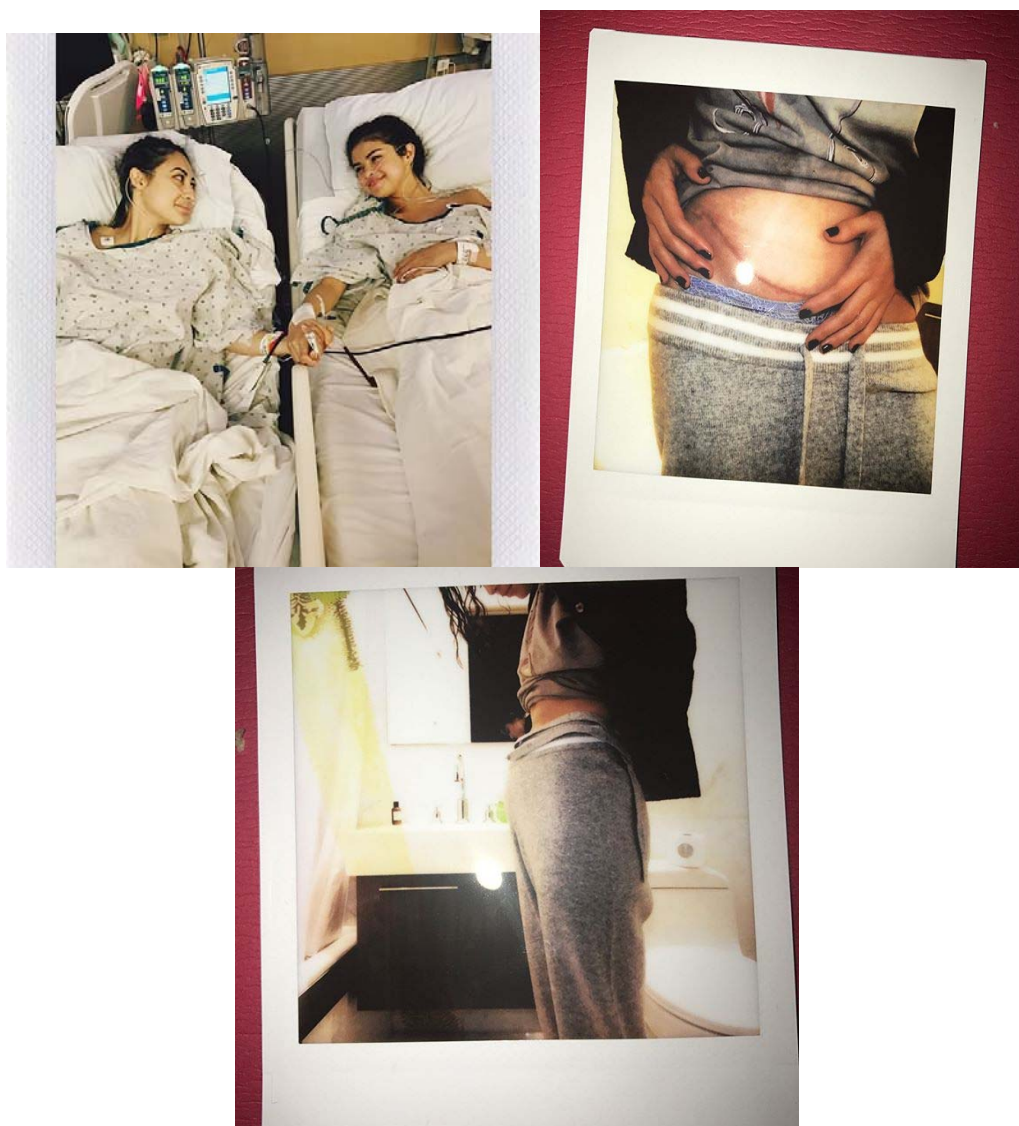
Η αποκωδικοποίηση των φωτογραφιών είναι σημαντική για την αποκάλυψη των χαρακτηριστικών που συνθέτουν τις φωτογραφίες των διάσημων προσωπικοτήτων. Οι φωτογραφίες εμπεριέχουν διάφορα σημειωτικά στοιχεία τα οποία συνθέτουν ένα μήνυμα το οποίο δέχεται ο χρήστης και στη συνέχεια το ερμηνεύει. Καθώς η παρούσα διατριβή επικεντρώνεται στον τρόπο που αυτοπαρουσιάζονται οι διάσημοι στις φωτογραφίες τους θα γίνει ανάλυση όλων των στοιχείων που εμπεριέχονται στην κάθε φωτογραφία. Τα σημαία που θα καταγραφούν θα διαχωριστούν σε σημαίνοντα και σημαινόμενα σύμφωνα με τη βιβλιογραφική ανασκόπηση που πραγματοποιήθηκε πιο πάνω.

Η ανάλυση των φωτογραφιών των διάσημων προσωπικοτήτων που ακολουθεί, πραγματοποιείται σε δύο επίπεδα, πρώτον, περιγράφεται σε επίπεδο σημαινόντων και δεύτερο σε επίπεδο ανάλυσης σημαινομένων αποκωδικοποιώντας τα σε κώδικες.

4.3.1 Selena Gomez

Η Selena Gomez έχει τον δημοφιλέστερο λογαριασμό στο Instagram με συνολικό αριθμό ακολούθων 131 εκατομμύρια. Παρακάτω πραγματοποιείται αποκωδικοποίηση στις πρώτες πέντε δημοφιλέστερες φωτογραφίες της στο λογαριασμό της στο Instagram.

- 1) Η δημοφιλέστερη φωτογραφία της με τα περισσότερα likes είναι μια ανάρτηση με πολλαπλές φωτογραφίες (3), και για αυτό το λόγο θα αναλυθούν συνολικά και οι 3 παρακάτω φωτογραφίες. Η ανάρτηση με τις πολλαπλές φωτογραφίες ανέβηκε στις 14.09.2017 και συγκέντρωσε 10.361,035 εκατομμύρια likes και δέχθηκε 259,075 χιλιάδες σχόλια. Αυτές οι φωτογραφίες είναι η τρίτη δημοφιλέστερη ανάρτηση γενικότερα στο κοινωνικό δίκτυο του Instagram.



Εικόνα 7: 1^η ανάρτηση Selena Gomez

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινόντων: Με βάση αυτές τις τρεις φωτογραφίες γίνεται αντιληπτό ότι τα πρόσωπα που απεικονίζονται, βρίσκονται στο νοσοκομείο και αναρρώνουν μετά από χειρουργική επέμβαση. Η πρώτη φωτογραφία περιλαμβάνει 2 κοπέλες στο κρεβάτι ενός νοσοκομείου κρατώντας η μια το χέρι της άλλης. Στη δεύτερη φωτογραφία η Selena Gomez παρουσιάζει την ουλή στο σώμα της από τη χειρουργική επέμβαση και στην τρίτη φωτογραφία παρουσιάζεται η Selena Gomez να βλέπει την ουλή της.

Αποκωδικοποίηση σημαινομένων σε κώδικες: Η περιγραφή θα πραγματοποιηθεί στα παρακάτω επίπεδα:

- Εμφάνιση: Η ενδυμασία των 2 κοριτσιών είναι η ίδια αφού είναι η ειδική ενδυμασία του νοσοκομείου. Τα μαλλιά είναι πρόχειρα δεμένα πίσω. Επίσης, και τα 2 κορίτσια είναι με ορό στο χέρι. Στη δεύτερη και τρίτη φωτογραφία η Selena Gomez φοράει γκριζες φόρμες και μια μαύρη ζακέτα. Τα νύχια της είναι βαμμένα σε αντίθεση με την πρώτη φωτογραφία.
- Αριθμός ατόμων, φίλοι/οικογένεια: Στην πρώτη φωτογραφία απεικονίζονται 2 άτομα, η Selena Gomez και η φίλη της, στη δεύτερη και τρίτη φωτογραφία απεικονίζεται μόνο η Selena Gomez.
- Πόζα/Στάση σώματος: Τα δύο κορίτσια είναι ξαπλωμένα ανάσκελα στο κρεβάτι κρατώντας η μια το χέρι της άλλης και παράλληλα έχουν γυρισμένο το κεφάλι κοιτάζοντας η μια την άλλη στα μάτια.
- Αντικείμενα: Τα αντικείμενα που συμπεριλαμβάνονται στις φωτογραφίες είναι τα νοσοκομειακά κρεβάτια καθώς και τα ιατρικά μηχανήματα.
- Σύνταξη: Σύμφωνα με τον Barthes πιθανόν να υπάρχει σύνταξη πολλών φωτογραφιών σε σειρά με σκοπό να αποδοθεί ένα νόημα (Barthes 1961). Στη συγκεκριμένη ανάρτηση ισχύουν τα λεγόμενα του Barthes αφού οι 3 φωτογραφίες που αναρτήθηκαν σαν μια ανάρτηση παρουσιάζουν σε βάθος χρόνου την πορεία ανάρρωσης.
- Εξωτερικός/Εσωτερικός χώρος φωτογραφίας: Η πρώτη φωτογραφία είναι τραβηγμένη σε εσωτερικό χώρο ενός νοσοκομείου. Η δεύτερη και η τρίτη φωτογραφία είναι τραβηγμένες σε μια τουαλέτα.

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινομένων: Με βάση την ενδυμασία αλλά τα αντικείμενα καθώς και το χώρο λήψης της φωτογραφίας οι 2 φίλες βρίσκονται στο νοσοκομείο. Η εμφάνιση των

κοριτσιών, χωρίς μακιγιάζ και χωρίς περιποιημένη κόμμωση υποδηλώνεται ότι θα πραγματοποιηθεί ή προηγήθηκε μια χειρουργική επέμβαση. Η στάση του σώματος και των βλεμμάτων δηλώνει ότι υπάρχει αλληλεγγύη και συμπαράσταση, επίσης δημιουργείται το αίσθημα της ενότητας μεταξύ τους. Σύμφωνα με τον Barthes μία πόζα του υποκειμένου συμπεριλαμβάνει κώδικες οι οποίοι μπορούν να αναγνωστούν. Στη δεύτερη φωτογραφία η Selena Gomez εμφανίζεται με βαμμένα νύχια, αυτό υποδεικνύει ότι έχει τελειώσει η διαδικασία της χειρουργικής επέμβασης και βρίσκεται στη διαδικασία της ανάρρωσης.

Η ανάρτηση με τις πολλαπλές φωτογραφίες (3) πλαισιώνεται με λεζάντα στην οποία η Selena Gomez ενημερώνει τους θαυμαστές της ότι χρειάστηκε να υποβληθεί σε εγχείριση μεταμόσχευσης νεφρού (χώρος λήψης φωτογραφίας το νοσοκομείο). Έπειτα, ευχαριστεί την οικογένεια της και τους γιατρούς της για όσα έκαναν για αυτήν κατά τη διάρκεια του προβλήματος στην υγεία της. Στη συνέχεια, ευχαριστεί τη κολλητή της η οποία της έδωσε τον ένα της νεφρό και της έσωσε τη ζωή (αίσθημα της ενότητας μεταξύ τους, λόγω στάσης σωμάτων και βλεμμάτων).

- 2) Η δεύτερη δημοφιλέστερη φωτογραφία της Selena Gomez αναρτήθηκε στο Instagram στις 16.04.2017 και συγκέντρωσε 8.149,848 εκατομμύρια likes και δέχθηκε 211,492 σχόλια.



Εικόνα 8: 2^η ανάρτηση Selena Gomez

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινόντων: Η φωτογραφία απεικονίζει μια γυναίκα και έναν άντρα. Ο άντρας είναι πίσω από τη γυναίκα την οποία αγκαλιάζει. Και οι 2 απεικονιζόμενοι φοράνε γυαλιά ηλίου. Η φωτογράφιση είναι σε εξωτερικό χώρο.

Αποκωδικοποίηση σημαινομένων σε κώδικες: Η περιγραφή θα πραγματοποιηθεί στα παρακάτω επίπεδα:

- Εμφάνιση: Τα 2 πρόσωπα φοράνε στο πάνω μέρος κοντομάνικα ρούχα σε μπλε απόχρωση. Επίσης, και οι 2 φοράνε παρόμοια γυαλιά ηλίου με καφέ φακό και σκελετό σε χρυσαφή απόχρωση.
- Αριθμός ατόμων/φίλοι/οικογένεια: Απεικονίζονται 2 άτομα η Selena Gomez και το αγόρι της.
- Πόζα/Στάση σώματος: Η φωτογραφία θεωρείται selfie καθώς η Selena Gomez βγάζει η ίδια τη φωτογραφία από την κάμερα ενός κινητού. Ο άντρας είναι πίσω από την κοπέλα και την αγκαλιάζει αντικρίζοντας κατευθείαν την κάμερα με σοβαρό ύφος, ενώ η Selena Gomez χαμογελάει κοιτάζοντας κατευθείαν στο φακό.
- Αντικείμενα: Στη φωτογραφία εμφανίζεται μόνο ένα αυτοκίνητο στο βάθος δεξιά.
- Εξωτερικός/Εσωτερικός χώρος φωτογραφίας: Η τοποθεσία της φωτογράφισης είναι σε εξωτερικό χώρο.

Η φωτογραφία δεν συμπεριλαμβάνει λεζάντα.

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινομένων: Η φωτογραφία απεικονίζει ένα ευτυχισμένο ζευγάρι το οποίο σε στιγμές χαλάρωσης μιας ηλιόλουστης μέρας έβγαλαν selfie. Η Selena Gomez είναι ελαφρά χαμογελαστή ενώ ο άντρας έχει πιο σοβαρό ύφος. Η φωτογραφία δεν συνοδεύεται από λεζάντα. Τα σχόλια των θαυμαστών κάτω από τη φωτογραφία επιβεβαιώνουν το γεγονός ότι τα 2 άτομα υπήρξαν ζευγάρι άρα η ανάλυση που πραγματοποιήθηκε επιβεβαιώνει την ύπαρξη οικειότητας μεταξύ των 2 ατόμων. Είναι η πρώτη φωτογραφία που δημοσιεύει με το αγόρι της τον τραγουδιστή The Weekend.

3) Η τρίτη δημοφιλέστερη φωτογραφία της Selena Gomez αναρτήθηκε στις 02.05.2017 και συγκέντρωσε 7.784,078 εκατομμύρια likes και 100,103 σχόλια.



Εικόνα 9: 3^η ανάρτηση Selena Gomez

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινόντων: Η φωτογραφία απεικονίζει έναν άντρα ο οποίος κρατάει το χέρι μίας γυναίκας περπατώντας προς μια κατεύθυνση. Πιθανότατα τα δύο άτομα παρευρέθηκαν σε επίσημη εκδήλωση επειδή ο άντρας φοράει κοστούμι και η γυναίκα μακριά τουαλέτα.

Αποκωδικοποίηση σημαινομένων σε κώδικες: Η περιγραφή θα πραγματοποιηθεί στα παρακάτω επίπεδα:

- Εμφάνιση: Επίσημη ένδυση, φοράει μαύρο κοστούμι με παπιγιόν ο άντρας και η γυναίκα άσπρη μακριά τουαλέτα με βαθύ ντεκολτέ.
- Αριθμός ατόμων/φίλοι/οικογένεια: Απεικονίζονται 2 άτομα, ένας άντρας και μια γυναίκα, στο βάθος της φωτογραφίας φαίνονται θολά κάποιοι παρευρισκόμενοι.
- Πόζα/Στάση σώματος: Το ζευγάρι απεικονίζεται να περπατάει κρατώντας ο ένας το χέρι του άλλου.
- Αντικείμενα: Δεν υπάρχουν συγκεκριμένα αντικείμενα στη φωτογραφία.
- Εξωτερικός/Εσωτερικός χώρος φωτογραφίας: : Η τοποθεσία της φωτογράφισης είναι σε εξωτερικό χώρο.
- Φωτογένεια/Επεξεργασία: Σύμφωνα με τον Barthes (1961) μια φωτογραφία επεξεργάζεται με τη βοήθεια διάφορων τεχνικών για να δείχνει ωραιοποιημένη. Στην παρούσα φωτογραφία η φωτογραφία επεξεργάστηκε με αποτέλεσμα να είναι μαυρόασπρη (Barthes 1961)

Η φωτογραφία δεν συμπεριλαμβάνει λεζάντα.

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινομένων: Απεικονίζεται η Selena Gomez με το αγόρι της να περπατάει κρατώντας ο ένας τα χέρια του άλλου. Η Selena Gomez και το αγόρι της παρευρίσκονται στο Met Gala και είναι η πρώτη τους εμφάνιση μαζί στο κόκκινο χαλί.

- 4) Η τέταρτη δημοφιλέστερη φωτογραφία της Selena Gomez αναρτήθηκε στο Instagram στις 20.11.2017 και συγκέντρωσε 7.564,616 εκατομμύρια likes και 77,982 σχόλια.



Εικόνα 10: 4^η ανάρτηση Selena Gomez

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινόντων: Απεικονίζεται μια κοπέλα να βλέπει κατευθείαν το φακό της κάμερας με σοβαρό ύφος.

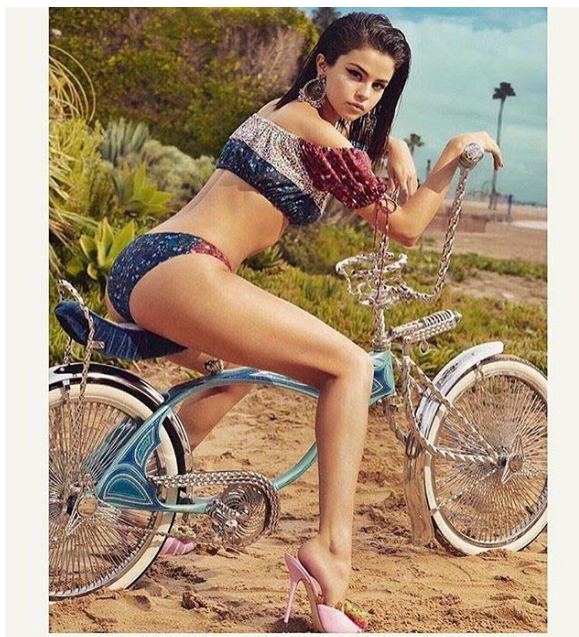
Αποκωδικοποίηση σημαινομένων σε κώδικες: Η περιγραφή θα πραγματοποιηθεί στα παρακάτω επίπεδα:

- Εμφάνιση: Η Selena Gomez φοράει ένα άσπρο κοντομάνικο μπλουζάκι με βαμμένα ξανθά μαλλιά.
- Αριθμός ατόμων/φίλοι/οικογένεια: Υπάρχει μόνο η Selena Gomez στη φωτογραφία.
- Πόζα/Στάση σώματος: Το σώμα της δεν είναι ευθεία στο φακό αλλά με ελαφριά κλίση προς τα αριστερά. Η κεφαλή της έχει επίσης μια ελαφριά κλίση προς τα αριστερά αλλά βλέπει κατευθείαν στο φακό.
- Αντικείμενα: Δεν υπάρχουν αντικείμενα στη φωτογραφία.
- Εξωτερικός/Εσωτερικός χώρος φωτογραφίας: Η φωτογράφιση είναι σε εσωτερικό χώρο.
- Φωτογένεια/Επεξεργασία: Σύμφωνα με τον Bathes μια φωτογραφία επεξεργάζεται με τη βοήθεια διάφορων τεχνικών για να δείχνει ωραιοποιημένη. Στην παρούσα φωτογραφία η φωτογραφία επεξεργάστηκε με τεχνική βοήθεια με αποτέλεσμα να είναι μαυρόασπρη.

Η φωτογραφία δεν συμπεριλαμβάνει λεζάντα.

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινομένων: Η Selena Gomez είναι μόνη της στη φωτογραφία. Έχει σοβαρό ύφος και βλέπει κατευθείαν στο φακό της κάμερας. Τα σχόλια κάτω από την ανάρτηση της δείχνουν ότι η Selena Gomez παρουσιάστηκε πρώτη φορά στο κοινό της με βαμμένα ξανθά μαλλιά.

- 5) Η πέμπτη δημοφιλέστερη φωτογραφία της Selena Gomez αναρτήθηκε στις 17.03.2017 και συγκέντρωσε 7.163.120 εκατομμύρια likes και 119,224 σχόλια.



Εικόνα 11: 5^η ανάρτηση Selena Gomez

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινόντων: Στη φωτογραφία παρουσιάζεται μια κοπέλα με μαγιό σε στυλ μπόχο πάνω σε ένα ποδήλατο σε μια αισθησιακή πόζα στην παραλία.

Αποκωδικοποίηση σημαινομένων σε κώδικες: Η περιγραφή θα πραγματοποιηθεί στα παρακάτω επίπεδα:

- Εμφάνιση: Η Selena Gomez φοράει μαγιό και τακούνια και παράλληλα είναι βαμμένη και τα μαλλιά της χτενισμένα και περιποιημένα.
- Αριθμός ατόμων/φίλοι/οικογένεια: Παρουσιάζεται μόνο η Selena Gomez στη φωτογραφία.
- Πόζα/Στάση σώματος: Αισθησιακή πόζα. Είναι καθισμένη στη σέλα του ποδηλάτου με ελαφριά κλίση προς τα εμπρός ακουμπώντας τα χέρια της στο τιμόνι. Η φωτογραφία είναι τραβηγμένη από το πλάι τονίζοντας έτσι διάφορα σημεία του σώματος της.
- Αντικείμενα: Το αντικείμενο που παρουσιάζεται στη φωτογραφία είναι το ποδήλατο. Σύμφωνα με τον Barthes τα αντικείμενα που πλαισιώνουν μια φωτογραφία έχουν σημαντικό ρόλο επειδή οδηγούν το θεατή στη δημιουργία συνειρμών. Ο Barthes τα αποκαλεί «πόζα των αντικειμένων» αφού η συμπαραδηλούμενη έννοια αναδύεται από

τα φωτογραφούμενα αντικείμενα. Στη συγκεκριμένη περίπτωση, ποδήλατο και παραλία, μεταδίδεται το μήνυμα ότι κάνει ποδηλασία στην παραλία.

- Εξωτερικός/Εσωτερικός χώρος φωτογραφίας: Ο χώρος λήψης της φωτογραφίας είναι εξωτερικός και συγκεκριμένα στην παραλία. Σύμφωνα με τον Barthes μια φωτογραφία μπορεί να μεταφέρει ένα συμπαραδηλούμενο μήνυμα μέσω του τρυκ. Δηλαδή στη συγκεκριμένη φωτογραφία δεν αποκλείεται το γεγονός η παραλία να δημιουργήθηκε μετά από επεξεργασία.

Η φωτογραφία δεν συμπεριλαμβάνει λεζάντα.

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινομένων: Η Selena Gomez φωτογραφίζεται σε μια παραλία πάνω στην άμμο φορώντας μαγιό σε στυλ μπόχο και ροζ τακούνια. Είναι καθισμένη σε ένα ποδήλατο έχοντας πάρει μια αισθησιακή πόζα με σαγηνευτικό ύφος. Η φωτογραφία λήφθηκε από πίσω προς τα δεξιά με κλίση του κεφαλιού της προς τα πίσω κοιτάζοντας το φακό της κάμερας. Η φωτογράφιση πραγματοποιήθηκε για το αμερικάνικο περιοδικό Vogue και είναι η πρώτη φορά που η Selena Gomez φωτογραφίζεται στο συγκεκριμένο περιοδικό.

4.3.2 Cristiano Ronaldo

Ο Cristiano Ronaldo έχει τον δεύτερο δημοφιλέστερο λογαριασμό στο Instagram με συνολικό αριθμό ακολούθων 116 εκατομμύρια.

- 1) Η δημοφιλέστερη φωτογραφία του στο μέσω κοινωνικής δικτύωσης Instagram είναι η παρακάτω με 11.068,280 εκατομμύρια likes και 148,677 χιλιάδες σχόλια, αναρτήθηκε στις 12.11.2017. Αυτή η φωτογραφία είναι η δεύτερη με τα περισσότερα likes στο Instagram.



Εικόνα 12: 1^η ανάρτηση Cristiano Ronaldo

Περιγραφή σε επίπεδο σημαιόντων: Στη φωτογραφία απεικονίζεται ο Ronaldo μαζί με το γιό του, οι οποίοι επισκέφθηκαν στην κλινική τη σύντροφο του η οποία έφερε στον κόσμο το δεύτερο του παιδί.

Αποκωδικοποίηση σημαινομένων σε κώδικες: Η περιγραφή θα πραγματοποιηθεί στα παρακάτω επίπεδα:

- Εμφάνιση: Ο Ronaldo και ο γιός του φοράνε την ειδική πράσινη στολή της κλινικής. Η σύντροφος του είναι σκεπασμένη μέχρι το στήθος στο κρεβάτι κρατώντας στην αγκαλιά της το νεογέννητο.
- Αριθμός ατόμων/φίλοι/οικογένεια: Στη φωτογραφία εμφανίζονται 4 άτομα, ο Ronaldo η σύντροφος του και τα 2 του παιδιά.

- Πόζα/Στάση σώματος: Η λεχώνα σύντροφος του Ronaldo είναι ξαπλωμένη στο κρεβάτι της κλινικής κρατώντας το νεογέννητο μωρό της. Ο Rolando και ο γιός του ακουμπάνε στο κρεβάτι. Στη φωτογραφία είναι ευδιάκριτη η ατμόσφαιρα που επικρατεί, αφού και οι 3 φαίνονται πολύ χαρούμενοι.
- Αντικείμενα: Είναι ορατό το μηχάνημα του ορού πίσω από τα υποκείμενα.
- Εξωτερικός/Εσωτερικός χώρος φωτογραφίας: Ο τόπος της φωτογράφισης είναι στο εσωτερικό μίας κλινικής.

Περιγραφή σε επίπεδο σημαιομένων: Στη φωτογραφία εμφανίζονται ο Ronaldo με τον γιό του οι οποίοι επισκέφτηκαν την σύντροφο του η οποία μόλις έχει γεννήσει το δεύτερο του παιδί. Η ατμόσφαιρα που επικρατεί στη φωτογραφία μεταδίδει στο θεατή τη χαρά που νιώθει ο Ronaldo και η σύντροφος του, αφού και οι 2 παρουσιάζονται με ένα πλατύ χαμόγελο.

Στη λεζάντα της φωτογραφίας ο Ronaldo γράφει ότι η κόρη του Alana Martina μόλις έχει γεννηθεί και ότι η σύντροφος του και η κόρη του είναι πολύ καλά. Τέλος, αναφέρει ότι όλοι είναι πολύ χαρούμενοι βάζοντας ένα εικονίδιο μιας ροζ καρδιάς. Τα λόγια της λεζάντας αντιπροσωπεύουν την όλη περιγραφή του κλίματος που επικρατεί στη φωτογραφία.

- 2) Η δεύτερη δημοφιλέστερη φωτογραφία του στο μέσω κοινωνικής δικτύωσης Instagram έχει 8.258,377 εκατομμύρια likes και 195.369 σχόλια, αναρτήθηκε στις 29.06.2017.



Εικόνα 13: 2^η ανάρτηση Cristiano Ronaldo

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινόντων: Στη φωτογραφία απεικονίζεται ο Ronaldo καθισμένος στον καναπέ να κρατά στην αγκαλιά του τα δίδυμα νεογέννητα παιδιά του.

Αποκωδικοποίηση σημαινομένων σε κώδικες: Η περιγραφή θα πραγματοποιηθεί στα παρακάτω επίπεδα:

- Εμφάνιση: Η λήψη της φωτογραφία είναι από τη μέση και πάνω του Ronaldo ο οποίος κάθεται στον καναπέ και φοράει ένα μπλουζάκι. Το ένα το βρέφος φοράει μπλε ρούχα και το άλλο ροζ.
- Αριθμός ατόμων/φίλοι/οικογένεια: Στη φωτογραφία εμφανίζονται 3 άτομα, ο Ronaldo και τα 2 του νεογέννητα παιδιά.
- Πόζα/Στάση σώματος: Ο Ronaldo είναι καθιστός στον καναπέ κρατώντας στην αγκαλιά τα δίδυμα παιδιά του. Τα βρέφη κοιμούνται ενώ ο Ronaldo βλέπει το ένα παιδί.
- Αντικείμενα: Ο καναπές και τα μαξιλάρια.
- Εξωτερικός/Εσωτερικός χώρος φωτογραφίας: Ο χώρος της φωτογράφισης είναι εσωτερικός.

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινομένων: Με αυτή τη φωτογραφία ουσιαστικά ο Ronaldo ανακοίνωσε τον ερχομό των δίδυμων παιδιών του. Είναι καθιστός και τα κρατάει σφιχτά στην αγκαλιά του δίνοντας τους ένα τρυφερό βλέμμα και χαμόγελο.

Στη λεζάντα της φωτογραφίας ο Ronaldo γράφει ότι είναι πολύ χαρούμενος που μπορεί να κρατάει τις 2 νέες αγάπες της ζωής του. Στο τέλος προσθέτει και 2 εικονίδια. Το ένα είναι 2 χέρια ενωμένα σε στυλ προσευχής και το άλλο είναι μια ροζ καρδούλα.

3) Η τρίτη δημοφιλέστερη φωτογραφία του στο μέσω κοινωνικής δικτύωσης Instagram είναι η παρακάτω με 7.270,942 εκατομμύρια likes και 51.719 σχόλια, αναρτήθηκε στις 27.08.2017.



Εικόνα 14: 3^η ανάρτηση Christiano Ronaldo

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινόντων: Στη φωτογραφία απεικονίζεται μια οικογένεια. Ο Ronaldo με την σύντροφο του και τα παιδιά του.

Αποκωδικοποίηση σημαινομένων σε κώδικες: Η περιγραφή θα πραγματοποιηθεί στα παρακάτω επίπεδα:

- Εμφάνιση: Ο Ronaldo φοράει ένα παντελονάκι και μια κοντομάνικη φανέλα, η σύντροφος του φοράει ένα σορτσάκι και μια τελαντωτή φανέλα.
- Αριθμός ατόμων/φίλοι/οικογένεια: Στη φωτογραφία εμφανίζονται 5 άτομα, ο Ronaldo η σύντροφος του, ο γιός του και τα 2 νεογέννητα του παιδιά.
- Πόζα/Στάση σώματος: Ο Ronaldo είναι καθισμένος στον καναπέ και απλώνει τα πόδια του προς το φακό της κάμερας. Η σύντροφος του είναι καθισμένη στον καναπέ με μαζεμένα τα πόδια, ενώ και οι 2 κρατάνε ένα βρέφος. Ο μεγαλύτερος γιός του Ronaldo

εμφανίζεται πίσω από τον καναπέ. Ο Ronaldo και η σύντροφος του καθώς και ο μεγαλύτερος γιος χαμογελάνε.

- Αντικείμενα: Ένας καναπές.
- Εξωτερικός/Εσωτερικός χώρος φωτογραφίας: Εσωτερικός χώρος φωτογράφισης.

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινομένων: Στη φωτογραφία απεικονίζεται μια ευτυχισμένη οικογένεια σε χαλαρές στιγμές. Ο Ronaldo με την οικογένεια του εμφανίζονται ευτυχισμένοι αναμένοντας να έρθει σε λίγους μήνες το 4^ο του παιδί.

Στη λεζάντα της φωτογραφίας ο Ronaldo αναγράφει ότι βρίσκεται σε οικογενειακή διάθεση βάζοντας και 4 ροζ καρδίες.

- 4) Η τέταρτη δημοφιλέστερη φωτογραφία του στο μέσω κοινωνικής δικτύωσης Instagram είναι η παρακάτω με 6.901,589 εκατομμύρια likes και 46.110 σχόλια, αναρτήθηκε στις 22.11.2017.



Εικόνα 15: 4^η ανάρτηση Christiano Ronaldo

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινόντων: Στη φωτογραφία απεικονίζεται ένα ζευγάρι σε μια νυχτερινή έξοδο.

Αποκωδικοποίηση σημαινομένων σε κώδικες: Η περιγραφή θα πραγματοποιηθεί στα παρακάτω επίπεδα:

- Εμφάνιση: Η λήψη της φωτογραφίας είναι από τη μέση και πάνω των απεικονιζόμενων. Ο Ronaldo φοράει γκριζο σακάκι και σάρπα και η σύντροφος του καφέ μπλούζα, επίσης είναι μακιγιαρισμένη με περιποιημένα μαλλιά.
- Αριθμός ατόμων/φίλοι/οικογένεια: Στη φωτογραφία εμφανίζονται 2 άτομα, ο Ronaldo και η σύντροφος του.
- Πόζα/Στάση σώματος: Η φωτογραφία θεωρείται selfie καθώς ο Ronaldo βγάζει ο ίδιος τη φωτογραφία. Οι 2 απεικονιζόμενοι είναι καθισμένοι βλέποντας προς τα πάνω στο φακό της κάμερας.
- Αντικείμενα: Δεν υπάρχουν αντικείμενα.
- Εξωτερικός/Εσωτερικός χώρος φωτογραφίας: Εσωτερικός χώρος.

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινομένων: Στη φωτογραφία ο Ronaldo και η σύντροφος του εμφανίζονται σε μια νυχτερινή έξοδο τους. Η φωτογραφία επικεντρώνεται στα πρόσωπα τους τα οποία δεν δείχνουν κάποιο συγκεκριμένο συναίσθημα.

Στη λεζάντα της φωτογραφίας ο Ronaldo πρόσθεσε μια ροζ καρδιά δείχνοντας την αγάπη του προς τη σύντροφο του.

- 5) Η πέμπτη δημοφιλέστερη φωτογραφία του στο μέσω κοινωνικής δικτύωσης Instagram είναι η παρακάτω με 6.386,726 εκατομμύρια likes και 41,671 σχόλια, αναρτήθηκε στις 04.06.2017.



Εικόνα 16: 5^η ανάρτηση Christiano Ronaldo

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινόντων: Στη φωτογραφία εμφανίζεται ο Ronaldo με τον γιό του στο γήπεδο. Κοιτάζουν κατευθείαν στο φακό με χαρούμενο βλέμμα.

Αποκωδικοποίηση σημαινομένων σε κώδικες: Η περιγραφή θα πραγματοποιηθεί στα παρακάτω επίπεδα:

- Εμφάνιση: Ο Ronaldo φοράει τη στολή της ομάδας του Real Madrid και ο γιός του την μωβ φανέλα της Real Madrid.
- Αριθμός ατόμων/φίλοι/οικογένεια: Στη φωτογραφία εμφανίζονται 2 κύρια πρόσωπα, ο Ronaldo και ο γιός του, στο βάθος της φωτογραφίας φαίνεται ο κόσμος που είναι στο γήπεδο.
- Πόζα/Στάση σώματος: Ο γιός του Ronaldo στέκετε όρθιος και βλέπει το φακό της κάμερας ενώ ο Ronaldo στέκεται πίσω από τον γιό του βλέποντας και αυτός την κάμερα. Και οι 2 σχηματίζουν τον αριθμό 4 με τα δάχτυλα τους.
- Αντικείμενα: Δεν υπάρχουν αντικείμενα.
- Εξωτερικός/Εσωτερικός χώρος φωτογραφίας: Ο χώρος της φωτογραφίας είναι εξωτερικός και συγκεκριμένα στο γήπεδο.

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινομένων: Στη φωτογραφία απεικονίζεται ο Ronaldo με τον γιό του στο γήπεδο κατά τη διάρκεια ενός ποδοσφαιρικού παιχνιδιού. Και οι 2 φαίνονται πολύ ευτυχισμένοι και σχηματίζουν με τα δάχτυλα τους τον αριθμό 4 ο οποίος συμβολίζει την κατάκτηση του βραβείου «Χρυσή μπάλα FIFA» από τον Ronaldo για τέταρτη φορά. Στη λεζάντα της φωτογραφίας ο Ronaldo γράφει ότι κέρδισε 4 φορές το βραβείο.

4.3.3 Arianna Grande

Η Arianna Grande έχει τον τρίτο δημοφιλέστερο λογαριασμό στο κοινωνικό δίκτυο Instagram με συνολικό αριθμό ακολούθων 116 εκατομμύρια.

- 1) Η δημοφιλέστερη φωτογραφία της Arianna Grande στο Instagram είναι η παρακάτω η οποία αναρτήθηκε στις 03.06.2017 και έχει μαζέψει 6.095,299 εκατομμύρια likes και 101,248 χιλιάδες σχόλια..



Εικόνα 17: 1^η ανάρτηση Arianna Grande

Περιγραφή σε επίπεδο σημαιόντων: Όπως φαίνεται στη φωτογραφία η Arianna Grande επισκέφθηκε στο νοσοκομείο ένα κοριτσάκι.

Αποκωδικοποίηση σημαινομένων σε κώδικες: Η περιγραφή θα πραγματοποιηθεί στα παρακάτω επίπεδα:

- Εμφάνιση: Η Arianna Grande φοράει ψηλές μπότες και έχει τα μαλλιά της πιασμένα πάνω. Το κοριτσάκι φοράει κοντομάνικες πιτζάμες και κάλτσες.
- Αριθμός ατόμων/φίλοι/οικογένεια: Στη φωτογραφία εμφανίζονται 2 άτομα, η Arianna Grande και ένα κοριτσάκι.

- Πόζα/Στάση σώματος: Η Arianna Grande κάθεται και βλέπει στα μάτια το κοριτσάκι. Το κοριτσάκι βρίσκεται στο κρεβάτι του νοσοκομείου καθιστή και βλέπει χαμογελαστή την Grande.
- Αντικείμενα: Το κρεβάτι του νοσοκομείου και διάφορα άλλα ιατρικά εργαλεία.
- Εξωτερικός/Εσωτερικός χώρος φωτογραφίας: Εσωτερικός χώρος, σε δωμάτιο ενός νοσοκομείου.
- Φωτογένεια/Επεξεργασία: Σύμφωνα με τον Bathes μια φωτογραφία επεξεργάζεται με τη βοήθεια διάφορων τεχνικών για να δείχνει ωραιοποιημένη. Στη φωτογραφία αυτή η φωτογραφία επεξεργάστηκε με αποτέλεσμα να είναι μαυρόασπρη.

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινομένων: Η Arianna Grande επισκέφθηκε μια μικρή θαυμάστρια της η οποία βρισκόταν στο χώρο όπου διεξαγόταν η συναυλία της και έγινε τρομοκρατική επίθεση με αποτέλεσμα να τραυματιστεί το κοριτσάκι. Η Arianna Grande έχει σοβαρό ύψος ενώ το κοριτσάκι φαίνεται χαρούμενο, πιθανότατα επειδή την επισκέφθηκε το ίνδαλμα της.

Η λεζάντα της φωτογραφίας αποτελείται μόνο από μια κίτρινη καρδιά.

- 2)** Η δεύτερη δημοφιλέστερη φωτογραφία της στο μέσω κοινωνικής δικτύωσης Instagram έχει 4.796,836 εκατομμύρια likes και 97.239 σχόλια, αναρτήθηκε στις 21.07.2017.



Εικόνα 18: 2^η ανάρτηση Arianna Grande

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινόντων: Στη φωτογραφία απεικονίζεται η Arianna Grande σε μία selfie η οποία δεν είναι ευθεία αλλά ξεκινάει από δεξιά προς τα αριστερά. Η λήψη της φωτογραφίας επικεντρώνεται στα χαρακτηριστικά του προσώπου της καθώς είναι πολύ κοντινή στο πρόσωπο της.

Αποκωδικοποίηση σημαινομένων σε κώδικες: Η περιγραφή θα πραγματοποιηθεί στα παρακάτω επίπεδα:

- Εμφάνιση: Η Arianna Grande εμφανίζεται με βαμμένο πρόσωπο, μακριές βλεφαρίδες, make up και κραγιόν που τονίζει τα χείλη. Τα μαλλιά της είναι καστανά, μακριά και είναι ριγμένα στους ώμους της.
- Αριθμός ατόμων/φίλοι/οικογένεια: Απεικονίζεται μόνο της η Arianna Grande..
- Πόζα/Στάση σώματος: Η φωτογραφία έχει περιστροφή 90 μοιρών, η Arianna Grande στρίβει ελαφρά το κεφάλι της προς τα δεξιά εστιάζοντας το βλέμμα της στο φακό. Η λήψη της φωτογραφίας τονίζει το πρόσωπο της Arianna Grande. Σύμφωνα με τον Goodman (1997), στον οποίο γίνεται αναφορά στην έρευνα του Chang η τεχνική της πολύ κοντινής φωτογραφίας τονίζει τα θηλυκά χαρακτηριστικά μια γυναίκας και στη συγκεκριμένη περίπτωση τα σαρκώδη χείλη και τις μακριές βλεφαρίδες (Chang 2008).
- Αντικείμενα: Δεν υπάρχουν αντικείμενα
- Εξωτερικός/Εσωτερικός χώρος φωτογραφίας: Πιθανότατα σε εσωτερικό χώρο.

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινομένων: Απεικονίζεται η Arianna Grande σε μια φωτογραφία selfie η οποία τονίζει τα χαρακτηριστικά του προσώπου της, είναι περιποιημένη φορώντας make up βλέποντας κατευθείαν στο φακό της κάμερας με βλέμμα απλανές και απαθές.

Η λεζάντα της φωτογραφίας αποτελείται από 3 εικονίδια σύννεφα, το ένα σύννεφο με κεραυνό, το δεύτερο με ήλιο και το τρίτο ένα σύννεφο.

- 3) Η τρίτη δημοφιλέστερη φωτογραφία της στο μέσω κοινωνικής δικτύωσης Instagram είναι η παρακάτω με 4.548,099 εκατομμύρια likes και 89.349 σχόλια, αναρτήθηκε στις 07.10.2017.



Εικόνα 19: 3^η ανάρτηση Arianna Grande

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινόντων: Στη φωτογραφία εμφανίζεται η Arianna Grande μόνη της σε μια φωτογραφία selfie. Έχει ίσια ξανθά μαλλιά και βλέπει κατευθείαν στο φακό της κάμερας. Πάνω από το κεφάλι της υπάρχουν καρδούλες που προστέθηκαν μετά από επεξεργασία.

Αποκωδικοποίηση σημαινομένων σε κώδικες: Η περιγραφή θα πραγματοποιηθεί στα παρακάτω επίπεδα:

- **Εμφάνιση:** Η φωτογραφία είναι selfie και για αυτό δεν αποκαλύπτονται πολλά στοιχεία σχετικά με την εμφάνιση της. Παρουσιάζετε με ίσια μακριά ξανθά μαλλιά ριγμένα στους ώμους τις βλέποντας κατευθείαν στο φακό της κάμερας με απλανές βλέμμα. Είναι βαμμένη τονίζοντας έτσι τα χαρακτηριστικά του προσώπου της.
- **Αριθμός ατόμων/φίλοι/οικογένεια:** Απεικονίζεται μόνο της η Arianna Grande.
- **Πόζα/Στάση σώματος:** Έχει απλωμένο το χέρι της για να βγάλει τη selfie και κοιτάζει τη κάμερα με ελαφριά κλίση του προσώπου της προς τα αριστερά. Σύμφωνα με τον Goffman (1979), στον οποίο γίνεται αναφορά στην έρευνα του Chang (2008), όταν το

πηγούνι έχει κλίση 45 μοίρες είναι σημάδι υπεροχής, περιφρόνησης και μη ντροπής (Chang 2008).

- Αντικείμενα: Δεν υπάρχουν αντικείμενα.
- Εξωτερικός/Εσωτερικός χώρος φωτογραφίας: Εσωτερικός χώρος φωτογραφίας.
- Φωτογένεια/Επεξεργασία: Σύμφωνα με τον Bathes μια φωτογραφία επεξεργάζεται με τη βοήθεια διάφορων τεχνικών για να δείχνει ωραιοποιημένη. Στην παρούσα φωτογραφία, η φωτογραφία επεξεργάστηκε και συγκεκριμένα τα χρώματα της φωτογραφίας είναι πιο έντονα. Επίσης εμφανίζονται ροζ καρδιές πάνω από το κεφάλι της.

Στη λεζάντα της φωτογραφίας αναγράφει ότι, παρεμπιπτόντως τα μαλλιά της είναι γκρίζα.

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινομένων: Στη φωτογραφία εμφανίζεται η Arianna Grande σε φωτογραφία selfie. Κοιτάζει το φακό της κάμερας με σοβαρό και απλανές βλέμμα. Σύμφωνα με τη λεζάντα της φωτογραφίας συστήνετε στο κοινό της για πρώτη φορά με αυτό το χρώμα μαλλιών και για αυτό τονίζει έντονα τα μαλλιά της αφού είναι απλωμένα στους ώμους της.

- 4) Η τέταρτη δημοφιλέστερη φωτογραφία της Arianna Grande αναρτήθηκε στο Instagram στις 03.06.2017 και συγκέντρωσε 4.498,645 εκατομμύρια likes και 55,877 σχόλια.



Εικόνα 20: 4^η ανάρτηση Arianna Grande

Περιγραφή σε επίπεδο σημαιόντων: Η Arianna Grande επισκέπτεται ένα κοριτσάκι στο νοσοκομείο ανταλλάζοντας ματιές. Το κοριτσάκι είναι καθιστό στο κρεβάτι του νοσοκομείου, τα πόδια και τα χέρια του κοριτσιού είναι τυλιγμένα με γάζα και νάρθηκα. Η Arianna Grande κάθεται στην άκρη του κρεβατιού βλέποντας το κοριτσάκι.

Αποκωδικοποίηση σημαινομένων σε κώδικες: Η περιγραφή θα πραγματοποιηθεί στα παρακάτω επίπεδα:

- Εμφάνιση: Στη φωτογραφία φαίνεται η Arianna Grande καθιστή στην άκρη του κρεβατιού σε πλάγια πόζα. Το κοριτσάκι φανερά ταλαιπωρημένο έχει τυλιγμένο το πόδι και το χέρι του με γάζα.
- Αριθμός ατόμων/φίλοι/οικογένεια: Εμφανίζονται 2 άτομα. Η Arianna Grande και ένα κοριτσάκι.
- Πόζα/Στάση σώματος: Το κοριτσάκι είναι καθιστό στο κρεβάτι του νοσοκομείου και η Arianna Grande είναι καθιστή δίπλα στο κοριτσάκι στην άκρη του κρεβατιού.
- Αντικείμενα: Το νοσοκομειακό κρεβάτι και τα ιατρικά εργαλεία.
- Εξωτερικός/Εσωτερικός χώρος φωτογραφίας: Εσωτερικός χώρος λήψης στο νοσοκομείο.

- Φωτογένεια/Επεξεργασία: Σύμφωνα με τον Bathes μια φωτογραφία επεξεργάζεται με τη βοήθεια διάφορων τεχνικών για να δείχνει ωραιοποιημένη. Στην παρούσα φωτογραφία, η φωτογραφία επεξεργάστηκε και για αυτό είναι μαυρόασπρη.

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινομένων: Στη φωτογραφία εμφανίζεται η Arianna Grande σε μια επίσκεψη της στο νοσοκομείο όπου συναντήθηκε με μια μικρή θαυμάστρια της η οποία τραυματίστηκε κατά την τρομοκρατική επίθεση που σημειώθηκε σε συναυλία της Arianna Grande στο Manchester. Η Arianna Grande είναι καθιστή με σοβαρό ύφος στο κρεβάτι μαζί με το κοριτσάκι το οποίο την βλέπει με σαστισμένο βλέμμα. Η λεζάντα της φωτογραφίας αναγράφει τη φράση I love you.

- 5) Η πέμπτη δημοφιλέστερη της φωτογραφία η οποία αποτελείτε από κείμενο, αναρτήθηκε στο Instagram στις 26.05.2017 και συγκέντρωσε 4.432,569 εκατομμύρια likes και 206,229 σχόλια.

My heart, prayers and deepest condolences are with the victims of the Manchester Attack and their loved ones.
 There is nothing I or anyone can do to take away the pain you are feeling or to make this better. However, I extend my hand and heart and everything I possibly can give to you and yours, should you want or need my help in any way.
 The only thing we can do now is choose how we let this affect us and how we live our lives from here on out.
 I have been thinking of my fans, and of you all, non stop over the past week. The way you have handled all of this has been more inspiring and made me more proud than you'll ever know. The compassion, kindness, love, strength and oneness that you've shown one another this past week is the exact opposite of the heinous intentions it must take to pull off something as evil as what happened Monday.
 YOU are the opposite.
 I am sorry for the pain and fear that you must be feeling and for the trauma that you, too, must be experiencing.
 We will never be able to understand why events like this take place because it is not in our nature, which is why we shouldn't recoil.
 We will not quit or operate in fear.
 We won't let this divide us.
 We won't let hate win.
 I don't want to go the rest of the year without being able to see and hold and uplift my fans, the same way they continue to uplift me.
 Our response to this violence must be to come closer together, to help each other, to love more, to sing louder and to live more kindly and generously than we did before.
 I'll be returning to the incredibly brave city of Manchester to spend time with my fans and to have a benefit concert in honor of and to raise money for the victims and their families. I want to thank my fellow musicians and friends for reaching out to be a part of our expression of love for Manchester. I will have details to share with you as soon as everything is confirmed.
 From the day we started putting the Dangerous Woman Tour together, I said that this show, more than anything else, was intended to be a safe space for my fans. A place for them to escape, to celebrate, to heal, to feel safe and to be themselves. To meet their friends they've made online. To express themselves.
 This will not change that.
 When you look into the audience at my shows, you see a beautiful, diverse, pure, happy crowd. Thousands of people, incredibly different, all there for the same reason, music.
 Music is something that everyone on Earth can share.
 Music is meant to heal us, to bring us together, to make us happy.
 So that is what it will continue to do for us.
 We will continue in honor of the ones we lost, their loved ones, my fans and all affected by this tragedy.
 They will be on my mind and in my heart everyday and I will think of them with everything I do for the rest of my life.

Ari

Εικόνα 21: 5^η ανάρτηση Arianna Grande

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινόντων: Η ανάρτηση αυτή της Arianna Grande είναι αφιερωμένη αποκλειστικά στην τρομοκρατική επίθεση που πραγματοποιήθηκε στη συναυλία της στο Manchester στις 22 Μαΐου 2017. Η φωτογραφία αποτελείται μόνο από κείμενο στο οποίο η Arianna Grande δίνει τα συλλυπητήρια της στις οικογένειες των θυμάτων. Στη συνέχεια του κειμένου προσπαθεί να δώσει δύναμη στους θαυμαστές της και παράλληλα στέλνει το μήνυμά της ενότητας μπροστά στον τρόμο και το μίσος. Στη συνέχεια ανακοινώνει στο κοινό ότι θα επιστρέψει στο Manchester για να δώσει μια φιλανθρωπική συναυλία για να μαζέψει λεφτά για τις οικογένειες των θυμάτων.

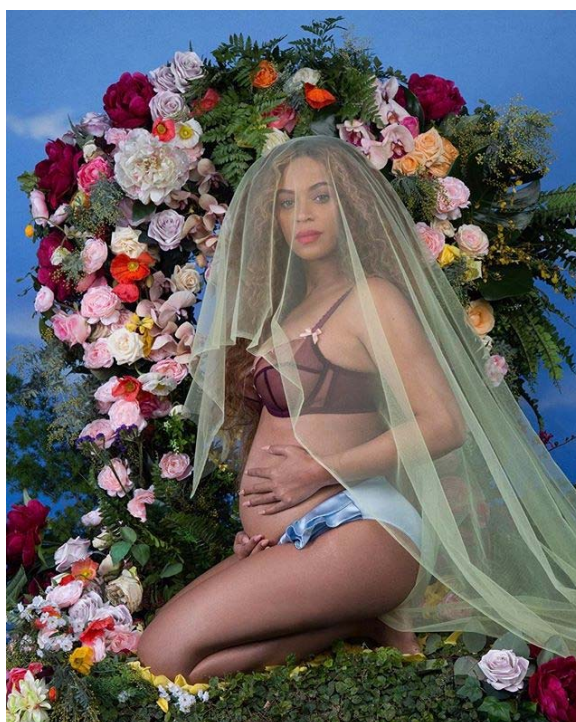
Αποκωδικοποίηση σημαινομένων σε κώδικες:

- Εμφάνιση: Καμία εμφάνιση.
- Αριθμός ατόμων/φίλοι/οικογένεια: Κανένα.
- Πόζα/Στάση σώματος: Καμία.
- Αντικείμενα: Κανένα.
- Εξωτερικός/Εσωτερικός χώρος φωτογραφίας: Κανένας χώρος.

4.3.4 Beyonce

Η Beyonce έχει τον τέταρτο δημοφιλέστερο λογαριασμό στο κοινωνικό δίκτυο Instagram με συνολικό αριθμό ακολούθων 108 εκατομμύρια.

- 1) Η δημοφιλέστερη φωτογραφία της Beyonce στο Instagram είναι η παρακάτω η οποία αναρτήθηκε στις 01.02.2017 και έχει μαζέψει 11.196,575 εκατομμύρια likes και 547,062 χιλιάδες σχόλια. Η Beyonce έχει τον τέταρτο δημοφιλέστερο λογαριασμό στο Instagram αλλά αυτή η φωτογραφία πιο κάτω έχει τα περισσότερα likes από όλες τις φωτογραφίες που έχουν αναρτηθεί από την έναρξη λειτουργίας του Instagram το 2010.



Εικόνα 22: 1^η ανάρτηση Beyonce

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινόντων: Στη φωτογραφία εμφανίζεται η Beyonce έγκυος. Κάθετε σε πλάγια θέση και κοιτάζει κατευθείαν στο φακό.

Αποκωδικοποίηση σημαινομένων σε κώδικες: Η περιγραφή θα πραγματοποιηθεί στα παρακάτω επίπεδα:

- Εμφάνιση: Η Beyonce είναι με τα εσώρουχα, κρατάει την κοιλιά της (είναι έγκυος) και φοράει πέπλο στο κεφάλι.
- Αριθμός ατόμων/φίλοι/οικογένεια: Στη φωτογραφία εμφανίζετε μόνο η Beyonce .

- Πόζα/Στάση σώματος: Η Beyonce κάθεται στα γόνατα σε πλάγια στάση και βλέπει το φακό της κάμερας. Έχει τα χέρια της ακουμπημένα στη φουσκωμένη κοιλιά της.
- Αντικείμενα: Υπάρχει μια σύνθεση από λουλούδια γύρω από την Beyonce.
- Εξωτερικός/Εσωτερικός χώρος φωτογραφίας: Ο χώρος της φωτογραφίας είναι εσωτερικός και συγκεκριμένα σε στούντιο.

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινομένων: Στη φωτογραφία απεικονίζεται η Beyonce έγκυος με τα εσώρουχα της κρατώντας την κοιλιά της σε πλάγια στάση, στα γόνατα, γύρω της υπάρχουν πολλά λουλούδια και ανέκφραστη κοιτάει το φακό της κάμερας. Στο κεφάλι είναι τοποθετημένο ένα μεγάλο πέπλο το οποίο καλύπτει μεγάλο μέρος του σώματος της. Στη λεζάντα της φωτογραφίας πληροφορεί το κοινό της ότι περιμένει δίδυμα και ευχαριστεί τον κόσμο για τις ευχές του.

- 2) Η δεύτερη φωτογραφία της Beyonce στο λογαριασμό της στο Instagram αναρτήθηκε στις 14.07.2017 και έχει δεχθεί 10.277,28 εκατομμύρια likes και 317,649 σχόλια. Αυτή η φωτογραφία πιο κάτω είναι η τέταρτη με τα περισσότερα likes στο Instagram.



Εικόνα 23: 2^η ανάρτηση Beyonce

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινόντων: Στη φωτογραφία εμφανίζεται η Beyonce με τα 2 της νεογέννητα δίδυμα παιδιά.

Αποκωδικοποίηση σημαινομένων σε κώδικες: Η περιγραφή θα πραγματοποιηθεί στα παρακάτω επίπεδα:

- Εμφάνιση: Η Beyonce είναι με ένα μοβ μεγάλο ρούχο και κρατάει στη αγκαλιά τα 2 της νεογέννητα παιδιά.
- Αριθμός ατόμων/φίλοι/οικογένεια: Στη φωτογραφία εμφανίζονται 3 άτομα. Η Beyonce και τα 2 νεογέννητα παιδιά της.
- Πόζα/Στάση σώματος: Η Beyonce στέκεται, το ένα της πόδι είναι λυγισμένο και βλέπει το φακό της κάμερας. Κρατάει τα 2 νεογέννητα παιδιά της.
- Αντικείμενα: Υπάρχουν λουλούδια γύρο από την Beyonce και πίσω η θάλασσα, στο κάτω μέρος της φωτογραφίας υπάρχει γρασίδι και στα πλάγια στο πίσω μέρος της φωτογραφίας υπάρχουν θάμνοι.
- Εξωτερικός/Εσωτερικός χώρος φωτογραφίας: Ο χώρος της φωτογραφίας είναι εξωτερικός και συγκεκριμένα σε κήπο με θέα τη θάλασσα.

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινομένων: Στη φωτογραφία απεικονίζεται η Beyonce, κρατάει στην αγκαλιά τα 2 νεογέννητα της παιδιά όρθια με το ένα της πόδι λυγισμένο. Πίσω της υπάρχουν λουλούδια, θάμνοι και θάλασσα, το βλέμμα της είναι ανέκφραστο.

- 3) Η τρίτη δημοφιλέστερη φωτογραφία της Beyonce στον λογαριασμό της στο Instagram αναρτήθηκε στις 20.01.2017 και έχει δεχθεί 4.540,337 εκατομμύρια likes και 32,994 σχόλια.



Εικόνα 24: 3^η ανάρτηση Beyonce

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινόντων: Στη φωτογραφία εμφανίζονται ο Barack Obama και η σύζυγος του Michelle με ακουμπημένα τα κεφάλια τους. Είναι και οι 2 όρθιοι σε πλάγια στάση, ο Barack Obama έχει σκυφτό το κεφάλι του κάτω στο πάτωμα ενώ η Michelle κοιτάει χαμογελαστή με το αριστερό της μάτι το φακό.

Αποκωδικοποίηση σημαινομένων σε κώδικες: Η περιγραφή θα πραγματοποιηθεί στα παρακάτω επίπεδα:

- Εμφάνιση: Ο Barack Obama φορά κουστόμι μαύρο με άσπρο πουκάμισο και μπλε γραβάτα και η Michelle άσπρη φανέλα και μαύρο παντελόνι.
- Αριθμός ατόμων/φίλοι/οικογένεια: Στη φωτογραφία εμφανίζονται 2 άτομα. Ο Barack Obama και η σύζυγος του Michelle.
- Πόζα/Στάση σώματος: Ο Barack Obama είναι όρθιος με ελαφριά κλίση του σώματος του προς τα κάτω ενώ η Michelle στέκεται δίπλα στο σύζυγο της με ακουμπημένα τα κεφάλια τους. Είναι χαμογελαστή βλέποντας αριστερά με ενωμένα τα χέρια της.
- Αντικείμενα: Τα αντικείμενα του γραφείου.

- Εξωτερικός/Εσωτερικός χώρος φωτογραφίας: Ο χώρος της φωτογραφίας είναι εσωτερικός και συγκεκριμένα σε ένα γραφείο, πιθανότατα στο γραφείο του προέδρου των Η.Π.Α στο Λευκό Οίκο.

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινομένων: Η Beyonce επισκέφθηκε το προεδρικό ζεύγος στο λευκό οίκο. Στη λεζάντα της φωτογραφίας η Beyonce έχει γράψει ότι τους ευχαριστεί.

- 4) Η τέταρτη δημοφιλέστερη φωτογραφία της Beyonce στο Instagram αναρτήθηκε στις 30.05.2017 και έχει δεχθεί 4.326,374 εκατομμύρια likes και 75,803 σχόλια.



Εικόνα 25: 4^η ανάρτηση Beyonce

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινόντων: Στη φωτογραφία εμφανίζεται η Beyonce έγκυος με το πρώτο της παιδί σε πλάγια στάση κρατώντας την στην αγκαλιά της.

Αποκωδικοποίηση σημαινομένων σε κώδικες: Η περιγραφή θα πραγματοποιηθεί στα παρακάτω επίπεδα:

- Εμφάνιση: Η Beyonce είναι με τα εσώρουχα και από πάνω φοράει μπλε ρόμπα . Η κόρη της φοράει ένα ολόσωμο μαγιό και ένα καπέλο.
- Αριθμός ατόμων/φίλοι/οικογένεια: Στη φωτογραφία εμφανίζονται 2 άτομα. Η Beyonce και η κόρη της.

- Πόζα/Στάση σώματος: Η Beyonce είναι όρθια και κρατά στα χέρια την κόρη της. Κλείνει τα χείλη της και της στέλνει φιλή. Η κόρη της έχει λυγισμένα τα χέρια και κοιτάει την Beyonce.
- Αντικείμενα: Στη φωτογραφία δεν υπάρχουν αντικείμενα.
- Εξωτερικός/Εσωτερικός χώρος φωτογραφίας: Ο χώρος της φωτογραφίας είναι εσωτερικός.

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινομένων: Στη φωτογραφία αυτή η Beyonce αυτοπαρουσιάζεται μαζί με την κόρη της σε περίοδο που κυοφορεί τα δίδυμα παιδιά της. Στη λεζάντα της φωτογραφίας η Beyonce πρόσθεσε ένα εικονίδιο με χαμογελαστή φάτσα και την αμερικάνικη σημαία.

5) Η πέμπτη δημοφιλέστερη φωτογραφία της Beyonce στο Instagram αναρτήθηκε στις 15.03.2017 και έχει δεχθεί 4.040,282 εκατομμύρια likes και 40,995 σχόλια.



Εικόνα 26: 5^η ανάρτηση Beyonce

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινόντων: Στη φωτογραφία εμφανίζεται η Beyonce έγκυος σε 4 διαφορετικές πόζες κρατώντας μια τσάντα.

Αποκωδικοποίηση σημαινομένων σε κώδικες: Η περιγραφή θα πραγματοποιηθεί στα παρακάτω επίπεδα:

- Εμφάνιση: Η Beyonce φοράει ένα μαύρο κοντό στενό φόρεμα με μπότες πάνω από το γόνατο κρατώντας μία τσάντα,
- Αριθμός ατόμων/φίλοι/οικογένεια: Στη φωτογραφία εμφανίζετε μόνο η Beyonce.
- Πόζα/Στάση σώματος: Η Beyonce είναι σε 4 διαφορετικές πόζες. Στη μία πόζα φαίνεται το πίσω μέρος του σώματος της, στη δεύτερη πόζα φαίνεται το σώμα από πλάγια θέση βλέποντας μπροστά το φακό με ελαφρός το κεφάλι προς τα κάτω, στην τρίτη πόζα είναι ελαφρός τοποθετημένη πλάγια κοιτάζοντας το φακό με ελαφρός το κεφάλι προς τα πάνω και τέλος, στην τέταρτη πόζα είναι όρθια ακριβώς απέναντι από το φακό κοιτάζοντας τη κάμερα. Στις 3 πόζες κρατάει στο ένα χέρι τσάντα και στην τελευταία πόζα κρατάει την τσάντα και με το άλλο χέρι την φουσκωμένη κοιλιά της λόγω εγκυμοσύνης.
- Αντικείμενα: Κρατάει μία τσάντα.
- Εξωτερικός/Εσωτερικός χώρος φωτογραφίας: Ο χώρος της φωτογραφίας είναι εσωτερικός.

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινομένων: Στη φωτογραφία απεικονίζεται η Beyonce έγκυος σε 4 διαφορετικές πόζες αποκαλύπτοντας έτσι το σώμα της από όλες της πλευρές. Είναι ανέκφραστη, φοράει μαύρο κοντό φόρεμα με μαύρες ψηλές μπότες και κρατάει μία μαύρη τσάντα, στην τελευταία πόζα κρατάει τη φουσκωμένη κοιλιά της λόγω εγκυμοσύνης. Δεν υπάρχει λεζάντα που να συνοδεύει τη φωτογραφία.

4.3.5 Kim Kardashian

Η Kim Kardashian έχει τον πέμπτο δημοφιλέστερο λογαριασμό στο κοινωνικό δίκτυο Instagram με συνολικό αριθμό ακολούθων 105 εκατομμύρια.

- 1) Η δημοφιλέστερη φωτογραφία της Kim Kardashian στο Instagram είναι η παρακάτω η οποία αναρτήθηκε στις 17.04.2017 και έχει μαζέψει 4.589,081 εκατομμύρια likes και 30,886 χιλιάδες σχόλια.



Εικόνα 27: 1^η ανάρτηση Kim Kardashian

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινόντων: Στη φωτογραφία εμφανίζεται η Kim Kardashian, ο άντρας της Kanye West με τα 2 τους παιδιά. Κοιτάζουν κατευθείαν στο φακό με χαρούμενο βλέμμα εκτός από τα παιδιά τους που κοιτάζουν σε διαφορετική κατεύθυνση.

Αποκωδικοποίηση σημαινομένων σε κώδικες: Η περιγραφή θα πραγματοποιηθεί στα παρακάτω επίπεδα:

- Εμφάνιση: Η Kim Kardashian φοράει ένα στενό χρυσαφί φόρεμα λίγο κάτω από το γόνατο, ο Kanye West φοράει τζίν σακάκι και παντελόνι και άσπρο πουκάμισο. Τα 2 τους παιδιά φοράνε άσπρα ρούχα.
- Αριθμός ατόμων/φίλοι/οικογένεια: Στη φωτογραφία εμφανίζονται 4 πρόσωπα, η Kim Kardashian, ο άντρας της Kanye West με τα 2 τους παιδιά,

- Πόζα/Στάση σώματος: Στέκονται όλοι ευθεία, κοιτάζουν κατευθείαν στο φακό , εκτός από τα 2 τους παιδιά. Η Kim Kardashian κρατάει στην αγκαλιά της στο ένα χέρι τον γιό της και με το άλλο χέρι ακουμπά τον ώμο της κόρης της. Ο Kanye West είναι όρθιος με τα χέρια κάτω.
- Αντικείμενα: Δεν υπάρχουν αντικείμενα.
- Εξωτερικός/Εσωτερικός χώρος φωτογραφίας: Ο χώρος της φωτογραφίας είναι εσωτερικός και πιθανότατα σε κάποιο σπίτι.

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινομένων: Στη φωτογραφία απεικονίζονται η Kim Kardashian, ο Kanye West με τα 2 τους παιδιά σε εσωτερικό χώρο. Και οι 2 γονείς φαίνονται πολύ ευτυχισμένοι ενώ τα παιδιά τους είναι ανέκφραστα. Η Kim Kardashian κρατάει στην αγκαλιά της στο ένα χέρι τον γιό της και με το άλλο χέρι ακουμπά τον ώμο της κόρης της. Στη λεζάντα της φωτογραφίας η Kim Kardashian γράφει “Easter 2017” και δίνει το μήνυμα ότι ετοιμάστηκαν για μια οικογενειακή συνάντηση.

- 2) Η δεύτερη δημοφιλέστερη φωτογραφία της Kim Kardashian στο Instagram είναι η παρακάτω η οποία αναρτήθηκε στις 05.11.2017 και έχει μαζέψει 4.282,430 εκατομμύρια likes και 50,068 σχόλια.



Εικόνα 28: 2^η ανάρτηση Kim Kardashian

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινόντων: Στη φωτογραφία εμφανίζεται η Kim Kardashian με την μητέρα της, Kris Jenner, σε κάποιο σπίτι. Κοιτάζουν κατευθείαν στο φακό με ανέκφραστο βλέμμα.

Αποκωδικοποίηση σημαινομένων σε κώδικες: Η περιγραφή θα πραγματοποιηθεί στα παρακάτω επίπεδα:

- Εμφάνιση: Η Kim Kardashian φοράει άσπρη τελαντωτή φανέλα, χρυσό κολιέ με ξανθά μαλλιά. Η μητέρα της, Kris Jenner, φοράει μπεζ ρούχο και έχει επίσης ξανθά μαλλιά. Και οι 2 έχουν το ίδιο μακιγιάζ,
- Αριθμός ατόμων/φίλοι/οικογένεια: Στη φωτογραφία εμφανίζονται 2 πρόσωπα, η Kim Kardashian και η μητέρα της, Kris Jenner.
- Πόζα/Στάση σώματος: Βλέπουν και οι 2 το φακό της κάμερας, η φωτογραφία είναι πολύ κοντινή. Σύμφωνα με τον Goodman (1997), στον οποίο γίνεται αναφορά στην έρευνα του Chang η τεχνική της πολύ κοντινής φωτογραφίας τονίζει τα θηλυκά χαρακτηριστικά μια γυναικάς και στη συγκεκριμένη περίπτωση τονίζει το καθαρό δέρμα, τα σαρκώδη χείλη, τα πυκνά και λαμπερά μαλλιά και τις μακριές βλεφαρίδες των 2 κυριών (Chang 2008).
- Αντικείμενα: Δεν υπάρχουν αντικείμενα.
- Εξωτερικός/Εσωτερικός χώρος φωτογραφίας: Ο χώρος της φωτογραφίας είναι εσωτερικός και πιθανότατα σε κάποιο σπίτι.

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινομένων: Στη φωτογραφία απεικονίζεται η Kim Kardashian με την μητέρα της, Kris Jenner, και οι 2 έχουν βαμμένα ξανθά μαλλιά, το ίδιο μακιγιάζ και η φωτογραφία είναι κοντινή τονίζοντας τα χαρακτηριστικά του προσώπου τους. Στη λεζάντα της φωτογραφίας η Kim Kardashian αναφέρεται στη μητέρα της, και συγκεκριμένα της εύχεται χαρούμενα γενέθλια και ότι δε θα μπορούσε να έχει καλύτερη μητέρα και ότι την αγαπά πάρα πολύ. Πιθανότατα η οικογένεια έχει μαζευτεί για να γιορτάσει τα γενέθλια της Kris Jenner.

- 3) Η τρίτη δημοφιλέστερη φωτογραφία της Kim Kardashian στο Instagram αναρτήθηκε στις 03.01.2017 και έχει μαζέψει 4.257,948 εκατομμύρια likes και 130,143 σχόλια.



Εικόνα 29: 3^η ανάρτηση Kim Kardashian

Περιγραφή σε επίπεδο σημαιόντων: Στη φωτογραφία εμφανίζεται η Kim Kardashian, ο Kanye West με τα 2 τους παιδιά. Κοιτάζουν σε διάφορες κατευθύνσεις με ανέκφραστο βλέμμα.

Αποκωδικοποίηση σημαινομένων σε κώδικες: Η περιγραφή θα πραγματοποιηθεί στα παρακάτω επίπεδα:

- Εμφάνιση: Η Kim Kardashian και η κόρη της φοράνε άσπρα φορέματα και ο Kanye West και ο γιός του φοράνε άσπρες φανέλες με μαύρο παντελόνι. Όλοι φοράνε άσπρα παπούτσια εκτός η Kim Kardashian που φοράει μπεζ παπούτσια.
- Αριθμός ατόμων/φίλοι/οικογένεια: Στη φωτογραφία εμφανίζονται 4 πρόσωπα, η Kim Kardashian, ο άντρας της ο Kanye West και τα 2 τους παιδιά,
- Πόζα/Στάση σώματος: Η Kim Kardashian κάθεται στα γόνατα κρατώντας με τα χέρια της τον γιό της βοηθώντας τον να σταθεί και βλέπει την κόρη της. Ο Kanye West στέκεται πίσω από τον γιό του σε ευθεία στάση και βλέπει τον γιό του. Η κόρη τους στέκεται λίγο πιο μπροστά κρατώντας το χέρι του αδελφού της βλέποντας στο πλάι. Ο μόνος που βλέπει ευθεία στο φακό είναι ο γιός τους,

- Αντικείμενα: Δεν υπάρχουν αντικείμενα.
- Εξωτερικός/Εσωτερικός χώρος φωτογραφίας: Ο χώρος της φωτογραφίας είναι εξωτερικός και συγκεκριμένα έξω από ένα σπίτι.

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινομένων: Στη φωτογραφία απεικονίζεται η Kim Kardashian, ο Kanye West με τα 2 τους παιδιά στην αυλή κάποιου σπιτιού φορώντας τις ίδιες αποχρώσεις ρούχων. Οι δύο γονείς βλέπουν τα παιδιά τους, η Kim Kardashian βοηθάει τον γιό της να σταθεί και η αδελφή του κρατάει το χέρι.

- 4) Η τέταρτη δημοφιλέστερη φωτογραφία της Kim Kardashian στο Instagram είναι η παρακάτω η οποία αναρτήθηκε στις 04.01.2017 και έχει μαζέψει 3.538,807 εκατομμύρια likes και 33,634 σχόλια.



Εικόνα 30: 4^η ανάρτηση Kim Kardashian

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινόντων: Στη φωτογραφία εμφανίζεται η Kim Kardashian με τον γιό της. Δεν κοιτάζουν τον φακό και έχουν ανέκφραστο βλέμμα.

Αποκωδικοποίηση σημαινομένων σε κώδικες: Η περιγραφή θα πραγματοποιηθεί στα παρακάτω επίπεδα:

- Εμφάνιση: Η Kim Kardashian φοράει άσπρη μπλούζα και ο γιός της κόκκινο ολόσωμο.
- Αριθμός ατόμων/φίλοι/οικογένεια: Στη φωτογραφία εμφανίζονται 2 πρόσωπα, η Kim Kardashian και ο γιός της.
- Πόζα/Στάση σώματος: Η Kim Kardashian κάθεται στα γόνατα πίσω από τον γιό της κρατώντας και βοηθώντας τον να σταθεί. Ο γιός της με το ένα χέρι της τραβάει τα μαλλιά.
- Αντικείμενα: Δεν υπάρχουν αντικείμενα.
- Εξωτερικός/Εσωτερικός χώρος φωτογραφίας: Ο χώρος της φωτογραφίας είναι εσωτερικός.

Περιγραφή σε επίπεδο σημειομένων: Στη φωτογραφία απεικονίζεται η Kim Kardashian με τον γιό της. Η Kim Kardashian στηρίζει τον γιό της για να σταθεί και εκείνος της τραβάει τα μαλλιά.

- 5) Η πέμπτη δημοφιλέστερη φωτογραφία της Kim Kardashian στο Instagram είναι η παρακάτω η οποία αναρτήθηκε στις 21.08.2017 και έχει μαζέψει 3.344,983 εκατομμύρια likes και 27,072 σχόλια.



Εικόνα 31: 5^η ανάρτηση Kim Kardashian

Περιγραφή σε επίπεδο σημειόντων: Στη φωτογραφία εμφανίζεται η Kim Kardashian με τα 2 της παιδιά. Μόνο ο γιός της Kim Kardashian κοιτάζει τον φακό της κάμερας.

Αποκωδικοποίηση σημαινομένων σε κώδικες: Η περιγραφή θα πραγματοποιηθεί στα παρακάτω επίπεδα:

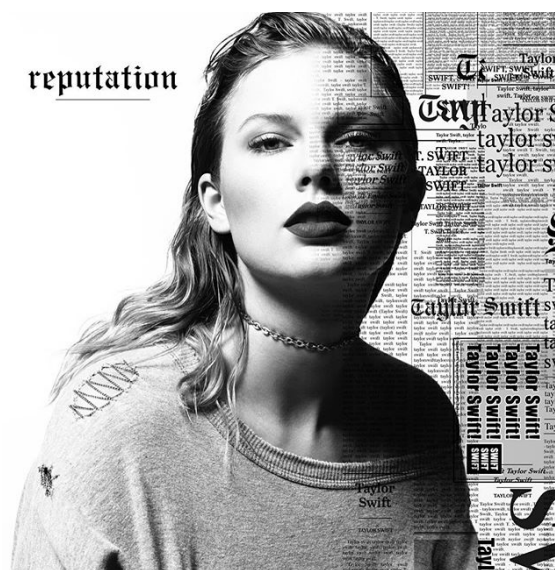
- **Εμφάνιση:** Η Kim Kardashian φοράει στρατιωτικό παντελονάκι με μαύρη κοντή φανέλα. Ο γιός της φοράει επίσης στρατιωτικό παντελονάκι με μαυρόασπρη φανέλα. Η κόρη της είναι τυλιγμένη με μία άσπρη κουβέρτα.
- **Αριθμός ατόμων/φίλοι/οικογένεια:** Στη φωτογραφία εμφανίζονται 3 κύρια πρόσωπα, Η Kim Kardashian και τα 2 της παιδιά,
- **Πόζα/Στάση σώματος:** Η Kim Kardashian και ο γιός της είναι ξαπλωμένοι και η κόρη της στέκετε και ακουμπά στην αγκαλιά της μητέρας της. Η Kim Kardashian αγκαλιάζει και τα 2 της παιδιά και φιλάει τον γιό της. Ο γιός της απλά ξαπλώνει με ευθεία κάτω τα χέρια του.
- **Αντικείμενα:** Δεν υπάρχουν αντικείμενα.
- **Εξωτερικός/Εσωτερικός χώρος φωτογραφίας:** Ο χώρος της φωτογραφίας είναι εσωτερικός.

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινομένων: Στη φωτογραφία απεικονίζεται η Kim Kardashian ξαπλωμένη αγκαλιά με τα δύο της παιδιά φιλώντας στο κεφάλι τον γιό της. Η κόρη της είναι τυλιγμένη με μία κουβέρτα ακουμπώντας το κεφάλι της στο στήθος της μητέρας της,

4.3.6 Taylor Swift

Η Taylor Swift έχει τον έκτο δημοφιλέστερο λογαριασμό στο κοινωνικό δίκτυο Instagram με συνολικό αριθμό ακολούθων 104 εκατομμύρια. Επίσης, έχει παρατηρηθεί, ότι τα σχόλια είναι απενεργοποιημένα και για αυτό οι ακόλουθοι της δεν μπορούν να σχολιάζουν τις φωτογραφίες.

- 1) Η δημοφιλέστερη φωτογραφία της Taylor Swift στο Instagram είναι η παρακάτω η οποία αναρτήθηκε στις 23.08.2017 και έχει 2.430,142 εκατομμύρια likes.



Εικόνα 32: 1^η ανάρτηση Taylor Swift

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινόντων: Στη φωτογραφία εμφανίζεται η Taylor Swift κοιτάζοντας το φακό της κάμερας με βλέμμα απαθές. Είναι μια ασπρόμαυρη φωτογραφία όπου η Swift έχει τα μαλλιά της μαζεμένα πίσω και φοράει έντονο μαύρο κραγιόν.

Αποκωδικοποίηση σημαινομένων σε κώδικες: Η περιγραφή θα πραγματοποιηθεί στα παρακάτω επίπεδα:

- **Εμφάνιση:** Στη φωτογραφία παρουσιάζεται η Swift με έντονο μακιγιάζ και μαζεμένα τα μαλλιά της πίσω. Στο λαιμό της υπάρχει μια σφιχτά τυλιγμένη καδένα. Η μισή πλευρά του προσώπου της είναι πιο σκοτεινή από την υπόλοιπη.
- **Αριθμός ατόμων/φίλοι/οικογένεια:** Εμφανίζεται μόνη της η Taylor Swift.
- **Πόζα/Στάση σώματος:** Το σώμα της είναι ελαφρώς πλάγια ενώ το πρόσωπο της βλέπει ευθεία στη κάμερα.
- **Αντικείμενα:** Δεν υπάρχουν αντικείμενα.

- Εξωτερικός/Εσωτερικός χώρος φωτογραφίας: Εσωτερικός χώρος λήψης.
- Φωτογένεια/Επεξεργασία: Σύμφωνα με τον Bathes μια φωτογραφία επεξεργάζεται με τη βοήθεια διάφορων τεχνικών για να δείχνει ωραιοποιημένη. Η φωτογραφία αυτή επεξεργάστηκε και παρουσιάζεται μαυρόασπρη. Επίσης, στη δεξιά πλευρά της φωτογραφίας καθώς και στο μισό πρόσωπο της Taylor Swift εμφανίζονται κάποια λόγια. Στην αριστερή πλευρά της φωτογραφίας εμφανίζεται η λέξη reputation.

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινομένων: Εμφανίζεται η Taylor Swift σε μια μαυρόασπρη φωτογράφιση η οποία είναι προφανώς επεξεργασμένη. Αυτή η ανάρτηση προμηνύει το νέο της cd το οποίο θα κυκλοφορήσει με τον τίτλο Reputation.

- 2) Η δεύτερη δημοφιλέστερη φωτογραφία της Taylor Swift στο Instagram αναρτήθηκε στις 03.12.2017 και έχει μαζέψει 2.239,338 εκατομμύρια likes.



Εικόνα 33: 2^η ανάρτηση Taylor Swift

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινόντων: Η Taylor Swift στέκεται στη σκηνή κρατώντας την κιθάρα της. Η λήψη της φωτογραφίας είναι τραβηγμένη από πίσω και για αυτό παρουσιάζεται η πίσω πλευρά της Taylor Swift και στο βάθος φαίνονται οι θαυμαστές της.

Αποκωδικοποίηση σημαινομένων σε κώδικες: Η περιγραφή θα πραγματοποιηθεί στα παρακάτω επίπεδα:

- Εμφάνιση: Η Taylor Swift εμφανίζεται με κοντό μαύρο παντελονάκι και μπλούζα σε καφέ αποχρώσεις.

- Αριθμός ατόμων/φίλοι/οικογένεια: Η Taylor Swift και στο βάθος της φωτογραφίας οι θαυμαστές της,
- Πόζα/Στάση σώματος: Στέκεται όρθια στη μουσική σκηνή.
- Αντικείμενα: Η κιθάρα που κρατάει καθώς και η βάση του μικροφώνου.
- Εξωτερικός/Εσωτερικός χώρος φωτογραφίας: Εσωτερικός χώρος φωτογράφισης.

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινομένων: Η Taylor Swift δίνει συναυλία στους θαυμαστές της. Κρατάει την κιθάρα της και στέκετε στη σκηνή. Σύμφωνα με τη λεζάντα της ανάρτησης, η Taylor Swift, γράφει ότι τη φωτογραφία τραβήχτηκε από τον κιθαρίστα της. Επίσης, ευχαριστεί όλους όσους παρευρέθηκαν στη συναυλία της και ότι ήταν υπέροχοι.

- 3) Η τρίτη δημοφιλέστερη φωτογραφία της Taylor Swift στο Instagram αναρτήθηκε στις 09.11.2017 και έχει μαζέψει 2.183.721 εκατομμύρια likes.



Εικόνα 34: 3^η ανάρτηση Taylor Swift

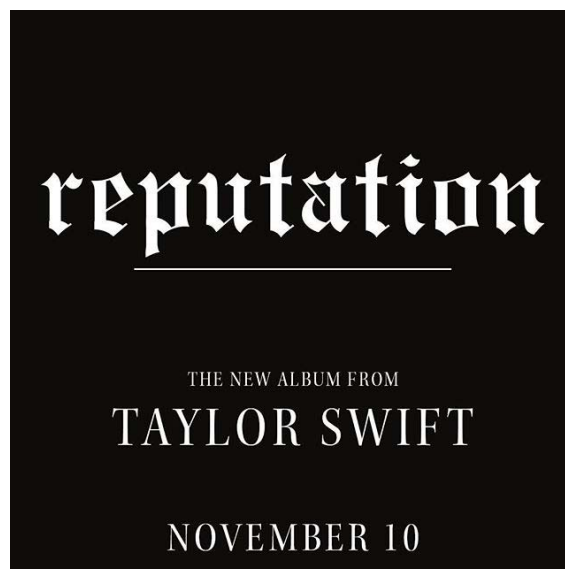
Περιγραφή σε επίπεδο σημαινότων: Η Taylor Swift εμφανίζεται με το γάτο της. Η λήψη της φωτογραφίας είναι από το στήθος και πάνω. Η Taylor Swift κοιτάζει το φακό με επίμονο τρόπο ενώ ο γάτος κοιτάζει και αυτός το φακό της κάμερας.

Αποκωδικοποίηση σημαινομένων σε κώδικες: Η περιγραφή θα πραγματοποιηθεί στα παρακάτω επίπεδα:

- Εμφάνιση: Η Taylor Swift φοράει ένα μπλουζάκι και έχει ακουστικά στα αυτιά με ριγμένα τα καστανόξανθα μαλλιά της μπροστά στους ώμους της.
- Αριθμός ατόμων/φίλοι/οικογένεια: Εμφανίζεται η Taylor Swift με ένα γάτο.
- Πόζα/Στάση σώματος: Η λήψη της φωτογραφίας είναι από το στήθος και πάνω, η Taylor Swift έχει ευθεία το σώμα και το κεφάλι της προς το φακό της κάμερας.
- Αντικείμενα: Κανένα
- Εξωτερικός/Εσωτερικός χώρος φωτογραφίας: Εσωτερικός χώρος.

Περιγραφή σε επίπεδο σημειομένων: Η Taylor Swift φωτογραφίζεται σε μια χαλαρή στιγμή με το γάτο της. Η φωτογραφία χαρακτηρίζεται από την απλότητα της αφού δεν υπάρχουν αντικείμενα ούτε επεξεργασία στην εικόνα. Στη λεζάντα της φωτογραφίας η Taylor Swift αναγράφει ότι περιμένει την κυκλοφορία του νέου της άλμπουμ που θα γίνει την επόμενη μέρα.

- 4) Η τέταρτη δημοφιλέστερη φωτογραφία της Taylor Swift στο Instagram αναρτήθηκε στις 23.08.2017 και έχει μαζέψει 1.801,548 εκατομμύρια likes.



Εικόνα 35: 4^η ανάρτηση Taylor Swift

Περιγραφή σε επίπεδο σημειόντων: Η φωτογραφία αναγράφει ότι το νέο άλμπουμ της Taylor Swift θα κυκλοφορήσει στις 10 του Νοεμβρίου.

Αποκωδικοποίηση σημειομένων σε κώδικες:

- Εμφάνιση: Καμία

- Αριθμός ατόμων/φίλοι/οικογένεια: Κανένας.
- Πόζα/Στάση σώματος: Καμία
- Αντικείμενα: Κανένα
- Εξωτερικός/Εσωτερικός χώρος φωτογραφίας: Κανένας χώρος.

5) Η Πέμπτη δημοφιλέστερη φωτογραφία της Taylor Swift στο Instagram αναρτήθηκε στις 10.11.2017 και έχει μαζέψει 1.791,440 εκατομμύρια likes.



Εικόνα 36: 5^η ανάρτηση Taylor Swift

Περιγραφή σε επίπεδο σημαιόντων: Εμφανίζεται η Taylor Swift σε μια ολόσωμη φωτογραφία με ένα πολύχρωμο κοντό φόρεμα και χρυσά ψηλοτάκουνα.

Αποκωδικοποίηση σημαινομένων σε κώδικες: Η περιγραφή θα πραγματοποιηθεί στα παρακάτω επίπεδα:

- Εμφάνιση: Φοράει πολύχρωμο κοντό φόρεμα και χρυσά ψηλοτάκουνα και σπαστά μαλλιά.
- Αριθμός ατόμων/φίλοι/οικογένεια: Η Taylor Swift μόνη της.
- Πόζα/Στάση σώματος: Η Taylor Swift στέκετε όρθια βάζοντας το ένα της χέρι στη μέση και το άλλο ακουμπά ο αγκώνας στη μέση και προς τα πάνω. Το δεξί της πόδι έχει μία ελαφριά κάμψη προς τα μέσα ενώ το αριστερό είναι ευθεία. Σύμφωνα με τον Goffman

(1979), όπου γίνεται αναφορά στην έρευνα του Chang, οι γυναίκες παρουσιάζονται συχνότερα σε θέση κάμψης των ποδιών ή των γονάτων (Chang 2008).

- Αντικείμενα: Κανένα αντικείμενο.
- Εξωτερικός/Εσωτερικός χώρος φωτογραφίας: Εσωτερικός χώρος φωτογράφισης.

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινομένων: Η Taylor Swift φωτογραφίζεται για την κυκλοφορία του νέου της άλμπουμ σε μια ολόσωμη λαμπερή φωτογραφία με χρωματιστό αστραφτερό φόρεμα και τακούνια σε χρώμα χρυσό. Το φόντο της φωτογράφισης είναι στις αποχρώσεις του γκριζου, πιθανότατα για να τονίζεται η παρουσία της Taylor Swift. Η λεζάντα της φωτογραφίας αναγράφει ότι το νέο της άλμπουμ κυκλοφόρησε.

4.3.7 Kylie Jenner

Η Kylie Jenner έχει τον έβδομο δημοφιλέστερο λογαριασμό στο κοινωνικό δίκτυο Instagram με συνολικό αριθμό ακολούθων 99 εκατομμύρια.

- 1) Η δημοφιλέστερη φωτογραφία της Kylie Jenner στο Instagram αναρτήθηκε στις 25.09.2017 και έχει συνολικά 4.762,753 εκατομμύρια likes και 639,509 χιλιάδες σχόλια.



Εικόνα 37: 1^η ανάρτηση Kylie Jenner

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινόντων: Στη φωτογραφία εμφανίζεται η Kylie Jenner σε αίθριο χώρο με αισθησιακή διάθεση.

Αποκωδικοποίηση σημαινομένων σε κώδικες: Η περιγραφή θα πραγματοποιηθεί στα παρακάτω επίπεδα:

- Εμφάνιση: Καθημερινό ντύσιμο με έντονο μακιγιάζ και κόκκινο κραγιόν. Η Kylie φοράει ένα στενό jean παντελόνι και λευκό φανελάκι με έξω του ώμους.
- Αριθμός ατόμων/φίλοι/οικογένεια: Η Kylie Jenner μόνη της.
- Πόζα/Στάση σώματος: Όρθια στάση κρατώντας τη μέση του παντελονιού της.
- Αντικείμενα: Κανένα αντικείμενο.
- Εξωτερικός/Εσωτερικός χώρος φωτογραφίας: Εξωτερικός χώρος φωτογράφισης.

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινομένων: Η Kylie ποζάρει σε μια φάρμα φορώντας ένα λευκό «Are You Am I» φανελάκι το οποίο έχει και η αδελφή της Kendall αλλά και η κολλητή της φίλη Bella Hadid. Η φωτογραφία τραβήχτηκε λίγο καιρό μετά τις φήμες περί αισθητικής επέμβασης για αύξηση στήθους. Η λεζάντα της φωτογραφίας γράφει τη φράση «Mary Jo is the perfect red», και αναφέρεται στα προϊόντα αισθητικής που έχει προωθήσει στην αγορά.

- 2) Η δεύτερη δημοφιλέστερη φωτογραφία της Kylie Jenner στο Instagram αναρτήθηκε στις 04.11.2017 και έχει συνολικά 4.493,856 εκατομμύρια likes και 1.596,226 εκατομμύρια σχόλια.



Εικόνα 38: 2^η ανάρτηση Kylie Jenner

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινόντων: Στη φωτογραφία εμφανίζεται το πρόσωπο της Kylie Jenner σε μια selfie φωτογράφιση. Στη φωτογραφία έχει χρησιμοποιηθεί φίλτρο το οποίο εμφανίζεται με καρδιές.

Αποκωδικοποίηση σημαινομένων σε κώδικες: Η περιγραφή θα πραγματοποιηθεί στα παρακάτω επίπεδα:

- Εμφάνιση: Η Kylie εμφανίζεται με διακριτικό μακιγιάζ και λιτά μαλλιά.
- Αριθμός ατόμων/φίλοι/οικογένεια: Η Kylie Jenner μόνη της.
- Πόζα/Στάση σώματος: Selfie, Σύμφωνα με τον Goodman (1997), στον οποίο γίνεται αναφορά στην έρευνα του Chang η τεχνική της πολύ κοντινής φωτογραφίας τονίζει τα θηλυκά χαρακτηριστικά μια γυναίκας και στη συγκεκριμένη περίπτωση τα σαρκώδη χείλη και τις μακριές βλεφαρίδες (Chang 2008).
- Αντικείμενα: Κανένα αντικείμενο.
- Εξωτερικός/Εσωτερικός χώρος φωτογραφίας: Εσωτερικός χώρος φωτογράφισης.
- Φωτογένεια/Επεξεργασία: Σύμφωνα με τον Bathes μια φωτογραφία επεξεργάζεται με τη βοήθεια διάφορων τεχνικών για να δείχνει ωραιοποιημένη. Στην παρούσα φωτογραφία, η φωτογραφία επεξεργάστηκε και συγκεκριμένα τα χρώματα της φωτογραφίας είναι πιο έντονα. Επίσης εμφανίζονται ροζ καρδιές πάνω από το κεφάλι της.

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινομένων: Η Kylie έβγαλε αυτή τη selfie καλημερίζοντας τους followers της. Μετά τις φήμες περί εγκυμοσύνης η Kylie μοιράζεται με τους διαδικτυακούς της φίλους φωτογραφίες που δείχνουν μόνο το πρόσωπό της, ενισχύοντας έντονα το σενάριο της εγκυμοσύνης κάνοντας τους ακόλουθους της να διερωτώνται αν πραγματικά ισχύουν αυτές οι φήμες.

- 3) Η τρίτη δημοφιλέστερη φωτογραφία της Kylie Jenner στο Instagram αναρτήθηκε στις 13.10.2017 και έχει συνολικά 4.202,473 εκατομμύρια likes και 1.369,339 εκατομμύρια σχόλια.



Εικόνα 39: 3^η ανάρτηση Kylie Jenner

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινόντων: Σε αυτή την ανάρτηση η Kylie Jenner αυτοπαρουσιάζεται σε μια φωτογραφία selfie. Το δεξί της χέρι είναι πάνω στο κεφάλι της το οποίο έχει ελαφριά κλίση προς τα δεξιά.

Αποκωδικοποίηση σημαινομένων σε κώδικες: Η περιγραφή θα πραγματοποιηθεί στα παρακάτω επίπεδα:

- Εμφάνιση: Η Kylie εμφανίζεται χωρίς μακιγιάζ και με ολόμαυρα ρούχα.
- Αριθμός ατόμων/φίλοι/οικογένεια: Η Kylie Jenner φωτογραφίζεται μόνη της.
- Πόζα/Στάση σώματος: Όρθια στάση με το κεφάλι να έχει κλίση προς τα δεξιά.
- Αντικείμενα: Κανένα αντικείμενο.
- Εξωτερικός/Εσωτερικός χώρος φωτογραφίας: Εξωτερικός χώρος φωτογράφισης.

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινομένων: Η Kylie έβγαλε αυτή τη selfie χωρίς καθόλου μακιγιάζ. Μετά τις φήμες περί εγκυμοσύνης η Kylie μοιράζεται με τους διαδικτυακούς της φίλους

φωτογραφίες που δείχνουν μόνο το πρόσωπό της, ενισχύοντας έντονα το σενάριο της εγκυμοσύνης. Στη λεζάντα της φωτογραφίας γράφει Παρασκευή και 13 κάτι που δικαιολογεί το μαύρο ντύσιμο της καθώς αυτή η ημερομηνία στις Η.Π.Α. θεωρείται γρουσουζίκη.

- 4) Η τέταρτη δημοφιλέστερη φωτογραφία της Kylie Jenner στο Instagram αναρτήθηκε στις 21.11.2017 και έχει συνολικά 4.090,115 εκατομμύρια likes και 128,917 χιλιάδες σχόλια.



Εικόνα 40: 4^η ανάρτηση Kylie Jenner

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινόντων: Η Kylie Jenner αυτοπαρουσιάζεται με μια πολύ κοντινή φωτογραφία του προσώπου της. Φοράει μαύρα ρούχα και έχει ένα ήρεμο βλέμμα.

Αποκωδικοποίηση σημαινομένων σε κώδικες: Η περιγραφή θα πραγματοποιηθεί στα παρακάτω επίπεδα:

- Εμφάνιση: Η Kylie φωτογραφίζεται φορώντας ένα μαύρο πουλόβερ. Τα μαλλιά της είναι χτενισμένα με wet look και είναι μακιγιαρισμένα σε απαλούς τόνους.
- Αριθμός ατόμων/φίλοι/οικογένεια: Η Kylie Jenner μόνη της.
- Πόζα/Στάση σώματος: Δεν διακρίνεται. Πιθανόν όρθια στάση. Σύμφωνα με τον Goodman (1997), στον οποίο γίνεται αναφορά στην έρευνα του Chang η τεχνική της πολύ κοντινής φωτογραφίας τονίζει τα θηλυκά χαρακτηριστικά μια γυναίκας και στη συγκεκριμένη περίπτωση το δέρμα, τα σαρκώδη χείλη, τα πυκνά και λαμπερά της μαλλιά και τις μακριές βλεφαρίδες της Kylie Jenner (Chang 2008).

- Αντικείμενα: Κανένα αντικείμενο.
- Εξωτερικός/Εσωτερικός χώρος φωτογραφίας: Πιθανότατα εσωτερικός χώρος φωτογράφισης.

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινομένων: Δύο μήνες μετά τη διαρροή περί εγκυμοσύνης, η Kylie αφήνει τις αισθησιακές πόζες με σέξι εσώρουχα και φωτογραφίζει μόνο το πρόσωπό της το οποίο σύμφωνα με τους ακόλουθους της έχει λάμψη εγκυμονούσης.

- 5) Η πέμπτη δημοφιλέστερη φωτογραφία της Kylie Jenner στο Instagram αναρτήθηκε στις 17.06.2017 και έχει συνολικά 4.066,897 εκατομμύρια likes και 131,075 σχόλια.



Εικόνα 41: 5^η ανάρτηση Kylie Jenner

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινόντων: Η Kylie φωτογραφίζεται μέσα σε ένα αυτοκίνητο. Το ντύσιμο της είναι βραδινό και προκλητικό όπως επίσης και το βλέμμα της.

Αποκωδικοποίηση σημαινομένων σε κώδικες: Η περιγραφή θα πραγματοποιηθεί στα παρακάτω επίπεδα:

- Εμφάνιση: Η Kylie ποζάρει αισθησιακά στο φακό φορώντας ένα βραδινό φόρεμα σε χρυσαφί χρώμα.

- Αριθμός ατόμων/φίλοι/οικογένεια: Η Kylie Jenner μόνη της.
- Πόζα/Στάση σώματος: Καθιστή με το γόνατο να φτάνει σχεδόν στο πρόσωπο, ακουμπώντας τον αντίχειρα της στα χείλη της.
- Αντικείμενα: Κανένα αντικείμενο.
- Εξωτερικός/Εσωτερικός χώρος φωτογραφίας: Εσωτερικός χώρος φωτογράφισης.

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινομένων: Η Kylie φωτογραφίζεται μέσα στο αυτοκίνητό της κατά τη διάρκεια βραδινής εξόδου της στο Δυτικό Χόλυγουντ. Η ενδυμασία της είναι βραδινή και η στάση του σώματος της είναι αισθησιακή.

4.3.8 therock

Ο Dwayne Johnson με το ψευδώνυμο therock έχει τον όγδοο δημοφιλέστερο λογαριασμό στο κοινωνικό δίκτυο Instagram με συνολικό αριθμό ακολούθων 96 εκατομμύρια.

- 1) Η δημοφιλέστερη φωτογραφία του therock αναρτήθηκε στις 23.09.2017 και έχει συνολικά 3.040,321 εκατομμύρια likes και 18,624 χιλιάδες σχόλια.



Εικόνα 42: 1^η ανάρτηση therock

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινόντων: Στη φωτογραφία απεικονίζεται ο Dwayne Johnson μαζί με ακόμη ένα άτομο το οποίο έχει αναπηρία των άκρων, να ποζάρουν στο φακό με φόντο το γυμναστήριο.

Αποκωδικοποίηση σημαινομένων σε κώδικες: Η περιγραφή θα πραγματοποιηθεί στα παρακάτω επίπεδα:

- Εμφάνιση: Ο Dwayne Johnson φοράει ρούχα γυμναστήριου και ο Nick Santonastasso είναι ημίγυμνος όπου διαφαίνονται τα γυμνασμένα τους σώματα.
- Αριθμός ατόμων/φίλοι/οικογένεια: Ο Dwayne Johnson μαζί με τον Nick Santonastasso.
- Πόζα/Στάση σώματος: Ο Dwayne Johnson ποζάρει καθισμένος σε μηχάνημα γυμναστηρίου και κλίνει το κεφάλι του προς την μεριά του Nick Santonastasso ενώ ο δεύτερος είναι όρθιος στο πάτωμα του γυμναστηρίου.

- Αντικείμενα: Δεν υπάρχουν αντικείμενα παρά μόνο στο βάθος της φωτογραφίας τα όργανα του γυμναστηρίου.
- Εξωτερικός/Εσωτερικός χώρος φωτογραφίας: Εσωτερικός χώρος φωτογράφισης.

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινομένων: Ο Dwayne Johnson μέσα από αυτή την φωτογραφία στέλνει ένα δυνατό μήνυμα για το πως μπορούν να επιτευχθούν προσωπικοί στόχοι μέσα από τη δύναμη της επιλογής. Ο Nick Santonastasso γεννήθηκε χωρίς τα κάτω άκρα και χωρίς δεξί άκρο αλλά αυτό δεν τον σταμάτησε να είναι body builder, να γυμνάζεται καθημερινώς αλλά να συμμετέχει και σε διαγωνισμούς σωματοδόμησης (body building).

- 2) Η δεύτερη δημοφιλέστερη φωτογραφία του στο μέσω κοινωνικής δικτύωσης Instagram έχει 2.968,001 εκατομμύρια likes και 10.199 σχόλια, αναρτήθηκε στις 13.05.2017.



Εικόνα 43: 2^η ανάρτηση therock

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινότων: Ο Dwayne Johnson ποζάρει στο φακό μαζί με τέσσερα παιδιά σε παραλία έχοντας την ίδια εμφάνιση.

Αποκωδικοποίηση σημαινομένων σε κώδικες: Η περιγραφή θα πραγματοποιηθεί στα παρακάτω επίπεδα:

- Εμφάνιση: Ο Dwayne Johnson μαζί με ακόμη τέσσερα παιδιά ποζάρει ημίγυμνος στον φακό φορώντας μόνο ένα κοντό τζιν. Την ίδια εμφάνιση έχουν και τα τέσσερα παιδιά.

- Αριθμός ατόμων/φίλοι/οικογένεια: Ο Dwayne Johnson μαζί με ακόμα τέσσερα παιδιά.
- Πόζα/Στάση σώματος: Όλοι ποζάρουν στον φακό με άγρια και συνάμα χαμογελαστή έκφραση στο πρόσωπο. Το δεξί χέρι είναι σε προέκταση για να φαίνεται ξεκάθαρα στο φακό το ίδιο τατουάζ που υπάρχει σχεδιασμένο και στους πέντε συμμετέχοντες της φωτογραφίας.
- Αντικείμενα: Εξάρτημα γυμναστήριου και πιο συγκεκριμένα πάγκος βαρών.
- Εξωτερικός/Εσωτερικός χώρος φωτογραφίας: Εξωτερικός χώρος φωτογράφισης.

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινομένων: Ο Dwayne Johnson ποζάρει στο φακό μαζί με 4 παιδιά σε παραλία και έχοντας ίδιο τατουάζ στο δεξί χέρι. Το τατουάζ απεικονίζει το πολεμικό πνεύμα «mana» και προέρχεται από τα νησιά της Πολυνησίας τα οποία έχουν μεγάλη παράδοση στην τέχνη της δερματοστιξίας. Η φωτογράφιση έγινε για τις ανάγκες εξώφυλλου του περιοδικού «GQ Magazine». Το συγκεκριμένο περιοδικό είναι αποκλειστικά για το ανδρικό κοινό. Μέσα από την λεζάντα του ο Dwayne Johnson παροτρύνει τους γονείς να εκπαιδεύουν τα παιδιά από μικρά και παράλληλα ευχαριστεί τα παιδιά για την άψογη συνεργασία αλλά και τους συνεργάτες του.

- 3) Η τρίτη δημοφιλέστερη φωτογραφία του στο μέσω κοινωνικής δικτύωσης Instagram έχει 2.876,115 εκατομμύρια likes και 29.310 σχόλια, αναρτήθηκε στις 24.05.2017.



Εικόνα 44: 3^η ανάρτηση therock

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινόντων: Μια επεξεργασμένη φωτογραφία με δύο φωτογραφίες του ηθοποιού σε νεότερη και τωρινή μορφή με παρόμοια ρούχα και αξεσουάρ και σε παρόμοιο φόντο.

Αποκωδικοποίηση σημαινομένων σε κώδικες: Η περιγραφή θα πραγματοποιηθεί στα παρακάτω επίπεδα:

- **Εμφάνιση:** Ο Dwayne Johnson φοράει μαύρο ζιβάγκο, τζιν, μαύρο τσαντάκι μέσης, ρολόι, ασημένια αλυσίδα βραχιόλι, ασημένια αλυσίδα στο λαιμό και ασημένιο κρίκο στο δεξί του αυτί. Διαφέρει μόνο το χτένισμα του. Στην τωρινή εκδοχή είναι φαλακρός ενώ στην νεότερη εκδοχή είναι απλά κοντοκουρεμένος.
- **Αριθμός ατόμων/φίλοι/οικογένεια:** Ο Dwayne Johnson σε δύο φωτογραφίες πριν και μετά.
- **Πόζα/Στάση σώματος:** Ο Dwayne Johnson ποζάρει και στις δύο φωτογραφίες στον φακό με εύθυμη διάθεση. Η μόνη διαφορά στην έκφραση είναι η τωρινή εκδοχή να έχει σηκωμένο το δεξί του φρύδι. Στη νεότερη εκδοχή και στην τωρινή εκδοχή, ακουμπάει το βάρος του σώματος του με το δεξί του χέρι σε πεζούλι και σκάλα αντίστοιχα.
- **Αντικείμενα:** Δεν υπάρχουν αντικείμενα.
- **Εξωτερικός/Εσωτερικός χώρος φωτογραφίας:** Εσωτερικός χώρος φωτογράφισης.

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινομένων: Ο Dwayne Johnson μέσα από αυτή τη φωτογραφία του με χιουμοριστική διάθεση δείχνει τις εξωτερικές αλλαγές του εαυτού του. Μέσα από την λεζάντα και με σατυρική διάθεση εξηγεί τις αντίξοες συνθήκες της ζωής του, οι οποίες έχουν ξεπεραστεί μέσα στο χρόνο και δεν τον κράτησαν πίσω στο να μην επιτευχθούν οι προσωπικοί του στόχοι και να μην γίνει παγκόσμια επιτυχημένος.

- 4) Η τέταρτη δημοφιλέστερη φωτογραφία του στο μέσω κοινωνικής δικτύωσης Instagram έχει 2.809,600 εκατομμύρια likes και 9.716 σχόλια, αναρτήθηκε στις 21.11.2017.



Εικόνα 45: 4^η ανάρτηση therock

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινόντων: Στη φωτογραφία ο Dwayne Johnson ποζάρει με στρατιωτική στολή και με στρατιωτικό εξοπλισμό σε χιονισμένο τοπίο.

Αποκωδικοποίηση σημαινομένων σε κώδικες: Η περιγραφή θα πραγματοποιηθεί στα παρακάτω επίπεδα:

- Εμφάνιση: Ο Dwayne Johnson φοράει στρατιωτική στολή και στρατιωτικό εξοπλισμό στα πλαίσια των γυρισμάτων της κινηματογραφικής ταινίας Skyscraper .
- Αριθμός ατόμων/φίλοι/οικογένεια: Ο Dwayne Johnson ποζάρει μόνος του.
- Πόζα/Στάση σώματος: Ο ηθοποιός ποζάρει όρθιος με αυστηρό ύφος και σε χαλαρή στάση σώματος.
- Αντικείμενα: Πολεμικό όπλο.
- Εξωτερικός/Εσωτερικός χώρος φωτογραφίας: Εξωτερικός χώρος φωτογράφισης με φόντο χιονισμένο τοπίο.

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινομένων: Ο Dwayne Johnson φοράει στρατιωτική στολή και στρατιωτικό εξοπλισμό στα πλαίσια των γυρισμάτων της κινηματογραφικής ταινίας Skyscraper. Μέσα από τη λεζάντα της φωτογραφίας, ο ηθοποιός ευχαριστεί τους συνεργάτες του και δηλώνει περήφανος που φοράει την ίδια στρατιωτική στολή των πεσόντων της Αμερικής.

- 5) Η πέμπτη δημοφιλέστερη φωτογραφία του στο μέσω κοινωνικής δικτύωσης Instagram έχει 2.728,757 εκατομμύρια likes και 8.987 σχόλια, αναρτήθηκε στις 25.11.2017.



Εικόνα 46: 5^η ανάρτηση therock

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινόντων: Στη φωτογραφία απεικονίζεται μόνος ο Dwayne Johnson στο διάδρομο προσγείωσης αεροδρομίου με χαλαρή διάθεση.

Αποκωδικοποίηση σημαινομένων σε κώδικες: Η περιγραφή θα πραγματοποιηθεί στα παρακάτω επίπεδα:

- Εμφάνιση: Ο Dwayne Johnson φοράει καθημερινό, χαλαρό και άνετο ντύσιμο για ταξίδι.
- Αριθμός ατόμων/φίλοι/οικογένεια: Ο Dwayne Johnson είναι μόνος του.
- Πόζα/Στάση σώματος: Η φωτογραφία απαθανάτισε τον ηθοποιό σε κίνηση και εμπνέει χαλαρή και ευδιάθετη διάθεση.

- Αντικείμενα: Ο Dwayne Johnson έχει περασμένη στον ώμο του την τσάντα ταξιδιού του και ξεχωρίζει από την τσάντα παγούρι νερού.
- Εξωτερικός/Εσωτερικός χώρος φωτογραφίας: Εξωτερικός χώρος φωτογράφισης και πιο συγκεκριμένα στο διάυλο προσγείωσης αεροπλάνων.

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινομένων: Στη φωτογραφία εμφανίζεται ο Dwayne Johnson στον διάδρομο προσγείωσης του αεροδρομίου της Χαβάη, χειρονομώντας χαμογελαστός το Χαβανέζικο νεύμα «Σάκα - Shaka». Στο πίσω μέρος της φωτογραφίας διαφαίνεται το αεροπλάνο με το οποίο πιθανόν ταξίδεψε ο Dwayne Johnson με φόντο τον ηλιόλουστο και καθαρό ουρανό.

4.3.9 Justin Bieber

Ο Justin Bieber έχει τον ένατο δημοφιλέστερο λογαριασμό στο κοινωνικό δίκτυο Instagram με συνολικό αριθμό ακολούθων 94 εκατομμύρια.

- 1) Η δημοφιλέστερη φωτογραφία του Justin Bieber αναρτήθηκε στις 18.11.2017 και έχει συνολικά 4.569,149 εκατομμύρια likes και 67,595 χιλιάδες σχόλια.



Εικόνα 47: 1^η ανάρτηση Justin Bieber

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινόντων: Εμφανίζεται ο Justin Bieber στη μέση της φωτογραφίας με ανοιχτά τα χέρια να υποδέχεται ένα άτομο.

Αποκωδικοποίηση σημαινομένων σε κώδικες: Η περιγραφή θα πραγματοποιηθεί στα παρακάτω επίπεδα:

- Εμφάνιση: Ο Justin Bieber φοράει μια άσπρη φανέλα που αναγράφει τη λέξη Syre και μαύρο παντελόνι.
- Αριθμός ατόμων/φίλοι/οικογένεια: Κύρια πρόσωπα στη φωτογραφία είναι Justin Bieber και ακόμα 1 άτομο.
- Πόζα/Στάση σώματος: Εμφανίζεται ο Justin Bieber όρθιος με ανοιχτά τα χέρια.
- Αντικείμενα: Δεν υπάρχουν αντικείμενα.
- Εξωτερικός/Εσωτερικός χώρος φωτογραφίας: Εσωτερικός χώρος φωτογράφισης.

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινομένων: Μετά από ανάλυση της φωτογραφίας αλλά και των σχολίων στη φωτογραφία γίνεται αντιληπτό ότι Justin Bieber συναντήθηκε στα παρασκήνια μιας συναυλίας με τον παιδικό του φίλο και συνεργάτη Jaden Smith. Η στάση του Justin Bieber να υποδέχεται το φίλο του με ανοιχτά τα χέρια υποδηλώνει την καλή σχέση που διατηρούν.

2) Η δεύτερη δημοφιλέστερη φωτογραφία του Justin Bieber αναρτήθηκε στις 18.11.2017 και έχει συνολικά 4.219,343 εκατομμύρια likes και 37,667 χιλιάδες σχόλια.



Εικόνα 48: 2^η ανάρτηση Justin Bieber

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινόντων: Παρουσιάζεται ο Justin Bieber να περπατάει με ένα άλλο άτομο σε έναν διάδρομο με αφίσες στον τοίχο.

Αποκωδικοποίηση σημαινομένων σε κώδικες: Η περιγραφή θα πραγματοποιηθεί στα παρακάτω επίπεδα:

- Εμφάνιση: Ο Justin Bieber φοράει μια άσπρη φανέλα που αναγράφει τη λέξη Syre και μαύρο παντελόνι.
- Αριθμός ατόμων/φίλοι/οικογένεια: Ο Justin Bieber μαζί με ακόμα ένα άτομο.
- Πόζα/Στάση σώματος: Η φωτογραφία τραβήχτηκε κατά τη διάρκεια που περπατούσε ο Justin Bieber με τον φίλο του.

- Αντικείμενα: Δεν υπάρχουν αντικείμενα.
- Εξωτερικός/Εσωτερικός χώρος φωτογραφίας: Εσωτερικός χώρος φωτογράφισης.

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινομένων: Ο Justin Bieber εμφανίζεται στη φωτογραφία να περπατάει με τον παιδικό του φίλο Jaden Smith σε μια συναυλία. Στη λεζάντα της φωτογραφίας ο Justin Bieber αναγράφει τη λέξη “fam” που σημαίνει οικογένεια και υποδηλώνει ότι αισθάνεται το φίλο του που εμφανίζεται στη φωτογραφία ως μέλος της οικογένειάς του.

3) Η τρίτη δημοφιλέστερη φωτογραφία του Justin Bieber αναρτήθηκε στις 17.10.2017 και έχει συνολικά 4.111,248 εκατομμύρια likes και 141,851 χιλιάδες σχόλια.



Εικόνα 49: 3^η ανάρτηση Justin Bieber

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινόντων: Ο Justin Bieber βρίσκεται έξω στη φύση χαμογελώντας στη κάμερα βγάζοντας μια selfie.

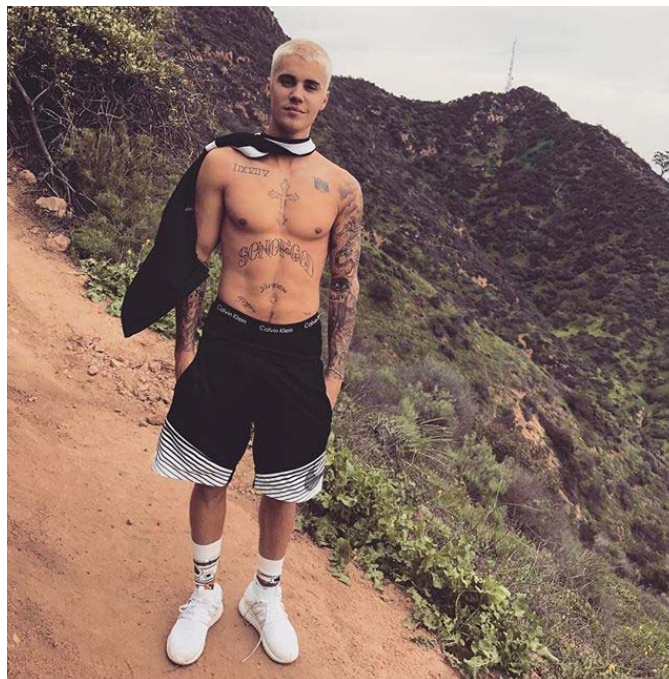
Αποκωδικοποίηση σημαινομένων σε κώδικες: Η περιγραφή θα πραγματοποιηθεί στα παρακάτω επίπεδα:

- Εμφάνιση: Φοράει ένα άσπρο μπλουζάκι, γυαλιά ηλίου και καπέλο.
- Αριθμός ατόμων/φίλοι/οικογένεια: Ο Justin Bieber μόνος του.

- Πόζα/Στάση σώματος: Όρθιος, η λήψη της φωτογραφίας είναι από το στήθος και πάνω.
- Αντικείμενα: Κανένα αντικείμενο.
- Εξωτερικός/Εσωτερικός χώρος φωτογραφίας: Εξωτερικός χώρος φωτογράφισης.

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινομένων: Ο Justin Bieber αυτοπαρουσιάζεται σε εξωτερικό υπαίθριο χώρο. Χαμογελάει στο φακό και φαίνεται να απολαμβάνει μια ηλιόλουστη μέρα στην εξοχή.

- 4) Η τέταρτη δημοφιλέστερη φωτογραφία του Justin Bieber αναρτήθηκε στις 26.02.2017 και έχει συνολικά 3.990,700 εκατομμύρια likes και 125,523 χιλιάδες σχόλια.



Εικόνα 50: 4^η ανάρτηση Justin Bieber

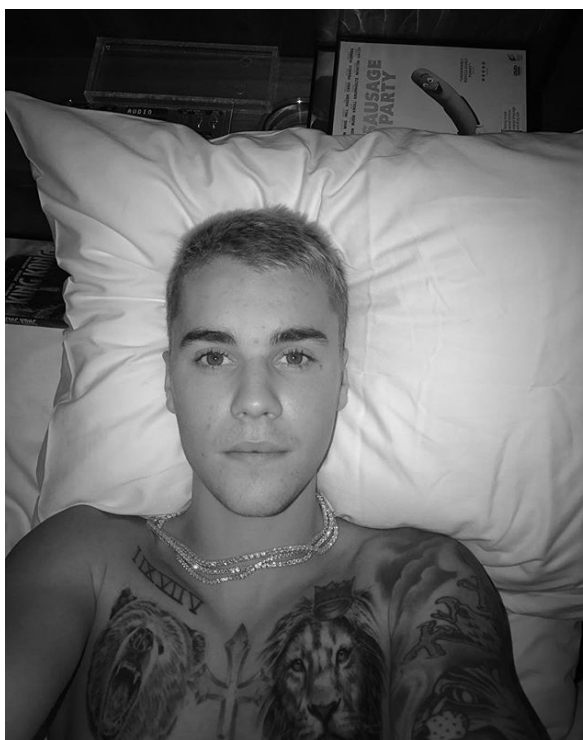
Περιγραφή σε επίπεδο σημαινόντων: Παρουσιάζεται ο Justin Bieber να στέκεται μπροστά στο φωτογραφικό φακό στην εξοχή μια συννεφιασμένη μέρα. Η φωτογραφία είναι ολόσωμη και το πάνω μέρος του σώματος του είναι γυμνό.

Αποκωδικοποίηση σημαινομένων σε κώδικες: Η περιγραφή θα πραγματοποιηθεί στα παρακάτω επίπεδα:

- Εμφάνιση: Ο Justin Bieber φοράει ένα κοντό παντελόνι, άσπρα παπούτσια και γυμνός από πάνω έχοντας δεμένο στο λαιμό του ένα φουλάρι.
- Αριθμός ατόμων/φίλοι/οικογένεια: Ο Justin Bieber μόνος του.
- Πόζα/Στάση σώματος: Είναι όρθιος με τα χέρια στην τσέπη. Είναι ελαφρά χαμογελαστός.
- Αντικείμενα: Κανένα αντικείμενο.
- Εξωτερικός/Εσωτερικός χώρος φωτογραφίας: Εξωτερικός χώρος φωτογράφισης.

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινομένων: Ο Justin Bieber αυτοπαρουσιάζεται στην εξοχή μία συννεφιασμένη μέρα. Φαίνεται να είναι χαλαρός έχοντας τα χέρια του στην τσέπη. Το ντύσιμο του παραπέμπει σε πεζοπορία στο βουνό. Παρόλο που ο μήνας λήψης της φωτογραφίας είναι ο Φεβρουάριος και φαίνεται να έχει συννεφιά και κρύο, ο Justin Bieber είναι γυμνός στο πάνω μέρος του σώματος του.

- 5) Η πέμπτη δημοφιλέστερη φωτογραφία του Justin Bieber αναρτήθηκε στις 29.03.2017 και έχει συνολικά 3.858,053 εκατομμύρια likes και 186,172 χιλιάδες σχόλια.



Εικόνα 51: 5^η ανάρτηση Justin Bieber

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινόντων: Ο Justin Bieber είναι ξαπλωμένος στο κρεβάτι και βγάζει μία selfie χωρίς να φοράει φανέλα.

Αποκωδικοποίηση σημαινομένων σε κώδικες: Η περιγραφή θα πραγματοποιηθεί στα παρακάτω επίπεδα:

- Εμφάνιση: Στο πάνω μέρος είναι γυμνός, φοράει μία καδένα στο λαιμό.
- Αριθμός ατόμων/φίλοι/οικογένεια: Ο Justin Bieber μόνος του.
- Πόζα/Στάση σώματος: Ξαπλωμένος στο κρεβάτι χωρίς φανέλα.
- Αντικείμενα: Κανένα
- Εξωτερικός/Εσωτερικός χώρος φωτογραφίας: Εσωτερικός χώρος φωτογράφισης.
- Φωτογένεια/Επεξεργασία: Σύμφωνα με τον Bathes μια φωτογραφία επεξεργάζεται με τη βοήθεια διάφορων τεχνικών για να δείχνει ωραιοποιημένη. Η φωτογραφία αυτή επεξεργάστηκε και παρουσιάζεται μαυρόασπρη.

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινομένων: Ο Justin Bieber αυτοπαρουσιάζεται με μια φωτογραφία selfie. Είναι ξαπλωμένος στο κρεβάτι του ακουμπώντας το κεφάλι του στο μαξιλάρι. Η λήψη της φωτογραφίας είναι από το στήθος και πάνω όπου είναι γυμνός δείχνοντας έτσι τα τατουάζ του. Στη λεζάντα της φωτογραφίας δεν αναφέρει τίποτα.

4.3.10 Kendall Jenner

Η Kendall Jenner έχει τον δέκατο δημοφιλέστερο λογαριασμό στο κοινωνικό δίκτυο Instagram με συνολικό αριθμό ακολούθων 85 εκατομμύρια.

- 1) Η δημοφιλέστερη φωτογραφία της Kendall Jenner στο Instagram αναρτήθηκε στις 21.06.2017 και έχει συνολικά 4.503,990 εκατομμύρια likes και 77,156 χιλιάδες σχόλια.



Εικόνα 52: 1^η ανάρτηση Kendall Jenner

Περιγραφή σε επίπεδο σημαιόντων: Η Kendall σε μια ρετρό εμφάνιση με μπλε καρό μαγιό καθιστή σε μια καρέκλα.

Αποκωδικοποίηση σημαινομένων σε κώδικες: Η περιγραφή θα πραγματοποιηθεί στα παρακάτω επίπεδα:

- Εμφάνιση: λευκό μπλουζάκι, μαγιό.
- Αριθμός ατόμων/φίλοι/οικογένεια: Η Kendall Jenner μόνη της.
- Πόζα/Στάση σώματος: Καθιστή, το κεφάλι της είναι γυρισμένο και δεν βλέπει το φακό.
- Αντικείμενα: Κανένα.
- Εξωτερικός/Εσωτερικός χώρος φωτογραφίας: Εξωτερικός χώρος φωτογράφισης.

Περιγραφή σε επίπεδο σηματομένων: Καθημερινό ντύσιμο καθιστή σε καρέκλα. Φοράει μπικίνι και από πάνω ένα άσπρο φανελάκι το οποίο αναγράφει "pizza boys" και γι' αυτό το σχόλιο της στην λεζάντα ήταν 3 κομμάτια πίτσα. "🍕🍕🍕".

2) Η δημοφιλέστερη φωτογραφία της Kendall Jenner στο Instagram αναρτήθηκε στις 18.07.2017 και έχει συνολικά 4.210,466 εκατομμύρια likes και 81,524 χιλιάδες σχόλια.



Εικόνα 53: 2^η ανάρτηση Kendall Jenner

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινόντων: Η Kendall με ένα μαύρο επίσημο φόρεμα και βραδινό μακιγιάζ με γυρισμένη την πλάτη στη κάμερα.

Αποκωδικοποίηση σηματομένων σε κώδικες: Η περιγραφή θα πραγματοποιηθεί στα παρακάτω επίπεδα:

- Εμφάνιση: Μαύρο φόρεμα, μακριά μαύρα σκουλαρίκια, βραδινό μακιγιάζ.
- Αριθμός ατόμων/φίλοι/οικογένεια: Η Kendall Jenner μόνη της.
- Πόζα/Στάση σώματος: Όρθια πόζα με γυρισμένη την πλάτη και γυρισμένο το κεφάλι προς την κάμερα.
- Αντικείμενα: Δεν υπάρχουν αντικείμενα.
- Εξωτερικός/Εσωτερικός χώρος φωτογραφίας: Εξωτερικός χώρος φωτογράφισης.

Περιγραφή σε επίπεδο σηματομένων: Η Kendall Jenner εμφανίζεται σε μια βραδινή έξοδο και σύμφωνα με τη λεζάντα της φωτογραφίας βρίσκεται σε πρεμιέρα ταινίας.

3) Η δημοφιλέστερη φωτογραφία της Kendall Jenner στο Instagram αναρτήθηκε στις 29.11.2017 και έχει συνολικά 4.072,688 εκατομμύρια likes και 149,260 χιλιάδες σχόλια.



Εικόνα 54: 3^η ανάρτηση Kendall Jenner

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινόντων: Η Kendall φωτογραφίζεται με το μπικίνι της μπροστά από ένα καθρέφτη πάνω σε ένα σκάφος.

Αποκωδικοποίηση σημαινομένων σε κώδικες: Η περιγραφή θα πραγματοποιηθεί στα παρακάτω επίπεδα:

- Εμφάνιση: Μαλλιά πιασμένα σε κότσο, κίτρινό μικροσκοπικό μπικίνι.
- Αριθμός ατόμων/φίλοι/οικογένεια: Η Kendall Jenner μόνη της.
- Πόζα/Στάση σώματος: Όρθια, ακουμπισμένη σε μια πολυθρόνα
- Αντικείμενα: Κανένα
- Εξωτερικός/Εσωτερικός χώρος φωτογραφίας: Εξωτερικός χώρος φωτογράφισης.

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινομένων: Η Kendall φωτογραφίζεται κατά τη διάρκεια των διακοπών της στις Μπαχάμες πάνω σε ένα σκάφος φορώντας το μπικίνι της. Στη λεζάντα της φωτογραφίας αναγράφει «peaches and the mangos».

- 4) Η δημοφιλέστερη φωτογραφία της Kendall Jenner στο Instagram αναρτήθηκε στις 22.11.2017 και έχει συνολικά 3.870,112 εκατομμύρια likes και 158,244 χιλιάδες σχόλια.



Εικόνα 55: 4^η ανάρτηση Kendall Jenner

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινόντων: Η Kendall σε μια selfie με έντονο κόκκινο κραγιόν και ντυμένη με ταλαντωτή φανέλα.

Αποκωδικοποίηση σημαινομένων σε κώδικες: Η περιγραφή θα πραγματοποιηθεί στα παρακάτω επίπεδα:

- Εμφάνιση: Λευκό καθημερινό μπλουζάκι, μαύρο ρολόι, χρυσό βραχιόλι και κόκκινο κραγιόν.
- Αριθμός ατόμων/φίλοι/οικογένεια: Η Kendall Jenner μόνη της.
- Πόζα/Στάση σώματος: Πιθανόν όρθια.
- Αντικείμενα: Κανένα.
- Εξωτερικός/Εσωτερικός χώρος φωτογραφίας: Εσωτερικός χώρος φωτογράφισης.

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινομένων: Η Kendall φωτογραφίζεται σε μια selfie κατά τη διάρκεια του black Friday. Στη λεζάντα της φωτογραφίας διαφημίζει ένα διαδικτυακό κατάστημα με ρολόγια.

- 5) Η δημοφιλέστερη φωτογραφία της Kendall Jenner στο Instagram αναρτήθηκε στις 22.06.2017 και έχει συνολικά 3.743,907 εκατομμύρια likes και 226,031 χιλιάδες σχόλια.



Εικόνα 56: 5^η ανάρτηση Kendall Jenner

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινόντων: Η Kendall φωτογραφίζεται μαζί με την μικρότερή της αδελφή της Kylie. Η ίδια φοράει μια μωβ ρόμπα με διαμαντένιο κολιέ στο λαιμό ενώ η αδελφή της μια κίτρινη ρόμπα.

Αποκωδικοποίηση σημαινομένων σε κώδικες: Η περιγραφή θα πραγματοποιηθεί στα παρακάτω επίπεδα:

- Εμφάνιση: Μωβ ρόμπα, χτένισμα του 1960, διαμαντένιο κολιέ.
- Αριθμός ατόμων/φίλοι/οικογένεια: Η Kendall Jenner και η αδερφή της η Kylie Jenner.
- Πόζα/Στάση σώματος: Καθιστή με το ένα πόδι να πατάει στην καρέκλα.
- Αντικείμενα: Δεν υπάρχουν αντικείμενα.
- Εξωτερικός/Εσωτερικός χώρος φωτογραφίας: Εξωτερικός χώρος φωτογράφισης.

Περιγραφή σε επίπεδο σημαινομένων: Οι δύο αδελφές φωτογραφίζονται φορώντας μεταξωτές ρόμπες για μια ρετρό φωτογράφιση της εποχής του 1960. Και οι 2 αδερφές δεν κοιτάζουν το φακό της κάμερας αλλά έχουν στραμμένο το βλέμμα τους σε άλλο σημείο.

4.4 Πίνακας Κωδικοποίησης

Αποσκοπώντας στην αναλυτικότερη προσέγγιση των φωτογραφιών δημιουργήθηκε ο παρακάτω πίνακας με την παράθεση επιπλέον στοιχείων που αποκαλύπτουν αναλυτικότερα πως οι διάσημες προσωπικότητες αυτοπαρουσιάζονται. Μετά από την ανάλυση η οποία πραγματοποιήθηκε πιο πάνω στις φωτογραφίες των διάσημων προσωπικοτήτων και σύμφωνα με το περιεχόμενό τους, δημιουργήθηκαν οι επτά παρακάτω κατηγορίες, με σκοπό να εξαχθούν συγκεκριμένα στοιχεία τα οποία αποκαλύπτουν τους τρόπους με τους οποίους αυτοπαρουσιάζονται στις φωτογραφίες τους.

1. Ιδιωτική φωτογράφιση.
2. Επαγγελματική φωτογράφιση.
3. Στη φωτογραφία συμπεριλαμβάνονται: Φίλοι / Οικογένεια/ Σύντροφος / Διάσημοι / Θαυμαστές / Μόνος.
4. Αισθησιακή Φωτογράφιση.
5. Δημόσιος ή Ιδιωτικός τόπος φωτογράφισης.
6. Επεξεργασία φωτογραφίας.
7. Selfie.

Διευκρινιστικά σχόλια

- Στην κατηγορία «ιδιωτική φωτογράφιση» συμπεριλαμβάνονται οι φωτογραφίες οι οποίες παρουσιάζουν την προσωπική ζωή των διάσημων προσωπικοτήτων.
- Στην κατηγορία «επαγγελματική φωτογράφιση» συμπεριλαμβάνονται οι φωτογραφίες οι οποίες παρουσιάζουν την επαγγελματική ζωή των διάσημων προσωπικοτήτων.
- Στην κατηγορία «αισθησιακή φωτογράφιση» συμπεριλαμβάνονται οι φωτογραφίες οι οποίες παρουσιάζουν αρκετά γυμνά σημεία του σώματος, επιπρόσθετα παρουσιάζεται προκλητικό βλέμμα και ταυτόχρονα, μέλη του σώματος είναι τοποθετημένα με τέτοιο τρόπο έτσι ώστε να προκαλείται αισθησιασμός.
- Στην κατηγορία «επεξεργασία φωτογραφίας» συμπεριλαμβάνονται οι φωτογραφίες οι οποίες μπορεί να γίνει αντιληπτό ότι έχουν υποστεί κάποιου είδους επεξεργασία π.χ. καρδίες, ασπρόμαυρες, ή και πρόσθεση συμβόλων εντός της φωτογραφίας π.χ. καρδίες.

Πίνακας 1: Κωδικοποίηση Αυτοπαρουσίασης Διασήμεων

A/A	Φωτογραφίες διασήμεων	Ιδιωτική φωτογράφιση	Επαγγελματική φωτογράφιση	Μόνος/Φίλοι/Οικογένεια/Σύντροφοι/Διάσημοι/Θαυμαστές/Κατοικίδιο	Αισθησιακή	Τόπος: Δημόσιος/Ιδιωτικός	Επεξεργασία	Selfie
1	Selena Gomez Φωτογραφία 1	Ναι	Όχι	Με Φίλους	Όχι	Δημόσιος	Όχι	Όχι
2	Selena Gomez Φωτογραφία 2	Ναι	Όχι	Με Σύντροφο	Όχι	Δημόσιος	Όχι	Ναι
3	Selena Gomez Φωτογραφία 3	Όχι	Ναι	Με Σύντροφο	Όχι	Δημόσιος	Ναι	Όχι
4	Selena Gomez Φωτογραφία 4	Ναι	Όχι	Μόνος	Όχι	Ιδιωτικός	Ναι	Όχι
5	Selena Gomez Φωτογραφία 5	Όχι	Ναι	Μόνος	Ναι	Ιδιωτικός	Όχι	Όχι
6	Christiano Rolando Φωτογραφία 1	Ναι	Όχι	Με Οικογένεια	Όχι	Ιδιωτικός	Όχι	Όχι
7	Christiano Rolando Φωτογραφία 2	Ναι	Όχι	Με Οικογένεια	Όχι	Ιδιωτικός	Όχι	Όχι
8	Christiano Rolando Φωτογραφία 3	Ναι	Όχι	Με Οικογένεια	Όχι	Ιδιωτικός	Όχι	Όχι

A/A	Φωτογραφίες διασήμων	Ιδιωτική φωτογράφιση	Επαγγελματική φωτογράφιση	Μόνος/Φίλοι/Οικογένεια/Σύντροφοι/Διάσημοι/Θαυμαστές/Κατοικίδιο	Αισθησιακή	Τόπος: Δημόσιος/Ιδιωτικός	Επεξεργασία	Selfie
9	Christiano Rolando Φωτογραφία 4	Ναι	Όχι	Με Σύντροφο	Όχι	Ιδιωτικός	Όχι	Ναι
10	Christiano Rolando Φωτογραφία 5	Ναι	Όχι	Με Οικογένεια	Όχι	Δημόσιος	Όχι	Όχι
11	Arianna Grande Φωτογραφία 1	Ναι	Όχι	Με Θαυμαστή	Όχι	Ιδιωτικός	Ναι	Όχι
12	Arianna Grande Φωτογραφία 2	Ναι	Όχι	Μόνος	Όχι	Ιδιωτικός	Όχι	Ναι
13	Arianna Grande Φωτογραφία 3	Ναι	Όχι	Μόνος	Όχι	Ιδιωτικός	Ναι	Ναι
14	Arianna Grande Φωτογραφία 4	Ναι	Όχι	Με Θαυμαστή	Όχι	Ιδιωτικός	Ναι	Όχι
15	Arianna Grande Φωτογραφία 5	Κείμενο	Κείμενο	Κείμενο	Κείμενο	Κείμενο	Κείμενο	Κείμενο
16	Beyonce Φωτογραφία 1	Όχι	Ναι	Μόνος	Όχι	Ιδιωτικός	Όχι	Όχι
17	Beyonce Φωτογραφία 2	Όχι	Ναι	Μόνος	Όχι	Ιδιωτικός	Όχι	Όχι

A/A	Φωτογραφίες διασήμων	Ιδιωτική φωτογράφιση	Επαγγελματική φωτογράφιση	Μόνος/Φίλοι/Οικογένεια/Σύντροφοι/Διάσημοι/Θαυμαστές/Κατοικίδιο	Αισθησιακή	Τόπος: Δημόσιος/Ιδιωτικός	Επεξεργασία	Selfie
18	Beyonce Φωτογραφία 3	Όχι	Ναι	Διάσημοι	Όχι	Ιδιωτικός	Όχι	Όχι
19	Beyonce Φωτογραφία 4	Ναι	Όχι	Με Οικογένεια	Όχι	Ιδιωτικός	Όχι	Όχι
20	Beyonce Φωτογραφία 5	Όχι	Ναι	Μόνος	Όχι	Ιδιωτικός	Όχι	Όχι
21	Kim Kardashian Φωτογραφία 1	Ναι	Όχι	Με Οικογένεια	Όχι	Ιδιωτικός	Όχι	Όχι
22	Kim Kardashian Φωτογραφία 2	Ναι	Όχι	Με Οικογένεια	Όχι	Ιδιωτικός	Όχι	Ναι
23	Kim Kardashian Φωτογραφία 3	Ναι	Όχι	Με Οικογένεια	Όχι	Ιδιωτικός	Ναι	Όχι
24	Kim Kardashian Φωτογραφία 4	Ναι	Όχι	Με Οικογένεια	Όχι	Ιδιωτικός	Ναι	Όχι
25	Kim Kardashian Φωτογραφία 5	Ναι	Όχι	Με Οικογένεια	Όχι	Ιδιωτικός	Όχι	Όχι
26	Taylor Swift Φωτογραφία 1	Όχι	Ναι	Μόνος	Όχι	Ιδιωτικός	Ναι	Όχι

A/A	Φωτογραφίες διασήμων	Ιδιωτική φωτογράφιση	Επαγγελματική φωτογράφιση	Μόνος/Φίλοι/Οικογένεια/Σύντροφοι/Διάσημοι/Θαυμαστές/Κατοικίδιο	Αισθησιακή	Τόπος: Δημόσιος/Ιδιωτικός	Επεξεργασία	Selfie
27	Taylor Swift Φωτογραφία 2	Όχι	Ναι	Με Θαυμαστή	Όχι	Δημόσιος	Όχι	Όχι
28	Taylor Swift Φωτογραφία 3	Ναι	Όχι	Με κατοικίδιο	Όχι	Ιδιωτικός	Όχι	Ναι
29	Taylor Swift Φωτογραφία 4	Κείμενο	Κείμενο	Κείμενο	Κείμενο	Κείμενο	Όχι	Κείμενο
30	Taylor Swift Φωτογραφία 5	Όχι	Ναι	Μόνος	Όχι	Ιδιωτικός	Όχι	Όχι
31	Kylie Jenner Φωτογραφία 1	Όχι	Ναι	Μόνος	Ναι	Δημόσιος	Όχι	Όχι
32	Kylie Jenner Φωτογραφία 2	Ναι	Όχι	Μόνος	Όχι	Ιδιωτικός	Ναι	Ναι
33	Kylie Jenner Φωτογραφία 3	Ναι	Όχι	Μόνος	Όχι	Ιδιωτικός	Όχι	Ναι
34	Kylie Jenner Φωτογραφία 4	Ναι	Όχι	Μόνος	Όχι	Ιδιωτικός	Όχι	Ναι
35	Kylie Jenner Φωτογραφία 5	Ναι	Όχι	Μόνος	Ναι	Ιδιωτικός	Όχι	Όχι

A/A	Φωτογραφίες διασήμων	Ιδιωτική φωτογράφιση	Επαγγελματική φωτογράφιση	Μόνος/Φίλοι/Οικογένεια/Σύντροφοι/Διάσημοι/Θαυμαστές/Κατοικίδιο	Αισθησιακή	Τόπος: Δημόσιος/Ιδιωτικός	Επεξεργασία	Selfie
36	Therock Φωτογραφία 1	Ναι	Όχι	Με φίλο	Όχι	Ιδιωτικός	Όχι	Όχι
37	Therock Φωτογραφία 2	Όχι	Ναι	Με φίλο	Όχι	Ιδιωτικός	Όχι	Όχι
38	Therock Φωτογραφία 3	Ναι	Όχι	Μόνος	Όχι	Ιδιωτικός	Ναι	Όχι
39	Therock Φωτογραφία 4	Όχι	Ναι	Μόνος	Όχι	Ιδιωτικός	Όχι	Όχι
40	Therock Φωτογραφία 5	Ναι	Όχι	Μόνος	Όχι	Δημόσιος	Όχι	Όχι
41	Justin Bieber Φωτογραφία 1	Ναι	Όχι	Με φίλο	Όχι	Ιδιωτικός	Όχι	Όχι
42	Justin Bieber Φωτογραφία 2	Ναι	Όχι	Με φίλο	Όχι	Ιδιωτικός	Όχι	Όχι
43	Justin Bieber Φωτογραφία 3	Ναι	Όχι	Μόνος	Όχι	Δημόσιος	Όχι	Ναι
44	Justin Bieber Φωτογραφία 4	Ναι	Όχι	Μόνος	Όχι	Δημόσιος	Όχι	Όχι

A/A	Φωτογραφίες διασήμων	Ιδιωτική φωτογράφιση	Επαγγελματική φωτογράφιση	Μόνος/Φίλοι/Οικογένεια/Σύντροφοι/Διά- σημοι/Θαυμαστές/Κατοικίδιο	Αισθησιακή	Τόπος: Δημόσιος/Ιδιωτικός	Επεξεργασία	Selfie
45	Justin Bieber Φωτογραφία 5	Ναι	Όχι	Μόνος	Όχι	Ιδιωτικός	Ναι	Ναι
46	Kendall Jenner Φωτογραφία 1	Ναι	Όχι	Μόνος	Ναι	Ιδιωτικός	Όχι	Όχι
47	Kendall Jenner Φωτογραφία 2	Όχι	Ναι	Μόνος	Όχι	Δημόσιος	Όχι	Όχι
48	Kendall Jenner Φωτογραφία 3	Ναι	Όχι	Μόνος	Όχι	Ιδιωτικός	Όχι	Ναι
49	Kendall Jenner Φωτογραφία 4	Όχι	Ναι	Μόνος	Όχι	Ιδιωτικός	Όχι	Ναι
50	Kendall Jenner Φωτογραφία 5	Όχι	Ναι	Με Οικογένεια	Ναι	Ιδιωτικός	Όχι	Όχι

4.5 Ανάλυση Αποτελεσμάτων

Στον πιο πάνω πίνακα παρατέθηκαν επτά επιπλέον κατηγορίες που χαρακτηρίζουν τις 50 φωτογραφίες των διάσημων προσωπικοτήτων οι οποίες είναι χρήσιμες για την εξαγωγή των συμπερασμάτων. Στη συνέχεια θα πραγματοποιηθεί ανάλυση αυτών των χαρακτηριστικών ομαδοποιώντας τα με σκοπό να αναδειχθεί η συχνότητα που χρησιμοποιούνται στην αυτοπαρουσίαση των διάσημων προσωπικοτήτων. Επίσης, θα διαφανούν ποια χαρακτηριστικά των φωτογραφιών αυτών προσελκύουν το ενδιαφέρον των ακόλουθων τους με αποτέλεσμα να υπάρχει μεγαλύτερη αλληλεπίδραση σε αυτές.

Για να επιτευχθεί ο στόχος αυτός, καταγράφηκαν οι επτά κατηγορίες μαζί με όλα τα στοιχεία που συμπεριλαμβάνονται, σε αρχείο excel. Στη συνέχεια, μεταφέρθηκαν στο εργαλείο SPSS, το οποίο παρουσιάζει ακριβώς τα ποσοστά χρήσης αυτών των χαρακτηριστικών στις φωτογραφίες. Ακολουθεί η σχετική ανάλυση των πινάκων που εξάχθηκαν από το SPSS.

4.5.1 Ιδιωτική φωτογράφιση

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Ναι	33	66.0	66.0	70.0
Όχι	15	30.0	30.0	96.0
Κείμενο	2	4.0	4.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

4.5.2 Επαγγελματική φωτογράφιση

	Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Valid Ναι	15	26.0	26.0	26.0
Όχι	33	70.0	70.0	96.0
Κείμενο	2	4.0	4.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Οι παραπάνω πίνακες οι οποίοι εξάχθηκαν από το SPSS θα αναλυθούν μαζί, καθώς είναι αλληλένδετοι. Σύμφωνα με τους πίνακες διαφαίνεται ότι, από τις 50 φωτογραφίες που

αναλύθηκαν οι 33 αφορούσαν ιδιωτική φωτογράφιση των διασήμων και οι 15 αφορούσαν επαγγελματική φωτογράφιση. Οι υπόλοιπες φωτογραφίες αποτελούνται μόνο από κείμενο.

Οι τρεις παρακάτω διάσημες προσωπικότητες έχουν αποκλειστικά και τις πέντε πιο liked φωτογραφίες τους από την ιδιωτική τους ζωή. Είναι ο Cristiano Ronaldo, η Kim Kardashian και ο Justin Bieber. Συμπεραίνεται λοιπόν, ότι με βάση το δείγμα που αναλύθηκε, υπάρχουν ισχυρές ενδείξεις ότι συγκεκριμένες διάσημες προσωπικότητες επιλέγουν να αυτοπαρουσιάζουν σε μεγάλο βαθμό την ιδιωτική τους ζωή σε σχέση με την επαγγελματική. Επίσης, γίνεται αντιληπτό ότι οι ακόλουθοι τους ελκύονται περισσότερο σε αυτού του είδους τις φωτογραφίες και για αυτό αλληλεπιδρούν περισσότερο παρά σε φωτογραφίες με διαφορετικό περιεχόμενο.

Μπορεί να ειπωθεί ότι μερικές διάσημες προσωπικότητες προωθούν έμμεσα την επαγγελματική τους πορεία μέσω των ιδιωτικών φωτογραφιών που αναρτούν. Συνειδητοποιώντας ότι, οι ακόλουθοι τους αλληλεπιδρούν και ενδιαφέρονται περισσότερο σε φωτογραφίες με ιδιωτικό περιεχόμενο, αναρτούν και τις σχετικές φωτογραφίες οι οποίες συμβάλλουν στην περαιτέρω ανάπτυξη της φήμης τους και παράλληλα της καριέρας τους.

Αντίθετα, η Taylor Swift αυτοπαρουσιάζεται περισσότερο σε φωτογραφίες με επαγγελματικό περιεχόμενο, καθώς οι τέσσερις πιο liked φωτογραφίες της έχουν σχέση με τη δουλειά της. Η πέμπτη της φωτογραφία χαρακτηρίζεται ως ιδιωτική, καθώς είναι μια selfie με τον γάτο της, προωθώντας έτσι το νέο της άλμπουμ μέσω της λεζάντας που συμπεριλαμβάνει.

4.5.3 Άτομα τα οποία συμπεριλαμβάνονται στις φωτογραφίες

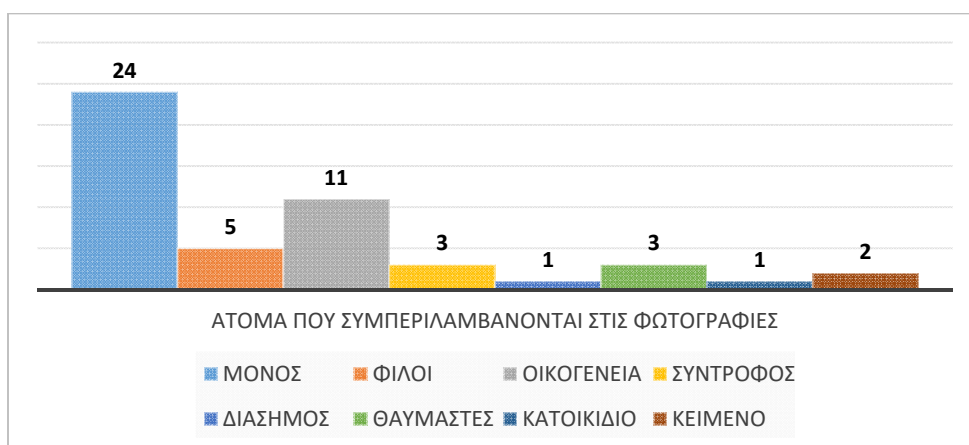
		Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Valid	Μόνος	24	48.0	48.0	48.0
	Φίλοι	5	10.0	10.0	58.0
	Οικογένεια	11	22.0	22.0	80.0
	Σύντροφος	3	6.0	6.0	86.0
	Διάσημος	1	2.0	2.0	88.0
	Θαυμαστές	3	6.0	6.0	94.0
	Κατοικίδιο	1	2.0	2.0	96.0
	Κείμενο	2	4.0	4.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Ο παραπάνω πίνακας καταγράφει ποια άτομα εμφανίζονται στις φωτογραφίες των διάσημων προσωπικοτήτων όταν αυτοπαρουσιάζονται στο κοινωνικό δίκτυο Instagram. Σχεδόν στις μισές φωτογραφίες, συγκεκριμένα στις 24 από τις 50 και σε ποσοστό 48%, οι διάσημες προσωπικότητες αυτοπαρουσιάζονται μόνοι τους. Η Kylie Jenner είναι η μοναδική η οποία και στις 5 πιο liked φωτογραφίες της αυτοπαρουσιάζεται μόνη της, ενώ δεύτερη, ακολουθεί η αδερφή της, η Kendall Jenner με τέσσερις από τις πέντε φωτογραφίες να εμφανίζεται μόνη της.

Η δεύτερη κατηγορία η οποία καταγράφεται περισσότερο στην αυτοπαρουσίαση των διάσημων προσωπικοτήτων είναι με την οικογένεια. Συγκεκριμένα, οι 11 από τις 50 φωτογραφίες που αναλύθηκαν, και ποσοστό 22% οι διάσημοι εμφανίζονται με μέλη της οικογένειάς τους. Οι top πέντε liked φωτογραφίες του Cristiano Ronaldo και τις Kim Kardashian συμπεριλαμβάνουν αποκλειστικά, μέλη της οικογένειάς τους. Συγκεκριμένα, οι τέσσερις top liked φωτογραφίες και των δύο διάσημων προσωπικοτήτων απεικονίζουν τα παιδιά τους, ενώ στη 5^η φωτογραφία του Ronaldo απεικονίζεται με τη σύντροφο του, ενώ στην 5^η φωτογραφία της Kardashian απεικονίζεται με την μητέρα της.

Η τρίτη κατηγορία η οποία καταγράφεται περισσότερο στην αυτοπαρουσίαση των διάσημων προσωπικοτήτων είναι με τους φίλους τους. Συγκεκριμένα, οι 5 από τις 50 φωτογραφίες που αναλύθηκαν και με ποσοστό 10% οι διάσημοι εμφανίζονται με φίλους τους. Ο the rock και ο Justin Bieber έχουν από δύο φωτογραφίες με φίλους στις 5 πιο liked φωτογραφίες τους, ενώ η Selena Gomez έχει μια φωτογραφία με φίλη η οποία της έχει χαρίσει τον ένα της νεφρό.

Οι υπόλοιπες κατηγορίες με «Σύντροφο» συγκέντρωσε τρεις φωτογραφίες, όπως επίσης και η κατηγορία «Θαυμαστές» συγκέντρωσε τρεις φωτογραφίες και ποσοστό 6% στο σύνολο των 50 φωτογραφιών που αναλύθηκαν. Η κατηγορία με άλλο «Διάσημο» και η κατηγορία με «Κατοικίδιο» έχουν από μία φωτογραφία και ποσοστό 2% αντίστοιχα.



Διάγραμμα 1

Όπως φαίνεται και στο παραπάνω διάγραμμα, διαπιστώνεται ότι οι δύο κυριότερες κατηγορίες που επιλέγουν οι διάσημες προσωπικότητες να αυτοπαρουσιάζονται αλλά και παράλληλα οι χρήστες επιλέγουν να αλληλεπιδρούν περισσότερο, είναι όταν οι διάσημοι επιλέγουν να εμφανίζονται μόνοι στη φωτογραφία καθώς και όταν παρουσιάζονται με την οικογένεια τους. Οι δύο αυτές κατηγορίες, όπως φαίνεται και στο παραπάνω διάγραμμα, συγκεντρώνουν 35 από τις 50 φωτογραφίες του δείγματος που αναλύθηκε.

Συμπεραίνεται ότι, οι αναρτήσεις οι οποίες απεικονίζουν μόνο τη διάσημη προσωπικότητα στη φωτογραφία, ελκύουν περισσότερο τους ακόλουθους τους και για αυτό οι χρήστες κάνουν περισσότερα likes σε αυτού τους είδους τις αναρτήσεις.

Ειδικότερα στις δύο από τις δέκα προσωπικότητες, συγκεκριμένα η Kylie και η Kendall Jenner, παρατηρείται ότι έχουν τις πέντε και αντίστοιχα τις τέσσερις φωτογραφίες στις πιο liked αναρτήσεις τους. Γίνεται αντιληπτό, ότι επειδή οι δύο αυτές προσωπικότητες προωθούν διάφορα προϊόντα ομορφιάς, αξεσουάρ και ρούχα, οι φωτογραφίες που αναρτούν επικεντρώνονται σε διάφορα σημεία του σώματος τους με αποτέλεσμα να αυτοπαρουσιάζονται μόνες τους,

4.5.4 Αισθησιακή φωτογράφιση

		Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Valid	Ναι	5	10.0	10.0	10.0
	Όχι	43	86.0	86.0	96.0
	Κείμενο	2	4.0	4.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Ο παραπάνω πίνακας καταγράφει πόσες φωτογραφίες είναι αισθησιακές στο σύνολο των 50 φωτογραφιών που αναλύθηκαν. Η συχνότητα που αυτοπαρουσιάζονται οι διάσημες προσωπικότητες με αισθησιακό περιεχόμενο είναι 5 φωτογραφίες, δηλαδή ποσοστό 10% στο σύνολο των 50 φωτογραφιών. 43 φωτογραφίες έχουν χαρακτηριστεί μη αισθησιακές. Οι αδερφές Jenner, Kendall και Kylie έχουν από δύο αισθησιακές φωτογραφίες η κάθε μία. Η τοπ φωτογραφία και των δύο κοριτσιών, με τα περισσότερα likes χαρακτηρίζεται αισθησιακή.

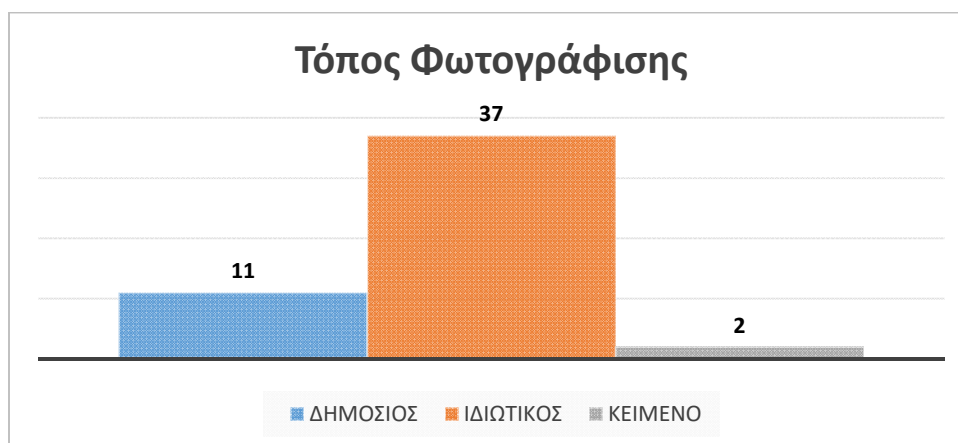
Γίνεται αντιληπτό ότι οι ακόλουθοι των συγκεκριμένων δύο διάσημων προσωπικοτήτων ελκύονται περισσότερο σε αυτού του είδους τις φωτογραφίες και για αυτό αλληλεπιδρούν περισσότερο σε αυτές παρά σε κάποιες άλλες φωτογραφίες με διαφορετικό περιεχόμενο.

4.5.5 Τόπος φωτογράφισης: Δημόσιος/Ιδιωτικός

		Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Valid	Δημόσιος	11	22.0	22.0	22.0
	Ιδιωτικός	37	74.0	74.0	96.0
	Κείμενο	2	4.0	4.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Ο παραπάνω πίνακας καταγράφει τον τόπο που επιλέγουν οι διάσημες προσωπικότητες να αυτοπαρουσιαστούν. Η συχνότητα που αυτοπαρουσιάζονται σε δημόσιο χώρο είναι 22% δηλαδή 11 από τις φωτογραφίες και αντίστοιχα 74% δηλαδή οι 37 φωτογραφίες από τις 50 που αναλύθηκαν είναι σε ιδιωτικό χώρο. Σύμφωνα με την ανάλυση, διαπιστώνεται ότι οι διάσημες προσωπικότητες επιλέγουν και προτιμούν να φωτογραφίζονται σε ιδιωτικό χώρο παρά σε δημόσιο.

Η δημοτικότητα αυτού του είδους φωτογραφίες φαίνεται να επιδρά θετικά στους ακόλουθους τους αφού αλληλεπιδρούν περισσότερο σε αυτές τις αναρτήσεις που η λήψη τους είναι σε ιδιωτικό χώρο. Διάσημοι, όπως η Beyonce και η Kardashian έχουν αποκλειστικά και τις top 5 liked φωτογραφίες τους τοποθετημένες σε ιδιωτική χώρο. Ακολουθούν με 4 φωτογραφίες από τις top 5 liked με λήψη σε ιδιωτικό χώρο ο Cristiano Ronaldo, η Arianna Grande, η Kylie Jenner, Kendal Jenner και ο therock. Αντίθετα, ο Justin Bieber και η Selena Gomez στις top 5 liked φωτογραφίες τους έχουν 3 δημόσιες φωτογραφίες. Το παρακάτω διάγραμμα παρουσιάζει συνοπτικά τους αριθμούς χρήσης της κάθε κατηγορίας.



Διάγραμμα 2

4.5.6 Επεξεργασία φωτογραφίας

		Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Valid	Ναι	11	22.0	22.0	22.0
	Όχι	38	76.0	76.0	98.0
	Κείμενο	1	2.0	2.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Ο παραπάνω πίνακας καταγράφει το ποσοστό των φωτογραφιών που υπέστησαν επεξεργασία. Συγκεκριμένα οι 11 φωτογραφίες από σύνολο 50 που αναλύθηκαν και σε ποσοστό 22% υπέστησαν εμφανή επεξεργασία.

Αναλυτικότερα, στις top 5 liked φωτογραφίες της Selena Gomez συμπεριλαμβάνονται και δύο φωτογραφίες οι οποίες είναι μαυρόασπρες. Η Arianna Grande επίσης έχει 2 μαυρόασπρες φωτογραφίες στις top 5 liked και ακόμα μια φωτογραφία η οποία επεξεργάστηκε με αποτέλεσμα να εμφανίζονται καρδίες σε διάφορα σημεία. Στις top 5 liked φωτογραφίες της Kim Kardashian συμπεριλαμβάνονται 2 φωτογραφίες οι οποίες υπέστησαν επεξεργασία με αποτέλεσμα να δείχνουν vintage, δηλαδή η λήψη εμφανίζεται να είναι από κάποια άλλη εποχή στο παρελθόν.

Σύμφωνα με το δείγμα που αναλύθηκε, συμπεραίνεται ότι οι περισσότερες διάσημες προσωπικότητες επιλέγουν να αυτοπαρουσιάζονται στο κοινωνικό δίκτυο Instagram χωρίς ιδιαίτερη επεξεργασία στις φωτογραφίες τους με ποσοστό 76%.

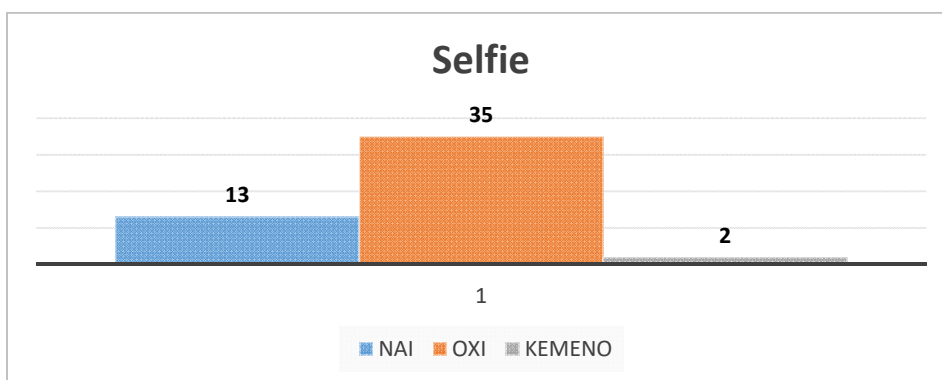
4.5.7 Selfie

		Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό	Αθροιστικό Ποσοστό
Valid	Ναι	13	26.0	26.0	26.0
	Όχι	35	70.0	70.0	96.0
	Κείμενο	2	4.0	4.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Ο παραπάνω πίνακας καταγράφει το ποσοστό των φωτογραφιών selfie επί του συνόλου των 50 φωτογραφιών του δείγματος που αναλύθηκε.

Το ποσοστό των selfie που συμπεριλαμβάνονται στις 50 top liked φωτογραφίες των διάσημων προσωπικοτήτων είναι 13 και συγκεκριμένα 26%. Συγκεκριμένα, η Kylie Jenner έχει το μεγαλύτερο ποσοστό των selfie αφού οι 3 από τις 5 top liked φωτογραφίες της είναι selfie. Ακολουθεί η αδερφή της, η Kendall Jenner με επίσης 2 φωτογραφίες από τις 5, όπως επίσης 2 selfie έχει και ο Justin Bieber και η Arianna Grande. Η Beyonce και ο therock δεν έχουν selfie φωτογραφίες στις top 5 liked φωτογραφίες τους.

Το εύρημα αυτό σχετικά με τις δύο προσωπικότητες, συγκεκριμένα την Kylie και την Kendall Jenner οι οποίες συγκεντρώνουν το μεγαλύτερο ποσοστό αυτοπαρουσίασης με φωτογραφίες selfie, μπορεί να ερμηνευτεί ότι επειδή προωθούν διάφορα είδη ομορφιάς προσώπου, αυτοπαρουσιάζονται με selfie για να τονίζουν τα διάφορα σημεία του προσώπου τους. και για αυτό το λόγο η λήψη της φωτογραφίας είναι σε πολύ κοντινή απόσταση.



Διάγραμμα 3

Όπως φαίνεται και στο παραπάνω διάγραμμα, οι 35 φωτογραφίες από τις 50 που αναλύθηκαν δεν θεωρούνται selfie, ενώ οι 13 θεωρούνται selfie. Συμπερασματικά, στο δείγμα που αναλύθηκε, φαίνεται ότι οι περισσότερες διάσημες προσωπικότητες δεν προτιμούν να αυτοπαρουσιάζονται με selfie και ούτε οι ακόλουθοι τους αλληλεπιδρούν σε μεγάλο βαθμό με αυτού του είδους τις φωτογραφίες.

Διαφαίνεται ότι, αυτός ο τρόπος αυτοπαρουσίασης παρουσιάζει μεγαλύτερη συχνότητα στις μικρότερες ηλικίες των διάσημων προσώπων, καθώς όπως προαναφέρθηκε η Kylie Jenner, η Kendall Jenner, ο Justin Bieber και η Arianna Grande έχουν τις περισσότερες selfies και παράλληλα ανήκουν στην ηλικιακή ομάδα 20 με 25 χρονών.

Κεφάλαιο 5

Επίλογος- Συμπεράσματα

5.1 Συμπεράσματα της έρευνας

Στην παρούσα μεταπτυχιακή διατριβή πραγματοποιήθηκε αποκωδικοποίηση των φωτογραφιών, εμπνευσμένη από τη σημειολογική κατηγοριοποίηση του R. Barthes και στη συνέχεια η ποσοτικοποίηση των δεδομένων και ευρημάτων των 50 πιο liked φωτογραφιών των δέκα διάσημων προσωπικοτήτων με τους περισσότερους ακόλουθους στο μέσω κοινωνικής δικτύωσης Instagram. Η έρευνα που πραγματοποιήθηκε στα πλαίσια της παρούσας μεταπτυχιακής διατριβής είχε ως στόχο να αναδείξει τους τρόπους με τους οποίους οι διάσημες προσωπικότητες αυτοπαρουσιάζονται στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και συγκεκριμένα στο Instagram καθώς και σε πιο είδος φωτογραφιών αλληλεπιδρούν περισσότερο οι ακόλουθοι τους.

Τα αποτελέσματα της έρευνας κατέδειξαν ότι οι δέκα διάσημες προσωπικότητες που αναλύθηκαν, επιλέγουν τις περισσότερες φορές να αυτοπαρουσιάζονται μόνοι τους στις φωτογραφίες που αναρτούν στους λογαριασμούς τους στο κοινωνικό δίκτυο Instagram με ποσοστό 48% και σε ακριβή αριθμό 24 από τις 50 φωτογραφίες που αναλύθηκαν. Η δεύτερη κατηγορία η οποία καταγράφεται περισσότερο στην αυτοπαρουσίαση των διάσημων προσωπικοτήτων είναι με την οικογένεια τους. Συγκεκριμένα, οι 11 από τις 50 φωτογραφίες που αναλύθηκαν, και με ποσοστό 22% οι διάσημοι εμφανίζονται με μέλη της οικογένειας τους.

Σχετικά με το περιεχόμενο των φωτογραφιών που αναλύθηκαν, οι διάσημες προσωπικότητες επιλέγουν να παρουσιάζουν περισσότερο την ιδιωτική τους ζωή σε σχέση με την επαγγελματική. Από το σύνολο 50 φωτογραφιών που ερευνήθηκαν, οι 33 αφορούσαν ιδιωτική φωτογράφιση και οι 15 αφορούσαν επαγγελματική φωτογράφιση, τα ακριβή ποσοστά είναι 70% και 26% αντίστοιχα.

Ακόμη, από τα σύνολο των 50 φωτογραφιών που αναλύθηκαν, οι αισθησιακές φωτογραφίες που εμφανίζονται στους λογαριασμούς των διάσημων προσωπικοτήτων είναι σε ποσοστό 10%

ενώ οι μη αισθησιακές είναι το 86%. Αυτού του είδους οι φωτογραφίες εντοπίζονται κυρίως σε δύο διάσημες προσωπικότητες, συγκεκριμένα στις αδερφές Jenner ενώ οι υπόλοιποι διάσημοι δεν επιλέγουν αυτό τον τρόπο για την αυτοπαρουσίαση τους.

Επίσης, το αποτέλεσμα της ανάλυσης σχετικά με το που επιλέγουν να αυτοπαρουσιάζονται οι διάσημες προσωπικότητες, σε δημόσιο ή ιδιωτικό χώρο, ήταν, σε δημόσιο χώρο με ποσοστό 22%, δηλαδή, 11 από τις φωτογραφίες και σε ιδιωτικό χώρο με ποσοστό 74% δηλαδή οι 37 φωτογραφίες από τις 50. Σύμφωνα με τους παραπάνω αριθμούς του δείγματος, διαπιστώνεται ότι οι διάσημες προσωπικότητες επιλέγουν να εμφανίζονται στο κοινωνικό δίκτυο του Instagram συχνότερα σε ιδιωτικό παρά σε δημόσιο χώρο.

Σε σχέση με το εάν οι διάσημες προσωπικότητες προχωρούν σε επεξεργασία των φωτογραφιών τους, τα αποτελέσματα ήταν ότι, οι 11 φωτογραφίες από σύνολο 50 που αναλύθηκαν και με ποσοστό 22% υπέστησαν εμφανή επεξεργασία. Συμπεραίνεται λοιπόν, ότι οι διάσημες προσωπικότητες επιλέγουν να αυτοπαρουσιάζονται χωρίς ιδιαίτερη επεξεργασία στις φωτογραφίες τους με μεγάλο ποσοστό 76% και ακριβή αριθμό οι 38 από τις 50 φωτογραφίες που αναρτήθηκαν και βρίσκονται στις πιο liked φωτογραφίες,

Τέλος, σχετικά με το εάν οι διάσημες προσωπικότητες αυτοπαρουσιάζονται με φωτογραφίες selfie, τα αποτελέσματα ήταν ότι, το ποσοστό των selfie που συμπεριλαμβάνονται στις 50 top liked φωτογραφίες των διάσημων προσωπικοτήτων είναι 13 και συγκεκριμένα 26% ενώ οι φωτογραφίες που δεν χαρακτηρίζονται selfie είναι 35 στον αριθμό και με ποσοστό 70% επί του συνόλου των φωτογραφιών που αναλύθηκαν. Σε αυτό το σημείο, αξίζει να αναφερθεί ότι η αυτοπαρουσίαση με selfie παρατηρείται κυρίως στις νεαρότερες ηλικίες των διάσημων προσωπικοτήτων.

Εν κατακλείδι, στο δείγμα που αναλύθηκε παρατηρείται ότι οι ακόλουθοι των διάσημων προσωπικοτήτων αλληλεπιδρούν περισσότερο σε φωτογραφίες όταν οι διάσημοι αυτοπαρουσιάζονται μόνοι τους, καθώς και σε φωτογραφίες που περιέχουν άτομα από το οικογενειακό περιβάλλον των διασήμων, είτε είναι σύντροφος είτε είναι τα παιδιά τους, είτε ακόμη και σε περίοδο εγκυμοσύνης του διάσημου προσώπου. Επίσης, σύμφωνα με την ποσοτική επεξεργασία των δεδομένων που πραγματοποιήθηκε στις φωτογραφίες των διάσημων προσωπικοτήτων, οι ακόλουθοι τους αλληλεπιδρούν περισσότερο σε φωτογραφίες που περιέχουν γεγονότα όπως, μια εγχείριση του διασήμου, σε ανακοινώσεις εγκυμοσύνης, σε

ανακοινώσεις γεννήσεων, επισκέψεις σε νοσοκομεία, σε φωτογραφίες που περιέχουν το οικογενειακό στοιχείο, και τέλος, σε ανακοίνωση νέου μουσικού άλμπουμ.

Συγκεκριμένα, τα αποτελέσματα της έρευνας κατέδειξαν ότι οι διάσημες προσωπικότητες προτιμούν κυρίως να αυτοπαρουσιάζονται μόνοι τους. Παράλληλα, επιλέγουν να αυτοπαρουσιάζουν σε μεγάλο βαθμό την ιδιωτική τους ζωή σε σχέση με την επαγγελματική και δεν προτιμούν να αυτοπαρουσιάζονται με αισθησιακές φωτογραφίες. Επίσης, αυτοπαρουσιάζονται κυρίως σε ιδιωτικό χώρο και όχι σε δημόσιο. Επιπρόσθετα, οι διάσημες προσωπικότητες επιλέγουν κυρίως να αυτοπαρουσιάζονται με φωτογραφίες χωρίς ιδιαίτερη επεξεργασία, δηλαδή προτιμούν να υπάρχει ένα φυσικό αποτέλεσμα στις φωτογραφίες, και τέλος, οι διάσημες προσωπικότητες δεν επιλέγουν να αυτοπαρουσιάζονται σε μεγάλο βαθμό με φωτογραφίες selfie.

5.2 Συνεισφορά στην έρευνα

Η παρούσα μελέτη συνεισφέρει στην έρευνα σχετικά με το πώς προωθείται μια προσωπικότητα μέσω των κοινωνικών δικτύων. Από τα συμπεράσματα, καταλήξαμε στο γεγονός ότι οι φωτογραφίες που συγκεντρώνουν τη μεγαλύτερη αλληλεπίδραση με τους ακόλουθους τους είναι αυτές που παρουσιάζουν την ιδιωτική ζωή των προσωπικοτήτων και συγκεκριμένα όπου συμπεριλαμβάνουν στοιχεία όπως, η οικογενειακή θαλπωρή και ειδικότερα στις φωτογραφίες όπου εμφανίζονται, παιδιά, σύζυγοι, σύντροφοι, γονείς, αδέρφια και φίλοι. Επίσης, υπάρχει ισχυρή ένδειξη ότι οι ακόλουθοι δείχνουν συμπάρασταση και παράλληλα κάνουν likes σε φωτογραφίες που αναρτούνται με περιεχόμενο την υγεία.

5.3 Ερευνητικές Προοπτικές

Η συγκεκριμένη έρευνα έχει τους περιορισμούς της λόγω του μικρού δείγματος που αναλύθηκε. Προτείνεται σε μελλοντική έρευνα να υπάρξει περαιτέρω ανάλυση σε μεγαλύτερο δείγμα φωτογραφιών έτσι ώστε να εξαχθούν πιο ακριβή αποτελέσματα. Επίσης, είναι σημαντικό σε αντίστοιχες μελλοντικές έρευνες να συλλεχτούν δεδομένα από διάφορα δημοφιλή μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να επιβεβαιωθούν τα αποτελέσματα τα οποία εξήχθησαν.

Βιβλιογραφία

- Γιαννάτου, Μ.-Ε., 2016. Η Ανάλυση μιας εικόνας. *Art Magazine*. Available at: <http://www.artmag.gr/articles/art-articles/about-art/item/7609-resolution-of-a-picture> [Accessed December 6, 2017].
- Γραμμενίδης, Σ. et al., 2015. Η σημειωτική διάσταση της μετάφρασης. In *Η σημειωτική διάσταση της μετάφρασης*. ΣΕΑΒ, pp. 129–154. Available at: https://www.researchgate.net/publication/295903424_H_σημειωτική_διάσταση_της_μετάφρασης [Accessed January 2, 2018].
- Κόνσουλας Θ., 2014. Τι είναι το Instagram και πώς λειτουργεί; Available at: <http://www.socialmedialife.gr/109779/ti-einai-to-instagram-kai-pos-leitourgei/> [Accessed November 15, 2017].
- Κουμπαρέλης, Α., 2017. Η Σημειολογία των Διαφημίσεων. , pp.1–40.
- Παπουτζής, Λ., 2013. Εισαγωγή στην Σημειωτική. Available at: https://prezi.com/nlgsfho9cf_y/presentation/ [Accessed December 4, 2017].
- Αnon, 2017a. Our Story – Instagram. Available at: <https://instagram-press.com/our-story/> [Accessed November 13, 2017].
- Αnon, Popsters - social media content analytics tool. Available at: <https://popsters.us/app/dashboard> [Accessed November 26, 2017].
- Αnon, 2017b. Structure of Signs. *University of Maryland*. Available at: http://lte-projects.umd.edu/arch170bl/Part_3_the_biological,social_and_cultural_aspects_of_understanding_architecture/Structure_of_Signs.html [Accessed December 1, 2017].
- Barthes, R., 1961. «Ρητορική της Εικόνας» στο *Εικόνα-Μουσική-Κείμενο* Γ. Σπανός, ed., Αθήνα: Πλέθρον.
- Barthes, R., 1961. «Το φωτογραφικό μήνυμα» στο *Εικόνα-Μουσική-Κείμενο* μτφρ Γιώργος Σπανός, ed., Αθήνα: Πλέθρον.
- Bieber, J., 2017. Justin Bieber (@justinbieber) • Φωτογραφίες και βίντεο στο Instagram. Available at: <https://www.instagram.com/justinbieber/> [Accessed November 23, 2017].
- Blanchard, A.L. & Markus, M.L., 2004. The experienced “sense” of a virtual community. *ACM SIGMIS Database*, 35(1), p.64. Available at:

<http://portal.acm.org/citation.cfm?doid=968464.968470>.

- Boyd, D. & Ellison, N., 2008. Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *International Review of Research in Open and Distance Learning*, 12(3), pp.119–138.
- Brennan, S.E. & Lockridge, C.B., 2006. Computer -Mediated Communication: A cognitive science approach. *ELL2, Encyclopedia of Language and Linguistics*, pp.775–780.
- Cakici, C., Kuhzady, S. & Benli, S., 2017. An Image Is Worth A Thousand Words : A Pictorial Analysis of Projected Destination Image of Turkey on Instagram.
- Chae, J., 2017. Virtual makeover: Selfie-taking and social media use increase selfie-editing frequency through social comparison. *Computers in Human Behavior*, 66, pp.370–376. Available at: <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2016.10.007>.
- Chandler, D., 1994. *Σημειωτική για Αρχαρίους*,
- Chang, H., 2008. *Semiotic Analysis Of Hillary Clinton's Photographic Image In Newsweek Magazine*. University of Florida.
- Donath, J., 2001. Cognitive Technology: Instruments of Mind. , 2117. Available at: <http://link.springer.com/10.1007/3-540-44617-6>.
- Goffman, E., 1956. *The presentation of self in everyday life*, New York: Doubleday.
- Gomez, S., 2017. Selena Gomez (@selenagomez) • Φωτογραφίες και βίντεο στο Instagram. Available at: <https://www.instagram.com/selenagomez/> [Accessed November 23, 2017].
- Grande, A., 2017. Ariana Grande (@arianagrande) • Φωτογραφίες και βίντεο στο Instagram. Available at: <https://www.instagram.com/arianagrande/> [Accessed November 23, 2017].
- Halpern, D., Valenzuela, S. & Katz, J.E., 2016. “Selfie-ists” or “Narci-selfiers”? : A cross-lagged panel analysis of selfie taking and narcissism. *Personality and Individual Differences*, 97, pp.98–101.
- Hu, Y., Manikonda, L. & Kambhampati, S., 2014. What we Instagram : a first analysis of Instagram photo content and user types. *Proceedings of the Eight International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*, (McCune 2011), pp.595–598.
- Iriberry, A. & Leroy, G., 2009. A life-cycle perspective on online community success. *ACM Computing Surveys*, 41(2), pp.1–29. Available at: <http://portal.acm.org/citation.cfm?doid=1459352.1459356>.

- Jenner, K., 2017. Kendall (@kendalljenner) • Φωτογραφίες και βίντεο στο Instagram. Available at: <https://www.instagram.com/kendalljenner/> [Accessed November 23, 2017].
- Jenner, K., 2017. Kylie (@kyliejenner) • Φωτογραφίες και βίντεο στο Instagram. Available at: <https://www.instagram.com/kyliejenner/> [Accessed November 23, 2017].
- Johnson, D., 2017. @therock • Φωτογραφίες και βίντεο στο Instagram. Available at: <https://www.instagram.com/therock/> [Accessed November 23, 2017].
- Kallas, P., 2017. Top 15 Most Popular Social Networking Sites and Apps [November 2017]. Available at: <https://www.dreamgrow.com/top-15-most-popular-social-networking-sites/> [Accessed November 12, 2017].
- Kaplan, A.M. & Haenlein, M., 2010. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), pp.59–68.
- Kardashian, K., 2017. Kim Kardashian West (@kimkardashian) • Φωτογραφίες και βίντεο στο Instagram. Available at: <https://www.instagram.com/kimkardashian/> [Accessed November 23, 2017].
- Knowles-Carter, B., 2017. Beyoncé (@beyonce) • Φωτογραφίες και βίντεο στο Instagram. Available at: <https://www.instagram.com/beyonce/> [Accessed November 23, 2017].
- Kuhzady, S. et al., 2017. Pictorial analysis of the projected destination image: Portugal on Instagram. *7th Advanced in tourism marketing conference*, (September). Available at: https://www.researchgate.net/profile/Salar_Kuhzady/publication/319998376_PICTORIAL_ANALYSIS_OF_THE_PROJECTED_DESTINATION_IMAGE_PORTUGAL_ON_INSTAGRAM/links/59c61a92458515548f30e3a7/PICTORIAL-ANALYSIS-OF-THE-PROJECTED-DESTINATION-IMAGE-PORTUGAL-ON-INSTAGRAM.
- Lang, A., 2014. Why is it called Instagram? | Rewind & Capture. Available at: <http://www.rewindandcapture.com/why-is-it-called-instagram/> [Accessed November 13, 2017].
- Ludford, P.J. et al., 2004. Think Different : Increasing Online Community Participation Using Uniqueness and Group Dissimilarity. *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing System*, 6(1), pp.631–638.
- MacQueen, K.M. et al., 2001. What is community? An evidence-based definition for

- participatory public health. *American Journal of Public Health*, 91(12), pp.1929–1938.
- Marwick, A. & boyd, d., 2011. To See and Be Seen: Celebrity Practice on Twitter. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 17(2), pp.139–158. Available at: <http://con.sagepub.com/cgi/doi/10.1177/1354856510394539>.
- Mayfield, A., 2014. What is Social Media? *Social Media Security*, pp.1–20. Available at: <http://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/B9781597499866000011>.
- McMillan, D.W. & Chavis, D.M., 1986. Sense of community: A definition and theory. Special Issue: Psychological sense of community, I: Theory and concepts. *Journal of Community Psychology*, 14(1), pp.6–23.
- OxfordDictionaries, 2013. Word of the Year 2013 | Oxford Dictionaries. Available at: <https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2013> [Accessed November 10, 2017].
- oxforddictionaries.com, 2018. complementarity | Definition of complementarity in English by Oxford Dictionaries. Available at: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/selfie> [Accessed November 10, 2017].
- Pedroni, M., Pasquali, F. & Carlo, S., 2014. «My friends are my audience»: Mass-mediation of personal content and relations in Facebook. *Observatorio*, 8(3), pp.97–113.
- Plant, R., 2004. Online communities. *Technology in Society*, 26(1), pp.51–65.
- Preece, J. & Maloney-Krichmar, D., 2005. Online Communities: Design, Theory, and Practice. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 10(4), pp.00–00. Available at: <http://doi.wiley.com/10.1111/j.1083-6101.2005.tb00264.x> [Accessed November 27, 2017].
- Rettberg, J., 2017. Self- Representation in Social Media. *SAGE Handbook of Social Media*, (July 2016), pp.1–30.
- Romiszowski, A. & Mason, R., 1996. *Computer-Mediated Communication*, New York: Macmillan.
- Ronaldo, C., 2017. Cristiano Ronaldo (@cristiano) • Φωτογραφίες και βίντεο στο Instagram. Available at: <https://www.instagram.com/cristiano/> [Accessed November 23, 2017].
- Sara Enli, G. & Thumim, N., 2012. Socializing and Self-Representation online: Exploring

- Facebook. *Observatorio (OBS*) Journal*, 6, pp.6–1.
- Seraj, M., 2012. We Create, We Connect, We Respect, Therefore We Are: Intellectual, Social, and Cultural Value in Online Communities. *Journal of Interactive Marketing*, 26(4), pp.209–222. Available at: <http://dx.doi.org/10.1016/j.intmar.2012.03.002>.
- De Souza, C.S. & Preece, J., 2004. A framework for analyzing and understanding online communities. *Interacting with Computers*, 16(3), pp.579–610.
- Sung, Y. et al., 2016. Why we post selfies: Understanding motivations for posting pictures of oneself. *Personality and Individual Differences*, 97, pp.260–265. Available at: <http://dx.doi.org/10.1016/j.paid.2016.03.032>.
- Sunnafrank, M. & Ramirez, A., 2004. At First Sight: Persistent Relational Effects of Get-Acquainted Conversations. *Journal of Social and Personal Relationships*, 21(3), pp.361–379. Available at: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0265407504042837>.
- Swift, T., 2017. Taylor Swift (@taylorswift) • Φωτογραφίες και βίντεο στο Instagram. Available at: <https://www.instagram.com/taylorswift/> [Accessed November 23, 2017].
- Systrom, K. & Krieger, M., 2017. Instagram: About Us. Available at: <https://www.instagram.com/about/us/> [Accessed October 15, 2017].
- Systrom K., 2017. Strengthening Our Commitment to Safety and Kindness for 800 Million – Instagram. Available at: <https://instagram-press.com/blog/2017/09/26/strengthening-our-commitment-to-safety-and-kindness-for-800-million/> [Accessed November 13, 2017].
- Tong & Walther, 2011. Relational Maintenance and CMC. *Computer-mediated communication in personal relationships*, 53(9), pp.1689–1699.
- Toral, S.L. et al., 2009. An empirical study of the driving forces behind online communities. *Internet Research*, 19(4), pp.378–392. Available at: <http://www.emeraldinsight.com/doi/10.1108/10662240910981353>.
- Walther, J., 2011. Theories of computer-mediated communication and interpersonal relations. *The handbook of interpersonal communication*, pp.443–479. Available at: <http://scholar.google.com/scholar?hl=en&btnG=Search&q=intitle:Theories+of+Computer+Mediated+Communication+and+Interpersonal+Relations#0>.
- Walther, J.B., 1996. *Computer-mediated Communication. Impersonal, Interpersonal and*

Hyperpersonal Interaction, Sage Publications.

Walther, J.B., 2007. Selective self-presentation in computer-mediated communication: Hyperpersonal dimensions of technology, language, and cognition. *Computers in Human Behavior*, 23(5), pp.2538–2557.

Websta, 2017. Top 100 hashtags. Available at: <https://websta.me/hot> [Accessed November 9, 2017].

Wikipedia, 2017. Top 100 Instagram Users by Followers- Socialblade Instagram Stats | Instagram Statistics. Available at: <https://socialblade.com/instagram/top/100/followers> [Accessed November 23, 2017].

Yee, N. & Bailenson, J., 2007. The proteus effect: The effect of transformed self-representation on behavior. *Human Communication Research*, 33(3), pp.271–290.

Zhou, T., 2011. Understanding online community user participation: a social influence perspective. *Internet Research*, 21(1), pp.67–81. Available at: <http://www.emeraldinsight.com/doi/10.1108/10662241111104884>.