



Τεχνολογικό
Πανεπιστήμιο
Κύπρου

Σχολή Επικοινωνίας και
Μέσων Ενημέρωσης

Πτυχιακή Εργασία:

**ΕΘΝΟΓΡΑΦΙΚΗ ΜΕΛΕΤΗ: ΑΝΤΙΛΗΨΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ
ΓΥΡΩ ΑΠΟ ΤΗΝ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΑΚΟΛΟΥΘΩΝ ΤΩΝ
FASHION INSTAGRAMMERS**

Χριστοθέα Αντωνίου

Λεμεσός, Μάιος 2021

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΥΠΡΟΥ
ΣΧΟΛΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΜΕΣΩΝ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ
ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΣΠΟΥΔΩΝ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ

Πτυχιακή εργασία

ΕΘΝΟΓΡΑΦΙΚΗ ΜΕΛΕΤΗ: ΑΝΤΙΛΗΨΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΓΥΡΩ ΑΠΟ
ΤΗΝ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΑΚΟΛΟΥΘΩΝ ΤΩΝ FASHION INSTAGRAMMERS

της

Χριστοθέας Αντωνίου

Επιβλέπουσα Καθηγήτρια

Δρ. Δήμητρα Λ. Μηλιώνη

Λεμεσός, Μάιος 2021

Πνευματικά δικαιώματα

Copyright © Χριστοθέα Αντωνίου, 2021

Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.

Η έγκριση της πτυχιακής εργασίας από το Τμήμα Επικοινωνίας και Σπουδών Διαδικτύου του Τεχνολογικού Πανεπιστημίου Κύπρου δεν υποδηλώνει απαραίτητως και αποδοχή των απόψεων του συγγραφέα εκ μέρους του Τμήματος.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Η παρούσα εργασία αφιερώνεται στις/στους πρώτες/ους φοιτήτριες/ές και αποφοίτους του τμήματος Επικοινωνίας και Σπουδών Διαδικτύου του Τεχνολογικού Πανεπιστημίου Κύπρου. Ελπίζω να έχουν μια σπουδαία ερευνητική και επαγγελματική σταδιοδρομία και να θυμούνται τις/τους πρώτες/ους τους καθηγήτριες/ές στο Πανεπιστήμιο.

Με την ολοκλήρωση της παρούσας πτυχιακής εργασίας, θα ήθελα να εκφράσω τη βαθιά μου εκτίμηση προς την επιβλέπουσα της διπλωματικής μου εργασίας Δρ. Δήμητρα Μηλιώνη, Διδάσκουσα του Τμήματος Επικοινωνίας και Σπουδών Διαδικτύου (ΕΣΔ) του Τεχνολογικού Πανεπιστημίου Κύπρου (ΤΕΠΑΚ), η οποία με εμπιστεύτηκε και με καθοδήγησε για την ολοκλήρωση της πτυχιακής μου εργασίας.

Ευχαριστώ θερμά τα άτομα τα οποία συμμετείχαν στη διαδικασία της έρευνας που διεξήχθη για αυτή την εργασία, καθώς χωρίς τη συμβολή τους, δεν θα μπορούσα να προχωρήσω στην επιτυχή ολοκλήρωση της πτυχιακής μου έρευνας.

Τέλος, θέλω να ευχαριστήσω την οικογένειά μου και τα πολύ αγαπημένα μου πρόσωπα τα οποία στάθηκαν πλάι μου σε αυτή τη χρονοβόρα περίοδο της συγγραφής της διπλωματικής μου εργασίας, αλλά και καθόλη τη διάρκεια των σπουδών μου δίνοντάς μου δύναμη και στήριξη.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα πτυχιακή εργασία με τίτλο : «Εθνογραφική Μελέτη: Αντιλήψεις και Πρακτικές γύρω από την ταυτότητα των ακολούθων των Fashion Instagrammers» εκπονήθηκε από την Χριστοθέα Αντωνίου, φοιτήτρια του Θ' εξαμήνου του τμήματος Επικοινωνίας και Σπουδών Διαδικτύου του Τεχνολογικού Πανεπιστημίου Κύπρου υπό την επίβλεψη της Δρ. Δήμητρας Μηλιώνη και ολοκληρώθηκε τον μήνα Μάιο του 2021.

Στόχος της παρούσας πτυχιακής μελέτης είναι η εξέταση των αντιλήψεων και των συμπεριφορών των ακολούθων των Fashion Instagrammers (FI) ως προς την αυτοεικόνα, την (επιδεικτική) κατανάλωση και την εργασία στο Instagram. Σκοπός είναι να αναδειχθεί ο ρόλος που διαδραματίζουν οι FI στο Instagram για τις ακόλουθές τους. Για τη διεξαγωγή της έρευνας υιοθετήθηκε η μέθοδος της ψηφιακής εθνογραφίας, σε συνδυασμό με επαναλαμβανόμενες συνεντεύξεις.

Η δομή της πτυχιακής εργασίας έχει ως εξής. Το πρώτο κεφάλαιο εισάγει την/τον αναγνώστρια/η στο θέμα της μελέτης μέσα από την αναφορά στη δημοτικότητα του κοινωνικού δικτύου Instagram και τη σχέση του με την βιομηχανία της μόδας. Το δεύτερο κεφάλαιο αναδεικνύει την αναγκαιότητα ύπαρξης της παρούσας μελέτης καθώς και τους στόχους της. Το τρίτο κεφάλαιο περιγράφει εμπειρικές μελέτες που μελετούν την κατασκευή ταυτότητας και εικόνας στο Instagram και την προώθηση προϊόντων στο συγκεκριμένο μέσο κοινωνικής δικτύωσης και θεμελιώνει τα ερευνητικά ερωτήματα. Το τέταρτο κεφάλαιο περιγράφει το θεωρητικό πλαίσιο στο οποίο βασίζεται η εν λόγω έρευνα, ενώ στο πέμπτο κεφάλαιο παρουσιάζεται η μεθοδολογία στην οποία στηρίχθηκε η έρευνα. Το έκτο κεφάλαιο περιγράφει και αναλύει τα ευρήματα, που προέκυψαν από την ανάλυση των συνεντεύξεων και της ψηφιακής εθνογραφίας. Στο έβδομο κεφάλαιο συνοψίζονται τα βασικά συμπεράσματα, οι περιορισμοί της έρευνας και παρατίθενται μερικές προτάσεις που μπορούν να αξιοποιηθούν για μελλοντική έρευνα.

Τα ευρήματα της μελέτης αποκάλυψαν ότι οι χρήστες του Instagram θεωρούν τις FI ως πηγή έμπνευσης για τις δικές τους αγορές σε ό,τι έχει να κάνει με τη μόδα και όχι μόνο. Η απήχηση των FI μερικές φορές καταφέρνει να οδηγεί τις χρήστριες/ες σε μια διαδικασία υπερκατανάλωσης, πολλές φορές επιδεικτικής, μέσω του Instagram. Αυτό συμβαίνει λόγω της επιθυμίας για ένταξη σε μία κοινωνική ομάδα, που έχει ως άξονα το χώρο της μόδας. Το συγκεκριμένο MKΔ χαρακτηρίζεται από την προωθητική του φύση, αφού πολλές/οί χρήστριες/ες προβαίνουν σε προωθητικές ενέργειες που συχνά δεν αντιλαμβάνονται. Τέλος, οι χρήστριες/ες αντιλαμβάνονται ότι το Instagram, και οι επιχειρήσεις που υπάρχουν μέσα σε αυτό, εκμεταλλεύονται τις/τους χρήστριες/ες με σκοπό το οικονομικό όφελος, ωστόσο δεν φαίνεται να υπάρχει πρόθεση για τερματισμό αυτής της κατάστασης.

Λέξεις κλειδιά: Instagram, Fashion Instagrammers, μόδα, κατασκευή ταυτότητας, επιδεικτική κατανάλωση

ABSTRACT

The present dissertation entitled "Ethnographic Study: Perceptions and Practices Around the Identity of the Followers of Fashion Instagrammers" is authored by Christothea Antoniou, student at the 9th semester of the Department of Communication and Internet Studies of Cyprus University of Technology under the supervision of Dr Dimitra Milioni. The dissertation was completed in May 2021.

The aim of this bachelor's thesis is to examine the perceptions and behaviors of Fashion Instagrammers' (FI) followers regarding self-image, (conspicuous) consumption and labour on Instagram. The aim is to highlight the role that FI play on Instagram for their followers. The method of digital ethnography was selected for conducting the above-mentioned research, in combination with multiple interviews.

The structure of the dissertation is as follows. The first chapter introduces the reader to the subject of the present study referencing the popularity of Instagram and its relationship with the fashion industry. The second chapter explains the necessity of the study as well as the objectives of the research. The third chapter lays out the empirical research that studies the construction of identity and image on Instagram and the promotion of products on this particular social platform and establishes the research questions. The fourth chapter describes the theoretical framework on which this research is based, while the fifth chapter addresses the methodology which surrounds this study. Chapter six describes and analyzes the findings that emerged from the analysis of the interviews as well as the digital ethnography. Lastly, the seventh chapter summarizes the main conclusions and the limitations of the study, along with some suggestions for future research.

The study's findings reveal that Instagram users consider FIs a source of inspiration for their own shopping when it comes to fashion and more. The impact of FIs at times succeeds in leading followers into a process of overconsumption, sometimes conspicuous, through Instagram. This is due to followers' desire to belong to a social group, which is centered on fashion. Instagram is characterized by its promotional nature, since many users make promotional actions without being aware of it. Finally, users come to a realization that Instagram, and the businesses revolving around this social platform, are exploiting users for financial gain. However, there seems to be no intention of ending this situation.

Key words: Instagram, Fashion Instagrammers, Fashion, identity construction, conspicuous consumption