



صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران

معاونت سیاسی

اداره پژوهش‌های سیاسی

بررسی واینر و واینرینگ در فضای دیجیتال



فرآورده‌های خبری و تولیدات پژوهشی در بخش‌های زیر قابل دسترس است:

– وب سایت خبرگزاری صداوسیما (سرویس پژوهش) <http://www.iribnews.ir>

پژوهشگر: یاسر بهشتی

مقدمه ۲

۲..... بازاریابی دیجیتال

۲..... تعریف

۳..... تفاوت واینر با بلاگر و اینفلوئنسر

۳..... تاریخچه.

۳..... ابزار، بستر و نحوه فعالیت

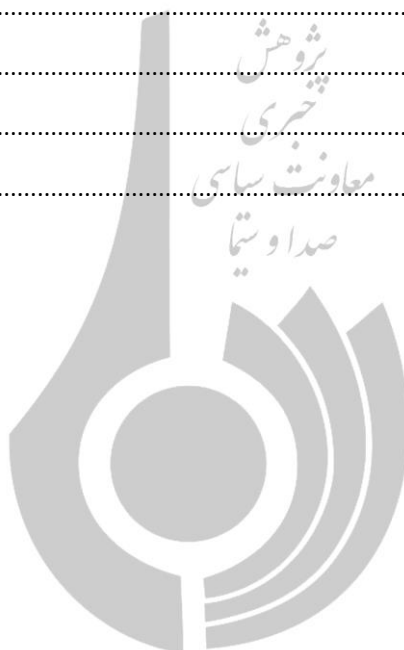
۴..... موضوعات

۴..... واینرینگ در ایران

..... انواع واینر

۵..... جمع بندی

..... کلام آخر



❖ مقدمه:

تکنولوژی‌های نوین ارتباطی زندگی بشر را دگرگون کرده و شناخت ابعاد مختلف تغییرات به وجود آمده، برای بهره‌مندی از مزایا و آمادگی برای مواجهه با چالش‌های آن ضروری است. این دگرگونی‌های ناشی از جهانی شدن و توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات تعیین‌کننده بسیاری از مناسبات زندگی اقتصادی و اجتماعی است و الگوی کسب و کار و نظام اقتصادی را نیز تحت تاثیر قرار داده است و مهمترین اثر اقتصادی این انقلاب، استقرار و فراگیری اقتصاد دیجیتال است.

اقتصاد دیجیتال که گسترش آن بر پایه پلتفرم‌های دیجیتالی است، از آن به عنوان اقتصاد اینترنتی، اقتصاد مبتنی بر شبکه، اقتصاد مبتنی بر وب هم نام برده می‌شود؛ اقتصادی که قسمت اعظم آن بر پایه فناوریهای دیجیتال شامل شبکه‌های ارتباطی، رایانه‌ها، نرم افزارها و سایر فناوری‌های اطلاعاتی است و مختصات عمده آن عبارتست از:

- جهانی بودن
- تمرکز اطلاعات و ارتباطات بر امور غیرملموس مانند ایده‌ها
- وجود ارتباط شدید بین اجزاء آن

❖ بازاریابی دیجیتال

اینترنت با افزایش دسترسی و به حداقل رساندن تاخیر زمانی تا بازار بر نوآوری کسب و کار تاثیر می‌گذارد. امروزه بسیاری از تعاملات اجتماعی و کسب و کار افراد به فضای مجازی کشیده شده است و ارتباطات مجازی بخش عمده‌ای از استفاده کاربران از این فضاست. در این میان شبکه‌های اجتماعی نقش بسیار مهمی را ایفا می‌کند.

بازاریابی در دنیای امروز جنس متفاوتی گرفته است و تفاوت‌های چشمگیری با مفهوم بازاریابی سنتی پیدا کرده است. بازاریابی نوین تمام فرم‌های سنتی بازاریابی را دگرگون کرده است. صاحبان مشاغل مختلف برای موفق شدن و رونق بخشی به کسب و کار خود و هم‌چنین افزایش فروش خود باید در کنار ارائه‌ی محصولات و خدمات با کیفیت و مطلوب، سعی در بیشتر و بهتر دیده شدن داشته باشند، در حالیکه چندی پیش هدف از بازاریابی آنلاین فقط جلب توجه مشتری برای کلیک و ورود به سایت شرکت بود، اما اکنون هدف ایجاد تعامل پایدار با مشتری است. کاربران دیگر فقط داده‌های ایستا را دانلود نمی‌کنند بلکه محتوا را نیز به اشتراک می‌گذارند.

از محبوبترین شبکه‌های اجتماعی مجازی، اینستاگرام است. موفقیت تبلیغات و کمپین‌های بازرگانی در این شبکه به حدی است که بازاریابی اینستاگرامی خود تبدیل به یک شاخه تخصصی از بازاریابی شبکه‌های اجتماعی شده است.

از جمله روش‌های بازاریابی دیجیتال می‌توان به استفاده از موتورهای جستجو^۱، بازاریابی با استفاده از شبکه‌های اجتماعی^۲، بازاریابی محتوایی^۳ و... اشاره کرد. در هر یک از موارد مذکور قابلیت‌هایی وجود دارد که بتوان به وسیله آنها بیشتر دیده و شناخته شد. یکی از این قابلیت‌ها، تبدیل شدن به وایر است.

❖ تعریف:

وایر ویدئوهای سرگرم‌کننده تولید و در شبکه‌های اجتماعی پخش می‌کند. در یک تعریف کلی می‌توان این واژه را به معنی سرگرم‌کننده به کار برد.

¹. search engine marketing
². social network marketing
³. content marketing

به عبارت دقیقتر واینرها شاخه‌ای از اینفلوئنسرها هستند که با تولید محتوای طنز توازن‌سته‌اند، پایگاه پرتعدادی از مخاطبان را به سمت خود جذب کنند. این دسته از افراد را که با تولید ویدئوها و انواع دیگر محتوای کمدی نظر کاربران عادی را به خود جلب و از این طریق کسب درآمد می‌کنند واینر^۱ و به ویدئوها و پست‌های آنها واین^۲ می‌گویند.

❖ تفاوت واینر با بلاگر و اینفلوئنسر



واینرها، افرادی هستند که در شبکه اجتماعی اینستاگرام ویدئوهای طنز و اغلب با موضوعات اجتماعی می‌سازند.

بلاگرها افرادی هستند که دارای تخصصی خاص در یک موضوع یا یک رشته هستند که این تخصص را در قالب ویدئوها با بیان ساده به دنبال کنندگان خود در فضای سایبر منتقل می‌کنند. این تخصص‌ها از پزشکی گرفته تا مکانیکی، آرایشگری و... متفاوت بوده و زمینه‌های گسترده تری را شامل می‌شوند.

اینفلوئنسرها افرادی هستند که دارای دنبال‌کننده‌های بسیار بالایی بوده و این دنبال‌کننده‌ها می‌توانند به نحوی از رفتار و صحبت‌های اینفلوئنسر تاثیر گرفته و رفتار و شخصیت او را تأیید و دنبال کنند.

❖ تاریخچه:

واین در اصل یک سایت اشتراک‌گذاری ویدئو بود که در سال ۲۰۱۳ فعالیت خود را آغاز کرد و به کاربران خود اجازه می‌داد که ویدئوهای ۷ ثانیه‌ای منتشر کنند.

اولین واینرها در کشور آمریکا و شبکه‌های اجتماعی آمریکایی به وجود آمده‌اند، با تاسیس شبکه اجتماعی فیسبوک، یوتیوب و واین با فاصله زمانی کمی اولین واینرها فعالیت خود را آغاز کردند و به دلیل درآمد بسیار زیاد آنها، افراد زیادی به این حوزه سوق پیدا کردند.

❖ ابزار، بستر، موضوع و نحوه فعالیت:

سوژه، متن، شبکه اجتماعی، نرم‌افزار ویرایش عکس و فیلم، خلاقیت و نقطه تمایز شخصی ابزارهای واینرند که از طریق کلیپ‌سازی و جذب تبلیغات، فرد را به درآمد برساند بدین طریق که در این کلیپ‌ها مستقیماً برندی به عنوان اسپانسر معرفی می‌شود یا در کپشن اینستاگرام، تبلیغاتی وجود دارد.

برخی به‌طور مستقل سعی بر تولید محتواهای خاص و ویژه برای هر برند دارند و برخی دیگر در کنار تولید محتوای طنزی که دارند و مخاطبان را به سمت خود می‌کشند، کار تبلیغات را به شکل عمومی انجام می‌دهند و سناریوها و برنامه‌ریزی‌هایی خاص برای معرفی برندهای گوناگون ندارند.

^۱. Vayner
^۲. Vayn

❖ موضوعات:

واینرها درباره همه چیز ویدیو می سازند ولی نقطه مشترک بین تمام آنها این است که این موضوعات به روز هستند و تقریباً همه مخاطبان با آن روزانه برخورد دارند. تبلیغات در عرصه های گوناگون مانند مد و سبک زندگی، هنر و سرگرمی، سلامتی و ورزش، تولیدات و خدمات در قالب تبلیغات بنری، ویدئویی و استوری مانند انجام می شود.

❖ در ایران:

صنعت واین یا واینرینگ در ایران یک صنعت نوپا است. سابقه تولید واین یا ویدیوهای سرگرم کننده در ایران هم به همین چند سال گذشته برمی گردد. شبکه اجتماعی اینستاگرام جایگاه خوبی در تبلیغات بازرگانی در ایران پیدا کرده است. محبوبیت پلتفرم اینستاگرام و تعداد کاربران در ایران رو به افزایش است و در حال حاضر حدود ۴۵ میلیون کاربر دارد. تبلیغات موبایلی کم کم عرصه بازیگری را برای رقبا سنتی خود تنگ می کند. اینفلوئنسرها یا افراد معروف و پیج های موضوعی تاثیرگذار، معمولاً شانس زیادی برای کسب درآمد دارند. بسیاری از برندهای مشهور حاضرند برای تبلیغ محصول و خدمات و جذب فالوئر، قید رسانه قدرتمند تلویزیون را زده و در این شبکه ها عرض اندام کنند. این برندها به پیج هایی که فالوئر میلیونی دارند برای هر پست تبلیغی حاوی عکس، ویدئو و گرافیک متناسب با تعداد فالوئرها مبالغ میلیونی پرداخت می کنند.

محبوبیت واینرها باعث قدرت تاثیرگذاری آنها در سلیقه جمعی می شود. هر چند واضح است که این تاثیر صرفاً روی بازار و اقتصاد نیست و گاهی پیام های فرهنگی و اجتماعی واینرها هم مورد قبول بسیاری از طرفداران است. وقتی این واینرها می توانند این همه طرفدار داشته باشند و هر پست آنها هزاران بار دیده شود پس قطعاً در بازاریابی تاثیر گذار یا اینفلوئنسر مارکتینگ موفق خواهند بود. چون دنبال کنندگان این واینرها خودآگاه یا ناخودآگاه از سلبریتی های خود پیروی می کنند.

نخستین واینرهای ایرانی در اینستاگرام بیشتر عکاسان خوش ذوق بودند اما رفته رفته ایده هایی نظیر: دابسمش، دوربین مخفی، کلیپ های سرگرم کننده طنز، کمدی و استندآپ، ساخت انیمیشن، تسترهای غذا، ورزشکاران، کودکان بامزه و شیرین زبان و ... از ایده های طرفدار ایرانی شدند. علی صبوری، حسن ریوندی، سوریلند، آرات، مستر تستر، آیدین زواره ای و ... از جمله اینها هستند.

□ انواع واینرها:

واینر های خردسال

واینر های کمدین و دابسمشر

واینر های چالشی

واینر های انیمیشن

❖ جمع‌بندی:

قدرت تاثیر شبکه‌های اجتماعی بر هیچ کس پوشیده نیست. حتی اگر کسی اهل اینستاگرام و به‌طور کلی فضای مجازی هم نمیخواهد باشد برای اطلاع از روند اوضاع فرهنگ‌ها و خرده‌فرهنگ‌های رایج در جامعه امروزمان نمی‌توان براحتی از کنار شبکه محبوب اینستاگرام گذشت. همین اقبال عمومی بوده که موجبات رشد بسترهای درآمدزایی در این فضا را هم دوچندان کرده است.

برخی از صاحبان مشاغل با صرف هزینه از واینرها مختلف در شبکه‌های اجتماعی می‌خواهند تا برای محصولات و خدمات آنها تبلیغ کنند. شاید بتوان گفت این راه بسیار نتیجه‌ی مطلوبی داشته است. با این حساب می‌توان تمایل به واینر شدن را تا حدودی طبیعی و بدیهی تلقی کرد.

پلتفرم اینستاگرام تریبونی آزاد است که هر کس می‌تواند از آن سود ببرد. حال اگر بحث درآمدزایی هم به میان باشد، دست‌ها برای تولید انواع محتوا باز است. واینرها در حال درآمدزایی‌های کلان از این بستر اجتماعی و عمومی هستند.

در یک کلام، درآمدزایی واینرها اساساً از طریق تبلیغات است. این افراد به واسطه پایگاه قوی مخاطبانشان می‌توانند توجه و تمرکز را که کسب‌وکارهای مختلف برای جلب مشتری نیاز دارند در اختیارشان قرار بدهند. پیش‌بینی آینده فعالیت آنها و البته دنیای بازاریابی و تبلیغ کمی دشوار است. حتی ارزش‌گذاری این روند تازه هم به کارشناسی‌های جدی و حرفه‌ای نیازمند است اما بهر حال باید قبول کرد که واینرها در حال تاختن پیروزمندانه در شبکه‌های اجتماعی هستند و باید آنها را جدی گرفت.

