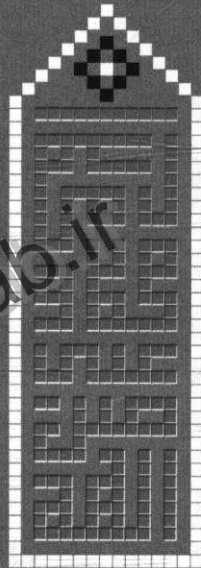


اینستاگرام؛
سازو برگ ایدئولوژیک
سرمایه داری متاخر

رساله‌ای روان‌نگارانه در باب
سوزگی میکروسلبریته‌های اینستاگرام در ایران

امیرعلی علی محمدی





سرشناسه: علی محمدی، امیرعلی، ۱۳۷۷-

عنوان و نام پدیدآور: اینستاگرام؛ ساز و برگ ایدنولوژیک سرمایه‌داری متأخر؛ رساله‌ای روان‌کاوانه در باب سوژگی میکروسلبیتهی های اینستاگرام در ایران / امیرعلی علی محمدی؛ ویراستار الهام سادات یاسینی؛ ناظر علمی مجید سلیمانی ساسانی؛ [تهیه‌کننده] پژوهشکده فرهنگ و هنر اسلامی.

مشخصات نشر: تهران: شرکت انتشارات سوره مهر، ۱۴۰۰.

مشخصات ظاهری: ۲۲۴ ص.؛ ۱۴/۵×۲۱/۵ س.م.

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۰۳-۴۹۸۲-۰

موضوع: تربیت نویسی؛ فیبا

عنوان مجله: رساله‌ای روان‌کاوانه در باب سوژگی میکروسلبیتهی های اینستاگرام در ایران.

موضوع: اینستاگرام (منبع الکترونیکی)

موضوع: (Electronic resource) Instagram

موضوع: رسانه‌های اجتماعی -- جنبه‌های روان‌شناسی

موضوع: Social media -- Psychological aspects

موضوع: رسانه‌های اجتماعی -- ایران -- تأثیر -- جنبه‌های اجتماعی

موضوع: Social media -- Iran -- Influence -- Social aspects

موضوع: کاربران اینترنت -- ایران -- مصاحبه‌ها

موضوع: Internet users -- Iran -- Interviews

موضوع: کاربران اینترنت -- نگرش‌ها

موضوع: Internet users -- Attitudes

موضوع: کاربران اینترنت -- ایران -- روانشناسی -- نمونه‌پژوهی

موضوع: Internet users -- Iran -- Psychology -- Case studies

موضوع: شبکه‌های اجتماعی بیوسنه -- ایران -- جنبه‌های روان‌شناسی -- نمونه‌پژوهی

موضوع: Onlinesocialnetworks -- Iran -- Psychological aspects -- Casestudies

شناسنامه افزوده: شرکت انتشارات سوره مهر، پژوهشکده فرهنگ و هنر اسلامی

شناسنامه افزوده: شرکت انتشارات سوره مهر

رده بندی کنگره: HM۷۴۳

رده بندی دیویی: ۳۰۲ / ۳۰۲۸۵

شماره کتابشناسی ملی: ۷۵۹۰۱۱۸



انتشارات سوره مهر
وابسته به حوزه هنری
www.sooremehr.ir

تهران، خیابان حافظ،
خیابان رشت، شماره ۲۳،
صندوق پستی: ۱۱۴۴-۱۵۸۱۵
سامانه پیامک: ۵۳۱۹-۲۰۰۰
تلفن: ۶۹۴۴۲
فکس: ۶۶۴۹۹۵۱
پست مرکز پخش: (۵ خطه)
۶۶۴۶۰۹۹



باسکن
باکسدر
نظرسنجی
این کتاب
سرکت
تماس کنید

دانلود کتابخوان سوره مهر

با وارد کردن کد تخفیف hisama در اولین خرید خود از کتابخوان سوره مهر ۷۵٪ تخفیف بگیرید.



نقل و چاپ نوشته‌ها منوط به اجازه رسمی از ناشر است.

شماره تماس پژوهشکده فرهنگ و هنر اسلامی: ۸۸۸۹۶۹۳۱-۲

پژوهشکده فرهنگ و هنر اسلامی
اینستاگرام:
ساز و برگ آیدئولوژیک سرمایه‌داری متاخر

نویسنده: امیرعلی علی محمدی
ناظر علمی: مجید سلیمانی ساسانی
مترجم هیئت علمی دانشگاه تهران
ویراستار: الهام سادات یاسینی
طراح جلد و سرآیند: سحر علی جمالی

چاپ، صحافی و لیتوگرافی: واژه پرنسپل اند پارتنر
چاپ اول: ۱۴۰۱
شمارگان: ۱۲۵۰ نسخه
شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۰۳-۴۹۸۲-۰

فروشگاه مرکزی:

تهران، خیابان سمیه، نرسیده به خیابان حافظ،
جنب حوزه هنری، شماره ۲۴۵، تلفن: ۸۸۹۴۹۷۹۱-۲

فروشگاه انقلاب:

تهران، میدان انقلاب، جنب سینما بهمن، شماره ۱۰۲۲
تلفن: ۶۶۴۷۶۵۶۸-۹

فروشگاه اصفهان:

میدان انقلاب، سینما ساحل، کدپستی ۸۱۳۳۶۱۴۵۱۱
تلفن: ۰۳۱-۳۲۲۲۷۷۲۵-۶

فهرست مطالب

- ۱۱ فصل اول: سوژگی میکروسلبیتهی های اینستاگرام
- ۱۷ سوژگی کاربران
- ۱۸ سوژگی نارسیسیستیک
- ۲۱ سوژگی افسرده
- ۲۳ بحث پیرامون یافته ها
- ۳۳ فصل دوم: اینستاگرام به مثابه ساز و برگ سرمایه داری متأخر (تولیرالیسم)
- ۳۵ تولیرالیسم
- ۳۹ سوژگی تولیرالیسم
- ۴۱ سوژگی تولیرالیسم و پیامدهای آن در ایران
- ۴۶ تشابه سوژگی تولیرالیسم و اینستاگرام
- ۴۶ ۱. سوژگی کارآفرین و سرمایه گذاری بر خود- گزینه تجاری کردن صفحه
- ۵۱ ۲. مصرف گرایی
- ۵۵ ۳. خود نظارتی و خود پایی
- ۶۰ ۴. کم عمق بودن روابط بین فردی
- ۶۱ ۵. بازتعریف مفاهیم ملذذ آزادی و ارضای مصنوعی آن
- ۶۳ فصل سوم: چگونه رضای مصنوعی غرایز توسط اینستاگرام
- ۶۵ لکان و ساحت خیالی
- ۶۹ فراواقعیت و اینستاگرام
- ۷۶ روانشناسی تکاملی
- ۸۳ اینستاگرام و برقراری ارتباط
- ۹۶ اینستاگرام و تجربه احساس آزادی
- ۱۰۱ فصل چهارم: ساختار اینستاگرام و دامن زدن به سوژگی نارسیسیستیک
- ۱۰۴ لکان: اینستاگرام به مثابه آینه
- ۱۰۸ کوهات: اینستاگرام و انعکاس
- ۱۱۱ ساختار نارسیسیستیک اینستاگرام
- ۱۱۸ بازفعال سازی خودبزرگ نما
- ۱۱۹ ۱. فانتزی همه توانی (داشتن قدرت نامحدود)
- ۱۲۰ ۲. فانتزی همه دانی (داشتن دانش بی انتها)
- ۱۲۱ ۳. فانتزی حاضر بودن در همه جا
- ۱۲۲ ۴. فانتزی همه چیزخواری (کمال گرایی و کامل بودن)
- ۱۲۳ فصل پنجم: ساختار اینستاگرام و خود کاذب
- ۱۳۵ فصل ششم: نتیجه گیری
- ۱۴۱ ضمایم (چند نمونه از مطالعات در ایران و جهان / برخی از مصاحبه های انجام شده)
- ۲۱۵ منابع و ماخذ



پیش‌گفتار پژوهشکده فرهنگ و هنر اسلامی



رسانه‌های اجتماعی، جهان جدیدی را خلق کرده‌اند و نظام ارتباطات اجتماعی را متحول ساخته‌اند. آن‌چنان‌که اکثر قریب به اتفاق افراد را می‌توان کاربران رسانه‌های اجتماعی تلقی کرد. کاربرانی که از نقش مخاطبان رسانه‌های جمعی عبور کرده‌اند و هم‌زمان نقش تولیدکننده و مصرف‌کننده محتوای رسانه‌ای را ایفا می‌کنند و استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای آنان به عنوان امری روزمره است. تا آنجا که بسیاری از کنش‌های سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی آنان در ارتباط با رسانه‌های اجتماعی تعریف می‌گردد و بسیاری خدمات خود را از طریق این رسانه‌های دریافت می‌کنند. آن‌گونه که بدون رسانه‌های اجتماعی، بسیاری از امور روزمره مختل می‌گردد و به‌واقع، این رسانه‌ها سبک جدیدی از زندگی را برای کاربران خود به ارمغان آورده‌اند.

در همین راستا، گروه مطالعات رسانه پژوهشکده فرهنگ و هنر اسلامی نیز با توجه به اهمیت پژوهش در حوزه رسانه‌های اجتماعی جدید، فعالیت گسترده‌ای را در حوزه «مطالعات رسانه‌های اجتماعی» آغاز کرده است تا اندکی از فقر و فقدان ادبیات نظری در این حوزه کاسته شود. بخشی از این فعالیت پژوهشی متوجه نقش رسانه‌های اجتماعی در ظهور مرجعیت‌های جدید و حوزه‌های اثرگذاری سلبریتی‌ها و همچنین «بازی‌های رایانه‌ای» است. بخش دیگر فعالیت‌های پژوهشی گروه مطالعات رسانه در این حوزه نیز بر روی مطالعات تجربی و انتقادی

رسانه‌های اجتماعی تمرکز دارد. از این جهت، کتاب حاضر یکی از آثار تألیفی این مجموعه است که با رویکردی تجربی و تحلیلی به بررسی یکی از مهم‌ترین و پرتعدادترین رسانه‌های اجتماعی در جهان می‌پردازد و موضوع کار خود را تحلیل روان‌کاوانه و انتقادی میکروسلبیتی‌های اینترنتی اینستاگرام در فضای ایران قرار می‌دهد. با این حال، حوزه مطالعات رسانه‌های اجتماعی در پژوهشکده فرهنگ و هنر اسلامی به این اثر محدود نخواهد شد و هم‌زمان آثار دیگری درباره تحولات رسانه‌های اجتماعی در آینده سینما و شبکه‌های اجتماعی پخش ویدئو، فیلم و برنامه‌های تلویزیونی و بازی‌های رایانه‌ای و همچنین آثاری انتقادی در تحلیل نسبت جهان رسانه‌های اجتماعی با سرمایه‌داری و اقتصاد دیجیتال در حال انجام است که به‌زودی منتشر خواهد شد.

در پایان، از تلاش‌های آقای امیرعلی علی‌محمدی؛ نویسنده محترم و همچنین آقای دکتر مجید سلیمانی ساسانی؛ ناظر علمی این کتاب و دیگر کتاب‌های مجموعه مطالعات رسانه‌های اجتماعی کمال قدردانی را داریم. امید است که فعالیت‌های پژوهشی پژوهشکده فرهنگ و هنر اسلامی در حوزه «مطالعات رسانه‌های اجتماعی» با جدیت ادامه یابد تا از این رهگذر، امکان‌های جدیدی برای فهم مسائل جدید ارتباطات اجتماعی و مطالعات رسانه‌ها فراهم گردد.