

• **رمانه اجتماعی اینستاگرام**
(زندگی، روزمره و فرهنگ دیداری)

حسین حسینی

www.ketab.ir



سرشناسه	: حسینی، حسین، ۱۳۶۰ -
عنوان و نام پدیدآور	: رسانه اجتماعی اینستاگرام: زندگی روزمره و فرهنگ دیداری/ حسین حسینی
مشخصات نشر	: تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری	: ۲۰۴ ص.: جدول، نمودار. ۱۴×۲۱ س.م.
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۴۵۲-۲۳۴-۲
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
یادداشت	: کتابنامه.
موضوع	: اینستاگرام (منبع الکترونیکی)
موضوع	: Instagram (Electronic resource)
موضوع	: شبکه‌های اجتماعی پیوسته
موضوع	: Online social networks
موضوع	: فضای مجازی -- ایران -- جنبه‌های اجتماعی
موضوع	: Cyberspace -- Social aspects -- Iran
شناسه افزوده	: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
رده بندی کنگره	: ۱۳۹۸ ح۵ الف/ HM۷۴۳
رده بندی دیویی	: ۳۰۲/۳۰۲۸۵
شماره کتابشناسی ملی	: ۵۶۷۲۱۲۸

ناشر: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
عنوان: رسانه اجتماعی اینستاگرام: زندگی روزمره و فرهنگ دیداری

نویسنده: حسین حسینی

ویراستار: لیلا اجاقلو

صفحه‌آرا و طراح جلد: حسین آذری

نوبت چاپ: اول - تابستان ۱۳۹۸

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

قیمت: ۲۰۰۰۰ هزار ریال

شابک: ۹۷۸ - ۶۰۰ - ۴۵۲ - ۲۳۴ - ۲



پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

همه حقوق این اثر برای پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات محفوظ است.
در صورت تخلف، پیگرد قانونی دارد.

نشانی: تهران، پایین‌تر از میدان ولی عصر (عج)، خیابان دمشق، شماره ۹، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
صندوق پستی: ۶۲۷۲ - ۱۴۱۵۵، تلفن: ۸۸۹۰۲۲۱۳، دورنگار: ۸۸۸۹۳۰۷۶، Email: nashr@ricac.ac.ir

فهرست مطالب

۱.....	سخن ناشر.....
--------	---------------

فصل اول. کلیات

۳.....	مقدمه.....
۱۶.....	رویکرد پدیدارشناسی.....
۱۹.....	پدیدارشناسی و تجربه زیسته.....
۲۰.....	پدیدارشناسی تفسیری.....
۲۴.....	روش شناسی.....

فصل دوم. رسانه های اجتماعی: مفاهیم و اصول

۳۱.....	مقدمه.....
۳۱.....	مفهوم رسانه های اجتماعی.....
۳۷.....	سایت های شبکه اجتماعی.....
۴۲.....	تاریخ رسانه های اجتماعی.....
۷۴.....	پلتفرم های دسترسی و آمار رسانه های اجتماعی.....
۵۱.....	دسترسی به اینترنت و عضویت در شبکه های اجتماعی در ایران.....
۵۶.....	شبکه اجتماعی اینستاگرام.....
۶۲.....	نتیجه گیری.....

فصل سوم. تلفن همراه هوشمند، زندگی روزمره و فرهنگ دیداری

۶۳.....	مقدمه.....
۶۳.....	تلفن همراه هوشمند و تحول زندگی روزمره.....
۷۱.....	اینستاگرام و فرهنگ دیداری.....
۷۶.....	اینستاگرام و تحول فرهنگ عکاسی.....
۸۱.....	اینستاگرام و تصاویر سلفی.....
۵۸.....	نتیجه گیری.....

فصل چهارم. کاربران، ویژگی‌ها و محتوای اینستاگرام

۸۷.....	مقدمه
۸۷.....	کاربران و کاربرد
۱۹.....	فناوری
۹۸.....	مالکیت
۹۹.....	محتوا و شکل فرهنگی
۱۱۵.....	حکمرانی
۱۲۳.....	مدل‌های تجاری
۱۲۵.....	نتیجه‌گیری

فصل پنجم. اشتراک‌گذاری زندگی روزمره و خود بازنمایی شده

۱۲۷.....	مقدمه
۱۲۷.....	تحلیل یافته‌ها
۱۲۹.....	شبکه اجتماعی اینستاگرام
۱۲۹.....	تحول کردارهای زندگی روزمره
۱۳۲.....	تجربه به اشتراک‌گذاری زندگی روزمره
۱۳۶.....	تصویری شدن تجربه‌های روزانه
۱۴۰.....	پسندیدن (لایک) و درج اظهارنظر
۱۴۲.....	لایک به منزله تحسین شدن
۱۴۵.....	لایک به منزله رابطه اجتماعی
۱۴۷.....	اظهارنظر به منزله میدان گفت‌وگو
۱۵۰.....	دنبال کردن
۱۵۳.....	ارزشمند بودن کمیت دنبال کردن
۱۵۵.....	تناقض دوستی در دنبال کردن
۱۶۱.....	عکس‌های سلفی
۱۶۳.....	نمایش خود
۱۶۷.....	سلفی به منزله ابزار تظاهر
۱۶۹.....	نتیجه‌گیری

فصل ششم. نتیجه‌گیری

۱۷۱.....	مقدمه
۱۷۱.....	مرور خطوط اصلی پژوهش
۱۷۵.....	دستاوردها
۱۸۳.....	پیشنهادهایی برای مطالعات دیگر
۱۸۷.....	فهرست منابع

سخن ناشر

پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات با هدف رفع نیازهای پژوهشی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، نزدیک به دو دهه است که با رویکرد مسئله‌محوری به دنبال شناخت مشکلات حوزه فرهنگ و هنر، شناسایی قابلیت‌ها و ظرفیت‌ها و ارائه راهبردها و راهکارهای مناسب برای حل مشکلات و نیز توسعه قابلیت‌ها در مسیر تعالی فرهنگی کشور است. این پژوهشگاه، با سه پژوهشکده فرهنگ، پژوهشکده هنر و پژوهشکده ارتباطات در تعامل و همکاری با صاحب‌نظران و اندیشمندان حوزه فرهنگ و هنر، ضمن اجرا و نظارت بر طرح‌های پژوهشی مورد نیاز، اقدام به برگزاری نشست‌ها، همایش‌های علمی، جلسات نقد و گفتگو و نیز جشنواره پژوهش فرهنگی سال می‌نماید.

علاوه بر این، دفتر طرح‌های ملی پژوهشگاه نیز، به‌عنوان متولی انجام مطالعات فرهنگی و اجتماعی در سطح ملی، ضمن اجرای نظرسنجی‌های موردنیاز، به اجرای پیمایش‌های ملی نظیر پیمایش ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان؛ مصرف کالاهای فرهنگی؛ سواد رسانه‌ای؛ وضعیت فرهنگی، اجتماعی و اخلاقی جامعه ایران و سنجش سرمایه اجتماعی کشور اقدام می‌نماید.

پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، تلاش دارد تا مجموعه دستاوردهای پژوهشی خود را با هدف تحقق عدالت فرهنگی و دسترسی همه پژوهشگران و سیاست‌گذاران فرهنگی کشور، منتشر نماید. از این رو انتشارات پژوهشگاه طی مدت فعالیت خود تاکنون، آثار پژوهشی متعدد و متنوعی را در قالب «کتاب»، «گزارش پژوهش»، «گزارش نظرسنجی» و «گزارش راهبردی» منتشر کرده است. پژوهشگاه همچنین، انتشار فصلنامه علمی پژوهشی «مطالعات فرهنگ ارتباطات» و نیز چاپ آثار برگزیده جشنواره فرهنگی سال را در کارنامه خود دارد. پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، ضمن استقبال، تعامل، همکاری و همفکری با استادان، نخبگان و پژوهشگران حوزه فرهنگ، هنر و رسانه، امیدوار است با انتشار دستاوردهای پژوهشی خود بتواند به «مرجع پژوهش» در حوزه فرهنگ و هنر ایران و نیز پایگاهی برای اندیشمندان و دلسوزان این عرصه تبدیل شود.

پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات