



رسانه اجتماعی اینستاگرام

کتاب رسانه اجتماعی اینستاگرام برگرفته از پژوهشی است که با هدف تحلیل تجربه زیسته کاربران اینستاگرام در ایران توسط حسین حسینی در پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات انجام شده است. این کتاب در تابستان ۱۳۹۸ توسط انتشارات پژوهشگاه منتشر شده است.

در حال حاضر اینستاگرام اصلی‌ترین پلتفرم رسانه اجتماعی در ایران است و تعداد قابل توجهی از کاربران رسانه‌های اجتماعی در ایران در آن عضویت دارند، از اینرو این کتاب می‌تواند چشم‌انداز سودمندی از نحوه مصرف این رسانه اجتماعی و جایگیر شدن آن در کردارهای زندگی روزمره کاربران ایرانی ارائه دهد.

کتاب رسانه اجتماعی اینستاگرام شامل شش فصل است. فصل اول کتاب به کلیات اختصاص دارد و در آن تلاش شده تا مسئله پژوهش تدوین و سپس روش انجام این مطالعه یعنی پدیدارشناسی تفسیری توضیح داده شود. فصل دوم کتاب به مفهوم‌سازی رسانه‌های اجتماعی اختصاص دارد. در این فصل تاریخچه، انواع رسانه‌های اجتماعی و به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی توضیح داده شده و آمار و اطلاعاتی در مورد مصرف اینستاگرام در ایران نیز بیان شده است. مهم‌ترین ویژگی این فصل کوشش در جهت ایجاد تمایز میان رسانه‌های اجتماعی و شبکه‌های اجتماعی است. از این نظر باید توجه کرد که رسانه اجتماعی مفهومی فراگیر است که انواع رسانه‌های اجتماعی به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی را دربر می‌گیرد. هرچند امروزه مفهوم پلتفرم رسانه‌های اجتماعی بیش از پیش در حال رواج است. فصل سوم کتاب یعنی تلفن همراه هوشمند، زندگی روزمره و فرهنگ دیداری می‌کوشد توضیح دهد که چگونه جایگیر شدن تلفن همراه هوشمند متصل به اینترنت که دوربین تصویری و ضبط ویدئو در آن تعبیه شده است، شکل‌های جدیدی از فرهنگ دیداری از جمله فرهنگ سلفی را پدید آورده است.

فصل چهارم کتاب به تحلیل آناتومی اینستاگرام اختصاص دارد. در این فصل بر اساس مدلی تحلیلی از اندیشمند هلندی پلتفرم‌های آنلاین یعنی خانم یوزه فن دایک این رسانه از منظر کاربران و کاربرد، فناوری، مالکیت، محتوا و شکل فرهنگی، حکمرانی و مدل‌های تجاری مورد تحلیل قرار گرفته است. به‌ویژه تلاش شده تا شیوه تخصیص آن در جامعه ایران از نظر کاربران و کاربرد تحلیل شود. در فصل پنجم کتاب که به یافته‌های حاصل از مصاحبه با کاربران اینستاگرام اختصاص دارد برخی از مضامین اصلی شناسایی و مورد تحلیل قرار گرفته‌اند. از جمله آنها می‌توان به لایک به منزله رابطه اجتماعی، اظهار نظر به منزله میدان گفتگو و نیز سلفی به مثابه ابزار تظاهر اشاره کرد. درنهایت نیز در فصل ششم نتایج این تحقیق و پیشنهادهایی برای مطالعه‌های دیگر ارائه شده است. این کتاب را می‌توان تحلیلی مقدماتی بر مصرف رسانه‌های اجتماعی تصویری در ایران قلمداد کرد که می‌تواند زمینه را برای انواع مطالعات تحلیلی ژرف‌تر درباره ابعاد گوناگون اینستاگرام مهیا نماید.

در فایل زیر سی صفحه نخست این کتاب قابل دریافت است.