

اثرات هیپنوتیزی شبکه‌های اجتماعی

نویسندگان:

رضا مولایی

(کارشناس علوم اجتماعی و کارشناس ارشد روانشناسی بالینی)

کثوم مولایی



www.ketibenovin.ir

سرشناسه	:	مولایی، رضا، ۱۳۵۷
عنوان و نام پدیدآور	:	اثرات هیپنوتیزمی شبکه‌های اجتماعی / نویسنده رضا مولایی، کلثوم مولایی
مشخصات نشر	:	شیراز: کتیبه نوین، ۱۳۹۶.
مشخصات ظاهری	:	۱۴۲ ص.
شابک	:	978-600-8813-29-3
وضعیت فهرست نویسی	:	فیپا
موضوع	:	شبکه‌های اجتماعی — جنبه‌های روانشناسی
موضوع	:	Social networks -- Psychological aspects
موضوع	:	خواب مصنوعی
موضوع	:	Hypnotism
شناسه افزوده	:	مولایی، کلثوم، ۱۳۶۲
رده بندی کنگره	:	۱۳۹۶ الف ۲/م ۸ HM۷۴۱
رده بندی دیویی	:	۳۰۱/۳
شماره کتابشناسی ملی	:	۲۱۵۸۹

عنوان کتاب:	اثرات هیپنوتیزمی شبکه‌های اجتماعی
نویسندگان:	رضا مولایی، کلثوم مولایی
ناشر:	کتیبه نوین
نوبت چاپ:	اول ۱۳۹۶
شابک:	۹۷۸-۶۰۰-۸۸۱۳-۲۹-۳
شمارگان:	۱۰۰۰ جلد
سر ویراستار، صفحه آرا:	علی داودی
چاپ و صحافی:	چاپ گاندی
قیمت:	۲۰۰۰ تومان

(کلیه حقوق برای انتشارات کتیبه نوین محفوظ است)

فهرست مطالب

صفحه

عنوان

۱۱	مقدمه.....
۱۳	فصل اول: شبکه‌های اجتماعی.....
۱۵	شبکه اجتماعی چیست؟.....
۲۰	نسل‌شناسی و تعریف شبکه‌های اجتماعی.....
۲۷	آشنایی با ریشه شبکه‌های اجتماعی اینترنتی.....
۲۹	اهداف و کارکردهای شبکه‌های اجتماعی.....
۲۹	مزایای شبکه‌های اجتماعی.....
۲۹	سازماندهی انواع گروه‌های اجتماعی مجازی.....
۳۰	توسعه مشارکت‌های اجتماعی.....
۳۷	به اشتراک گذاشتن علاقه‌مندی‌ها توسط اعضا.....
۳۸	ایجاد محتوا توسط اعضا.....
۳۹	تبلیغات هدفمند اینترنتی.....
۳۹	انتشار سریع و آزادانه اخبار و اطلاعات، افزایش قدرت تحلیل و بصیرت روحیه انتقادی.....
۴۰	امکان عبور از مرزهای جغرافیایی و آشنایی با افراد، جوامع و فرهنگ‌های مختلف.....
۴۱	شکل‌گیری و تقویت خرد جمعی.....
۴۹	امکان بیان ایده‌ها به صورت آزادانه و آشنایی با ایده‌ها، افکار و سلیقه‌های دیگران.....
۵۰	کارکرد تبلیغی و محتوایی.....
۵۰	ارتباط مجازی مستمر با دوستان و آشنایان.....
۵۲	خیز به سوی ارزش‌های انسانی و اخلاقی در عرصه جهانی.....
۵۲	یکپارچه‌سازی بسیاری از امکانات اینترنتی و وبی.....

۵۳	ایجاد ارتباط شبانه‌روزی بین استاد و شاگرد
۵۳	افزایش اعتماد، صمیمیت و صداقت در فضای سایبر
۵۴	پیامدهای منفی شبکه‌های اجتماعی
۵۴	کاهش سطح ارتباطات عاطفی
۵۶	شیوع تنوع‌طلبی عاطفی و جنسی
۵۷	افزایش و گسترش طلاق زوجین
۵۸	عدم حضور خانواده‌ها در کنار هم
۵۹	شکل‌گیری و ترویج سریع شایعات و اخبار کذب
۶۱	تبلیغات عقاید شخصی، القای شبهات
۶۲	نقض حریم خصوصی افراد
۶۲	انزوا و دور ماندن از محیط‌های واقعی اجتماع
۶۳	تأثیرات منفی رفتاری
۶۴	خواندن در فضای وب مطالعه جدی را دچار مشکل می‌کند
۶۷	تخریب زبان فارسی توسط شبکه‌های اجتماعی
۷۵	آمار و اطلاعات استفاده از اینترنت با تمرکز بر شبکه‌های اجتماعی در دنیا، تاورمیان و ایران
۸۲	آمارهای داخلی موجود از کاربران اینترنت در ایران
۸۸	آمار چگونگی استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در دنیا
۹۸	قشربندی کاربران شبکه‌های اجتماعی بر اساس فعالیت
۱۰۱	فصل دوم: هیپنوتیزم
۱۰۳	هیپنوتیزم چیست؟
۱۰۶	نظریه مغناطیس حیوانی
۱۰۶	نظریه چشم دوختن به نقطه نورانی
۱۰۶	نظریه تلقین

- نظریه پاولوف در هیپنوتیزم..... ۱۰۷
- نظریات نوین در ارتباط با هیپنوتیزم..... ۱۰۷
- ظهور هیپنوتیزم در ایران..... ۱۰۸
- مانی از نخستین استادان هیپنوتیزم..... ۱۰۸
- پدیده‌های هیپنوتیزم..... ۱۰۹
- انقباض عضله..... ۱۰۹
- آمنز یا فراموشی..... ۱۱۱
- گسستگی ذهنی..... ۱۱۱
- بی‌دردی و همنجری..... ۱۱۲
- هیپراستزی..... ۱۱۲
- فعالیت‌های ایدئوسورس..... ۱۱۲
- خواب‌گردی..... ۱۱۲
- توهم منفی..... ۱۱۳
- افزایش ظرفیت حافظه..... ۱۱۳
- سیر قهقرایی در زمان..... ۱۱۴
- حرکت غیر ارادی عضله..... ۱۱۴
- سیر پیش‌رونده در زمان..... ۱۱۴
- اختلال در زمان و بسط زمان..... ۱۱۵
- انقباض زمان..... ۱۱۵
- شخصیت زدایی..... ۱۱۵
- القای رؤیا..... ۱۱۶
- کاربرد پدیده‌های هیپنوتیزمی در برنامه‌ریزی‌های درمانی..... ۱۱۶
- بیماری‌هایی که توسط هیپنوتیزم قابل درمان است..... ۱۱۸

- خودکم‌بینی و ترس از ابراز وجود..... ۱۲۰
- هیپنوتیزم و حوادث و رخداد‌های ناگوار زندگی..... ۱۲۰
- هیپنوتیزم و اختلال فرد در طرز نگرش و عقاید..... ۱۲۱
- فصل سوم: شباهت شبکه‌های اجتماعی و هیپنوتیزم..... ۱۲۳
- شباهت شبکه اجتماعی و هیپنوتیزم..... ۱۲۵
- انفکاک در هیپنوتیزم و شبکه‌های اجتماعی..... ۱۲۷
- تحریف زمان در هیپنوتیزم و شبکه‌های اجتماعی..... ۱۲۹
- فرضیه نقش پیام در درک زمان..... ۱۳۱
- ارتباط میان درک زمان با فعالیت نورون‌ها..... ۱۳۲
- تداعی کلمات در هیپنوتیزم و شبکه‌های اجتماعی..... ۱۳۳
- کلمات منفی هورمون استرس را افزایش می‌دهند..... ۱۳۷
- نتیجه‌گیری..... ۱۳۸

مقدمه

انسان عجب خاضر اگر توانسته است از غارنشینی و بدوی زیستن فاصله بگیرد به متمدن شدن و آوازه فقط و فقط به واسطه فراگیری و به دنبال آن موش به دیگران بوده است. اهمیت انتقال اطلاعات از هر شخص به شخص دیگر را اگر بتوانیم در یک نگاه نظاره گر باشیم باید به تغییرات دنیا در اول همین قرن کنونی و نه ابتدای دنیا و

نقطه حضور الآن مردمان دنیا نگاهی انداخته به آن را مقایسه نماییم در واقع تمام این تغییرات صورت گرفته اهمیت تبادل اطلاعات را بدست می نمایند هر تبادل اطلاعاتی که صورت می گیرد در اختلاط با اطلاعات شخص دوم، شکی دیگر نمی بیند از دانش را رو کرده به ظهوری دیگر می انجامد و در عصر کنونی هر ظهوری از علایمی است در افزایش بازدهی تمام علوم وابسته، علمی که یاری رسان زندگی مردمان همان عصر می شود و پایه ریز پیشرفت و تعالی مردمان آینده. گاه در رفتار اجتماع تغییر حاصل می کند و گاه به اختراع ختم می گردد، هر فناوری و اختراعی که صورت می گردد فقط و فقط به واسطه تبادل اطلاعات از گذشتگان به آیندگان بوده و اما موضوعی که در هر ظهور بسیار اهمیت دارد طریقه برخورد و استفاده از آن فن و وسیله نوظهور است، چهره نمایی فناوری های نوظهور در هر برهه و مقاطع تاریخی مخالفین و موافقین جدی که هر کدام برای استدلال های خود



مزایا و مضراتی را که البته هر دو واقعیت نهفته فناوری‌ها هستند در بر داشته است. نظریه‌پردازان علوم مختلف راهکارهایی را برای کم کردن مضرات و بالا بردن کفه ترازوی مزایا پیشنهاد داده و در بسیاری موارد عملی نموده‌اند. گاهی نظریه‌هایی مبتنی بر متوقف کردن روند ظهور این فناوری‌ها نیز به گوش می‌رسد، خاموش کردن موتور فناوری به خاطر مضرات آن نیز در دل خود باز مضرات و فوایدی خاص خود را دارد اما چیزی که مبرهن است و تمام دانشمندان علوم مختلف بر آن صحنه می‌گذارند این است که سخن گفتن و دلیل

آوردن به خطر خاموش کردن

همیشگی مرور فناوری‌ها کاری است

که می‌توان انجام داد اما ملی کردن

این مطلب کاریست محال به همین

برهان پژوهش‌هایی در این جنبه

همیشه راه‌هایی نو برای کلان‌تر

کردن فواید و کاستن از عوارض این

فناوری‌ها می‌گشاید کتاب کنونی با باز کردن درچه‌ای نو، سعی دارد حقیقت فناوری نوظهور شبکه‌های اجتماعی بالأخص نرم‌افزارهای پیام‌رسان و تلگرام و غیره که بسیار مورد استقبال افراد جامعه ایران قرار گرفته است، و گفته می‌شود که تعداد کاربران فقط در نرم‌افزار «تلگرام» به ۵ میلیون و در نرم‌افزار «وی‌چت» به ۴ میلیون نفر می‌رسد این آمارها را اگر در کنار تعداد کاربران دیگر شبکه‌های اجتماعی موبایلی مانند «فیس‌بوک»، «واتس‌آپ» و «اینستاگرام» بگذارید و فیس‌بوک را هم به آن اضافه کنید، به رقم زیادی از تعداد کاربران ایرانی این نرم‌افزارها و شبکه‌ها می‌رسید را به چالش کشیده و آن را با هیپنوتراپی مقایسه کند، شباهت‌هایی که میان این دو وجود دارد را مورد کنکاش قرار می‌دهد، تا زوایای مختلف این شبکه‌ها برای خوانندگان قابل ارزیابی گردد و نوری باشد بر تاریکی اثرات شبکه‌ها بر کودکان و جوانان و نوجوانان و بزرگسالان، تا چه در نظر آید و چه پذیرفته شود.

