

خود مجازی در شبکه های اجتماع

virtual self in social
network

مؤلف

سبا شیر محمدی



سرشناسه	: شیرمحمدی، سبا، ۱۳۷۲.
عنوان و نام پدید آور	: خود مجازی در شبکه های اجتماعی /مolf سبا شیرمحمدی.
مشخصات نشر	: تهران: گنجور ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری	: ۱۸۹ ص. : ۲۱/۵×۱۴/۵ س.م.
شابک	: ۷۰۰۰۰۰ ریال : ۲-۱۵-۶۲۲-۷۸۵۴-۹۷۸
وضعیت فهرست نویسی	: فیپا
یادداشت	: کتابنامه:ص. [۱۷۱] - ۱۷۹
موضوع	: هویت (روانشناسی) در جوانان - ایران - جنبه های اجتماعی - نمونه پژوهی
موضوع	: Identity (Psychology) in youth -- Iran -- Social aspects -- Case studies
موضوع	: شبکه های اجتماعی پیوسته -- ایران -- جنبه های اجتماعی -- نمونه پژوهی
موضوع	: Online social networks -- Iran -- Social aspects -- Case studies
موضوع	: فضای مجازی -- ایران -- جنبه های اجتماعی -- نمونه پژوهی
موضوع	: Cyberspace -- Social aspects -- Iran -- Case studies
موضوع	: دانشجویان -- ایران -- روان شناسی -- نمونه پژوهی
موضوع	: College students -- Iran -- Psychology -- Case studies
رده بندی کنگره	: BF ۷۲۴/۳
رده بندی دیویی	: ۱۵۵/۵
شماره کتابشناسی ملی	: ۸۴۶۵۶۵۸
اطلاعات رکورد کتابشناسی : فیپا	

خود مجازی در شبکه های اجتماعی virtual self in social network

■ نویسنده : سبا شیر محمدی

■ ناشر : گنجور

■ سال و نوبت چاپ : ۱۴۰۰

■ شمارگان : ۵۰۰ نسخه

■ قیمت : ۷۰۰۰۰ تومان

شابک : ۹۷۸-۶۲۲-۷۸۵۴-۱۵-۲

آدرس: تهران. میدان انقلاب. ابتدای کارگر جنوبی. کوچه شهدای ژاندارمری. پلاک ۱۲۷

تلفن: ۰۹۱۲۰۶۱۷۲۸۳ - ۰۹۹۰۱۹۱۰۲۰۸ - ۰۲۱۶۶۴۹۱۰۵۶

سایت انتشارات: www.ganjoorpub.ir

فهرست

پیشگفتار ۱۱

فصل ۱ ۱۹

مقدمه

فصل ۲

فضای مجازی: مبانی مفاهیم

خود مجازی (آنلاین) ۲۹

فضای مجازی ۳۰

مفهوم بازنمایی ۳۲

شبکه اجتماعی ۳۳

شبکه اجتماعی تلگرام ۳۴

شبکه اجتماعی اینستاگرام ۳۶

فصل ۳

نظریات مرتبط با خود

رویکرد جامعه شناسی ۳۸

نظریه هویت شخصی: گیدنز ۳۸

نظریه بازنمایی رسانه‌ای و مفهوم "خود" و دیگری: هال ۴۰

نظریه نمایشی "خود": گافمن ۴۳

مفهوم "خود" و "برداشت از خود": روزنبرگ ۴۶

رویکرد روان شناسی	۴۸
نظریه مفهوم خویشتن : راجرز	۴۸
نظریه روان شناسی "خود" : کوهات	۵۰
رویکرد فلسفی	۵۲
خود از منظر دیوید هیوم	۵۳
خود از نظر هایدگر	۵۴
رویکرد اخلاقی	۵۶
نظریات مرتبط با رسانه های جدید (فضای مجازی)	۵۸
رویکرد علوم اجتماعی	۵۸
نظریه دوجوانی شدن: عاملی	۵۸
نظریه رسانه : بودریار	۵۹
رویکرد علوم ارتباطات	۶۱
نظریه رسانه های جدید: مک کوایل	۶۲
نظریه یادگیری اجتماعی: باندورا	۶۶
رویکرد فلسفه رسانه (شبکه های اجتماعی)	۶۷
نظریه نقد بر فراواقعیت: بورگمان (فیلسوف مکتب پدیدارشناسی فناوری)	۶۸
نظریه گمنامی در برابر تعهد؛ هیوبرت دریفوس	۶۹
چارچوب مفهومی	۷۳

فصل ۴

مطالعه موردی

تحلیل پدیدارشناسانه اظهار/بازنمایی "خود" در شبکه اجتماعی مجازی تلگرام و اینستاگرام از منظر دانشجویان دانشگاه بوعلی سینا	۸۱
پدیدارشناسی و تحقیق کیفی	۸۴

- ۸۶..... پدیدارشناسی اجتماعی
- ۹۰..... مبانی نظری و مطالعاتی این نوع مصاحبه
- ۹۶..... اطمینان پذیری و هم سازی
- سؤال اول: شیوه شکل یابی "خود" کاربران در شبکه های اجتماعی مجازی چگونه است؟ ۹۹
- ۱۰۰..... مقوله خود مجازی
- ۱۰۰..... مضمون برداشت از خود مجازی در نزد کاربران
- ۱۱۵..... مقوله تبیین خود
- ۱۱۵..... مضمون شرم از دید کاربران
- ۱۲۳..... مقوله خودیابی اجتماعی
- ۱۲۳..... مضمون شیوه شکل یابی اجتماعی خود در شبکه های اجتماعی
- سؤال دوم: چگونه فضای مجازی، ذهنیت های قومیتی، جنسیتی، طبقه ای، سبک زندگی و اوقات فراغت کاربران (جامعه مورد مطالعه) را در مورد ادراک "خود" تغییر می دهد؟ ۱۳۱
- ۱۳۲..... مقوله بازنمایی
- ۱۳۲..... مضمون اظهار شاخص های مرتبط با خود مجازی و تغییر مفاهیم آن در نزد کاربران
- ۱۳۶..... مقوله تحقق نمایشی "خود"
- ۱۳۶..... مضمون زمینه های تغییر خود مجازی در کاربران
- سؤال سوم: چرا خود حقیقی (آفلاین) دانشجویان دانشگاه بوعلی با خود مجازی (آنلاین) ایشان متفاوت است؟ ۱۴۷
- ۱۴۷..... مقوله بازنمایی (۲)
- ۱۴۸..... مضمون قرابت دانشگاه در بازتاب خود مجازی کاربران

راستی آزمایی و تدقیق در صحت صحبت‌های کابران/ دانشجویان مورد مصاحبه: ۱۵۰...

فصل ۵

سخن پایانی

۱۷۱..... منابع و مأخذ

۱۷۱..... فهرست منابع فارسی

۱۷۸..... فهرست منابع لاتین

۱۸۱..... پیوست‌ها

www.ketab.ir

پیشگفتار

منظور از "خود"، برداشت و رویکرد فرد نسبت به شخصیت و ظاهر و توانایی هایش است که به گونه‌ای اجتماعی کسب می‌شود، به بیان دیگر خود به معنای درکی است که فرد از هویتش دارد و پاسخی است که او به پرسش "من که هستیم؟" می‌دهد. "خود"، مقوله‌ای است مرتبط با حوزه معنا و عوامل و منابع متعددی در طول جریان جامعه پذیری افراد در تکوین آن نقش دارند و با ریشه‌های زندگی، روش‌ها و منش‌هایی که با آن زندگی می‌کنیم، گره خورده است. در واقع حضور فرد در یک شبکه اجتماعی به واسطه حساب کاربری، زیست جهان خاصی را برای کاربر فراهم می‌آورد. بنابراین مفهوم "خود" کاربران در این شبکه‌ها متأثر از ویژگی‌هایی خاص می‌شود در حالی که شرایط و ویژگی‌های دیگری بر جهان حقیقی حاکم است. این امر موجب تفاوت و شکاف در بازنمایی خود موجود در اینترنت (خود آنلاین) و خود خارج از این فضا (آفلاین) می‌شود. در کشور ما، نحوه بروز و تبیین خود مجازی در شبکه‌های اجتماعی، حاکی از این است که کاربران به دلایل مختلف در بستر گمنامی این فضا، یا کمرنگ تر کردن مفهوم "شرم" و هم

چنین برقراری ارتباطات گسترده و خارج از محدودیت های جهان بیرونی، به عضویت و استفاده از این شبکه ها روی می آوردند. پس مسئله "خود" در فضای مجازی این است که فرد را وارد فضاها و زیست جهان هایی می کند که در تجربه روزمره امکان تعامل و دسترسی به آنها وجود ندارد و موازی سازی، رقابت و قرابت این دو فضا تا جایی پیش می رود که موجب مجاز پنداشتن واقعیت و واقعی پنداشتن مجاز می شود. اهمیت بررسی موضوعاتی در باب رسانه های اجتماعی مجازی به دلیل نوع جامعه ای که در آن زندگی می کنیم و استفاده دائمی کاربران از آن، به گونه ای که دیگر برای آنها غیر ممکن است که به طور کامل استفاده از این شبکه های اجتماعی را کنار بگذارند؛ بسیار مهم می نماید.

سپهر مجازی آمیخته از سه عنصر مادی، نمادین و تجربه های فردی متفاوت است و دنیای مجازی، تصویری نوین از جهان را عرضه می کند تا ارزش های دنیای اجتماعی را متحول سازد و امکاناتی را برای نمایش خویشتن در مقابل دیگری فراهم آورد. به هر حال ایجاد شبکه های اطلاعاتی، می تواند به نوبه خود دگرگونی گسترده و دامنه داری را در فرهنگ و شیوه های شکل گیری هویت افراد و گروه ها به وجود آورد که عمده ترین آنها افزایش نقش افراد در ساختن هویت خویش می باشد.

در فضای مجازی ما با هویتی الکترونیکی سر و کار داریم که توسط خود فرد ساخته شده است. در واقع دنیای واقعی وحدت را به فرد تحمیل می کند ولی در عالم مجاز، به سختی می توان چنین وحدتی را یافت (معینی، ۱۳۸۴: ۱۱۳).