



*

این است گرام

*

ناگفته‌هایی از اینستاگرام

*

*

مصطفی امینی‌خواه



سرشناسه : امینی خواه، مصطفی، ۱۳۶۷-
عنوان و نام پدیدآور : این است گرام : ناگفته‌هایی از اینستاگرام/ مصطفی امینی خواه.
مشخصات نشر : قم: نهاد نمایندگی مقام معظم رهبری در دانشگاهها،
دفتر نشر معارف، ۱۳۹۹.
مشخصات ظاهری : ۲۵۶ص.
شابک : ۷-۲۶۶-۴۴۱-۶۰۰-۹۷۸
وضعیت فهرست نویسی : فیبا
عنوان دیگر : ناگفته‌هایی از اینستاگرام.
موضوع : اینستاگرام (منبع الکترونیکی)
موضوع : Instagram (Electronic resource)
شناسه افزوده : نهاد نمایندگی مقام معظم رهبری در دانشگاهها. دفتر نشر معارف
رده بندی کنگره : HM۷۴۳
رده بندی دیویی : ۳۰۲/۳۰۲۸۵
شماره کتابشناسی ملی : ۶۰۸۸۲۵۹

این است گرام

نویسنده: مصطفی امینی خواه

ناشر: دفتر نشر معارف

صفحه آرا: محمدصادق صالحی

نوبت چاپ: اول / ۱۳۹۹

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

قیمت: ۳۵۰۰۰ تومان

مرکز پخش: ۰۲۵-۳۷۷۴۰۰۰۴

شابک: ۷-۲۶۶-۴۴۱-۶۰۰-۹۷۸

کلیه حقوق محفوظ است.

*
ا تقدیم به تو!...!

ای مادر عباس! ای ام البنین! تقدیم به تو که یک تنه یک رسانه
بودی! در زمانه‌ای که صدا و تصویری به نفع حق و حقیقت پخش
نمی‌شد

*

فهرست

پیش‌گفتار	۱۱
مقدمه	۱۵

فصل اول

اینستاگرام و ویژگی‌های آن

مروری بر چیستی اینستاگرام	۲۱
ویژگی‌های متمایز اینستاگرام نسبت به توییتر و تلگرام	۲۷
هم‌رسانی احساسات	۲۷
دسترسی راحت محتوایی	۲۸
فرد محور	۲۸
اقیانوس کم عمق	۳۰
فالوینگ محور	۳۰
مارکتینگ‌گرا	۳۲

فصل دوم

آفت‌های اینستاگرام

مقدمه	۳۵
اعتیاد	۳۵
انواع اعتیاد اینستاگرامی	۳۷
۱. اعتیاد به اطلاعات	۳۷
۲. اعتیاد به بازخورد	۳۸
۳. اعتیاد به ارتباطات عاطفی و دوستانه	۳۹
۴. اعتیاد به مسائل جنسی	۳۹
عوامل مؤثر بر اعتیاد اینستاگرامی	۴۱
علائم اعتیاد اینستاگرامی	۴۳

راهکارهای درمان اعتیاد اینستاگرام	۴۵
۱. تعریف هدف برای استفاده از اینستاگرام	۴۵
۲. متمرکز شدن بر نیازهای واقعی دیگر	۴۶
فردباوری	۴۷
جلب توجه	۵۴
اختلال شخصیت نمایشی	۶۰
ویژگی شخصیت های مبتلا به اختلال شخصیت نمایشی	۶۱
تبیرج	۶۶
اعتبار دزدی	۶۷
من نمایی	۶۹
خصلت برجسته افراد خودشیفته	۷۰
دورویی	۷۶
خود زشت انگاری	۷۹
رفتارهای شایع افراد خود زشت انگار	۸۳
افسردگی	۸۵
خود افشایی	۹۳
انواع اطلاعات شخصی	۹۴
لایه های خود افشایی	۹۵
چه اطلاعاتی را نباید منتشر کنیم	۹۹
۱. حریم شخصی	۹۹
۲. تصمیم ها	۱۰۱
۳. گفت وگوهای جلسات	۱۰۲
۴. افشای اطلاعات دوست	۱۰۳
۵. اسرار نظامی و حکومتی	۱۰۴
۶. اسرار دین	۱۰۵
بی پروایی	۱۰۷
زندگی با شخصیت های غیرواقعی	۱۱۰
تجلی غیرواقعیات	۱۱۱
تقویت خیال و وهم	۱۱۴
کارکرد خیال	۱۱۷
تربیت خیال	۱۱۸
شیطان و خیال تربیت نشده	۱۲۱
مدرنیته و خیال	۱۲۲
هنر و خیال	۱۲۳
زندگی در خواب	۱۲۵
اینستاگرام و تلقین	۱۲۷

خیال و آرزو	۱۲۸
خیال و تمرکز	۱۳۱
تربیت بی تأیید صلاحیت‌ها	۱۳۳
کمدین‌ها	۱۳۴
لاکچری‌ها	۱۳۴
خارج از قاعده‌ها	۱۳۷
تقویت حس فضولی	۱۳۷
دگرگونی آرام ارتکازات	۱۳۹
پوسیدگی تحلیل و توجه	۱۴۱
پایین آوردن ارتباط کلامی و حوصله بصری	۱۴۶
باخبر شدن‌های سطحی	۱۴۹
زخم شدن زبان معیار	۱۵۰

فصل سوم

فرصت‌های اینستاگرام

فرصت‌های بصری	۱۶۰
۱. مهم‌ترین قوه شناخت روان	۱۶۳
۲. کنترل تصورات	۱۶۴
۳. افزایش تمرکز	۱۶۴
ارائه کردار به جای گفتار	۱۶۴
آموزش و فرهنگ‌سازی	۱۶۶
نمادسازی	۱۶۹
چهره‌سازی و مدیریت ذهن	۱۷۵
اصلاح سبک زندگی	۱۸۵
شادی	۱۸۶
۱. طنز	۱۸۷
۲. دوربین مخفی	۱۹۱
محسوس‌سازی معقولات	۱۹۲
واقعیت‌سازی جذابیت‌ها	۱۹۸
بازنمایی تفاوت‌ها	۱۹۹
ایجاد شبکه توزیع	۲۰۵
۱. تشویق تولیدکننده محتوا	۲۰۷
۲. جلوگیری از هدررفت انرژی	۲۰۷
۳. تشویق به تخصص محور بودن	۲۰۷
رفع آسیب‌های اجتماعی	۲۰۸
حمایت از تولید	۲۰۹
اتحاد ملی	۲۱۴

پاسخ به شایعات	۲۱۷
مطالبه	۲۱۸
تأقیامت لایک!	۲۱۹
ترویج فرهنگ ورزش	۲۲۲
ترویج کتابخوانی	۲۲۶
سخن نهایی	۲۲۹
چه کسانی نباید اینستاگرام رانصب کنند؟	۲۲۹
هدف	۲۳۰
محتوا	۲۳۲
تأثیرپذیری	۲۳۲
باید وارد اینستاگرام شویم؟	۲۳۴

منابع

کتابنامه	۲۴۱
روزنامه‌ها	۲۵۴
سایت‌ها	۲۵۴
نرم‌افزارها	۲۵۵

پیش‌گفتار

زندگی و زمانه مدرن، هم تهدید است و هم فرصت. اندیشمندان غربی سالیانی است که تهدیدها و فرصت‌های صدر تا ساقه تکنولوژی را به کاوش و تحقیق گرفته‌اند و از این رهگذر، ده‌ها کتاب و مقاله آفریده‌اند؛ اما اندیشه‌پردازان مسلمان، یا در این میدان فقط نظاره‌گر بوده‌اند و یا فقط همان حرف‌ها را تکرار کرده‌اند. کم به چشم می‌آید اندیشه الهی به نقد و بررسی این نهاده گام نهد و برون دادی عرضه کند. هر چه ورود در این تاختگاه، محسوس و ملموس تر باشد، معتقد و متقاعدسازی مخاطب نیز ساده‌تر خواهد بود. این بود که بنا گذاشتیم از تکنولوژی، سراغ رسانه رویم و از رسانه، به شبکه‌های اجتماعی و از آن همه، رد اینستاگرام را بزنیم. تا به این بهانه، پیغام‌های راهبردی و کیش‌واره خود درباره تکنولوژی، رسانه و شبکه‌های اجتماعی را در گوش‌ها نجوا کنیم.

«این است گرام»، بنا دارد قضاوت عادلانه‌ای درباره اینستاگرام داشته باشد. در این محکمه، هم سخن اندیشه‌ورزان غرب را به دقت شنیده‌ایم، هم کلمات عالمانی چون امام خمینی و علامه طباطبایی رحمۃ‌الله علیهما را با وسواس خوانده‌ایم. این است گرام، اینستاگرام

را از لنز «حکمت الهی» می‌بیند و آداب زیست در این مجازخانه را به حقیقت می‌گیرد. از همه کسانی که تلاش و کمکی داشتند تا این است گرام، سالم به دنیا بیاید، به ویژه طلبه کوشا و پارسا مهندس حسین فاطمی که هر چه در توان داشت برای این کتاب گذاشت، قدردانی و سپاس دارم.

تذکر

برای مطالعه مباحث این کتاب، نیازی نیست به ترتیب مباحث تدوین شده پیش رفت. مثلاً بحث «اعتیاد» کمی فنی و تخصصی نگارش شده است که ممکن است برای برخی خوانندگان موجب خستگی شود. این کتاب را می‌توان از هر جایی به هر نحوی خواند. نظم منطقی خاصی در سیر مباحث نیست.

مصطفی امینی خواه

۳۰ بهمن ۱۳۹۷ هجری خورشیدی

۱۲ جمادی الثانی ۱۴۴۰ هجری قمری

مصادف با رحلت حضرت ام البنین علیها السلام

مشهد مقدس

مقدمه

امروزه طوری فضای مجازی بر زندگی‌ها حاکم شده که بیشتر مردم «با» فضای مجازی زندگی نمی‌کنند؛ بلکه «برای» فضای مجازی زندگی می‌کنند.

فضای مجازی، انسان را وارد دالانی جدید با شرایط، فرهنگ و اقتضائاتی خود بنیاد می‌کند. کاربران، علی‌رغم حضور در هر موقعیت جغرافیایی، با فرهنگ یکسان و حاکم بر عالم مجازی زندگانی می‌گذرانند.

کاری که فضای مجازی انجام می‌دهد، «یکسان‌سازی فرهنگی» است. فاصله طبقاتی و اختلافات فرهنگی را از بین می‌برد.

در گذشته وقتی به شهرستانی سفر می‌کردید، بین روستا و شهر فرهنگ متفاوتی را می‌دیدید. بین شهرها و پایتخت، فاصله فرهنگی واضحی مشاهده می‌کردید. گفتمان و ادبیاتی که در تهران بود، در ورامین نبود. گفتمانی که در ورامین بود، در مشهد دیده نمی‌شد. همچنین گفتمان مشهد در روستاها نبود. الان به این شکل نیست. طوری شده است که گفتمان و ادبیات موجود در شمال تهران، در دورافتاده‌ترین روستاها نیز وجود دارد.

در این یکسان سازی فرهنگ و ادبیات، همه رسانه‌ها به ویژه فضای مجازی مؤثر بوده‌اند. چرا که فضای مجازی از همگی آنها در دسترس‌تر و فراگیرتر است. ما با زمان و زمانه‌ای جدید رو به روییم. مرزها برداشته شده است.

یکی از مهم‌ترین مرزهایی که دیگر نیست، مرز فرهنگی و سیاسی است. این مرزها از مرزهای جغرافیایی مهم‌ترند. مرز جغرافیایی، شاخص و حریم مشخصی دارد. انگیزه دفاع از این مرزها بالاست. کسی نمی‌گذارد حریف متجاوزی وارد این حریم شود؛ اما مرز فرهنگی این‌طور نیست. مرزها آرام آرام برداشته می‌شود و با گفتمانی نامحسوس، همه را در موضع انفعال قرار می‌دهد.

خاصیت گفتمان این است که ارزش‌ها و ذهنیت‌هایی را حاکم می‌کند که نتوانید در برابر آن مقاومت کنید. به همین سادگی، مملکت و سرزمینی فتح می‌شود. فضای مجازی به شدت بر گفتمان‌ها اثر دارد.

کارکرد اصلی رسانه، کنترل و مدیریت فرهنگ است. رسانه، گفتمان عمومی ایجاد می‌کند. انبوهی از واژگانی که تا کنون بین مردم رایج نبوده، به جامعه تزریق می‌شود. انبوهی از واژگانی که رایج بوده، به تدریج محو می‌شود. طیفی از چیزهای ارزشمند و محبوب عوام و خواص، در رخت محبوبیت در می‌آیند. گروهی از تازه واردان ناشناس، بر صدر و تخت چشم نوازی و دلبری می‌نشینند. هشتگ^۱ ها، حکم دلال دلار دارند. قیمت‌ها را بالا و پایین می‌برند.

۱. Hashtag: برچسبی است که برای دسته‌بندی و به اشتراک‌گذاری پست‌ها و نظرات درباره موضوعی خاص در سطح جهانی و فراتر از حلقه و فهرست

رسانه، کارکردهایی از قبیل زیبانمایی، بدریخت نمایی، بزرگ نمایی، کوچک نمایی، مهم نمایی، عادی نمایی، عادی سازی، بحران سازی، فراگیرسازی، خصوصی سازی و ... دارد. هر کدام از اینها نردبانی دو سویه است؛ می تواند فرهنگ و ملتی را به آسمان برد و می تواند به چاهی اندازد که هیچ ریسمانی کارگر نیفتد.

شبکه های اجتماعی یکی از مهم ترین عرصه های مدیریت و درنوردیدن مرزهای فرهنگی است. اینستاگرام در ایران به واسطه جذابیت های بصری، بیش از چهل میلیون ایرانی را به خود راه داده و با آن ها زندگی می کند.

در ادامه، ماهیت این شبکه، فرصت ها و تهدیدهایی که ورود در این فضا فراهم می آورد را کاوش می کنیم.