

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
وَصَلَّى اللَّهُ عَلَى مُحَمَّدٍ وَآلِهِ الطَّاهِرِينَ

«هو المحبوب»

جامعه شبکه‌ها

ابعاد اجتماعی رسانه‌های نوین

یان ون دایک

ترجمه:

علی آزادی احمدآبادی



انشارات
دانشگاه امام صادق علیه السلام

عنوان: جامعه شبکه‌ای: ابعاد اجتماعی رسانه‌های نوین

مؤلف: یان ون دایک

مترجم: علی آزادی احمدآبادی

ناشر: دانشگاه امام صادق علیه السلام

صفحه‌آرا: محمد روشنی

نمایه‌ساز و ناظر نسخه‌پردازی و چاپ: رضا دیبا

چاپ و صحافی: چاپ سپیدان

چاپ اول (نوبت دوم): اسفند ۱۴۰۱

قیمت: ۴/۵۰۰/۰۰۰ ریال

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۵۲۵۹-۶۸-۳

فروشگاه مرکزی: تهران: خیابان انقلاب، بین خیابان فخررازی و خیابان دانشگاه، مجتمع پارسا، همکف، واحد ۳ و ۲
تلفن: ۶۶۹۵۴۶۰۳ - تلفن مرکز پخش: ۰۹۱۰۶۰۶۷۴۱۱
فروشگاه کتاب صادق: تهران: بزرگراه شهید چمران، پل مدیریت، ضلع شمالی دانشگاه
صندوق پستی ۱۵۹-۱۴۶۵۵ • کد پستی: ۱۴۶۵۹۴۳۶۸۱ • تلفکس: ۸۸۳۷۰۱۴۲
فروشگاه اینترنتی: [E-mail: pub@isu.ac.ir](mailto:pub@isu.ac.ir) • <https://press.isu.ac.ir>

سرشناسه: دایک، یان ون، ۱۹۵۲-م
عنوان و نام پدیدآور: جامعه شبکه‌ای: ابعاد اجتماعی رسانه‌های نوین / یان ون دایک:
علی آزادی احمدآبادی.
مشخصات نشر: تهران: دانشگاه امام صادق (علیه السلام).
مشخصات ظاهری: ۶۴۴ص.
شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۵۲۵۹-۶۸-۳
عنوان اصلی: The Network Society
موضوع: رسانه‌های گروهی -- نوآوری
موضوع: رسانه‌های گروهی -- جنبه‌های اجتماعی
موضوع: شبکه‌های اطلاع‌رسانی
موضوع: مخابرات / موضوع: جامعه اطلاعاتی
شناسه افزوده: آزادی احمدآبادی، علی، ۱۳۷۷-، مترجم
شناسه افزوده: دانشگاه امام صادق (علیه السلام)
رده‌بندی کنگره: P ۹۶
رده‌بندی دیویی: ۳۰۲/۲۳ / شماره کتابشناسی ملی: ۹۱۲۱۷۹۹

تمام حقوق محفوظ است. هیچ بخشی از این کتاب بدون اجازه مکتوب ناشر قابل تکثیر یا تولید مجدد به هیچ شکلی از جمله چاپ، فتوکپی، انتشار الکترونیکی، فیلم و صدا و انتقال در فضای مجازی نمی‌باشد.
این اثر تحت پوشش قانون حمایت از حقوق مؤلفان و مصنفان ایران قرار دارد.

فهرست اجمالی

| | |
|-----|--|
| ۲۱ | سخن ناشر |
| ۲۳ | سخن مرکز رشد |
| ۲۷ | خلاصه‌ای در معرفی مؤلف |
| ۲۹ | پیشگفتار مترجم |
| ۳۳ | فصل اول: مقدمه و درآمد |
| ۶۹ | فصل دوم: شبکه‌ها: سیستم عصبی جامعه |
| ۱۱۱ | فصل سوم: فناوری |
| ۱۳۹ | فصل چهارم: اقتصاد |
| ۲۱۳ | فصل پنجم: ساختار اجتماعی |
| ۲۸۱ | فصل ششم: سیاست و قدرت |
| ۳۵۷ | فصل هفتم: فرهنگ |
| ۴۰۵ | فصل هشتم: روان‌شناسی |
| ۴۸۱ | فصل نهم: حقوق |
| ۵۴۵ | فصل دهم: نتیجه‌گیری و چشم‌انداز خط‌مشی‌گذاری |
| ۵۹۵ | منابع |
| ۶۱۷ | واژگان تخصصی |
| ۶۳۷ | نمایه |

فهرست تفصیلی

| | |
|---------|--|
| ۲۱..... | سخن ناشر..... |
| ۲۳..... | سخن مرکز رشد..... |
| ۲۷..... | خلاصه‌ای در معرفی مؤلف..... |
| ۲۹..... | پیشگفتار مترجم..... |
| ۳۳..... | فصل اول: مقدمه و درآمد..... |
| ۳۴..... | ۱. زیرساختی جدید برای جامعه..... |
| ۳۴..... | ۱٫۱. عصر شبکه‌ها..... |
| ۳۸..... | ۱٫۲. ارزش‌ها در معرض خطر..... |
| ۴۰..... | ۲. دومین انقلاب رسانه‌های ارتباطی..... |
| ۴۰..... | ۲٫۱. انقلاب رسانه‌های ارتباطی چیست؟..... |
| ۴۱..... | ۲٫۲. انقلاب ساختاری رسانه‌های ارتباطی..... |
| ۴۳..... | ۲٫۳. انقلاب فنی رسانه‌های ارتباطی..... |
| ۴۴..... | ۳. خصوصیات رسانه‌های دیجیتال..... |
| ۴۴..... | ۳٫۱. ادغام یا همگرایی..... |
| ۴۶..... | ۳٫۲. تعاملی بودن..... |
| ۴۸..... | ۳٫۳. کد دیجیتال و هایپرتکست..... |
| ۵۰..... | ۳٫۴. الگوهای تبادل اطلاعات..... |
| ۵۰..... | ۳٫۴٫۱. خطابه..... |
| ۵۱..... | ۳٫۴٫۲. تبادل نظر..... |

| | |
|----------|--|
| ۵۱..... | ثابت ۳،۴،۳ |
| ۵۲..... | مکالمه ۳،۴،۴ |
| ۵۵..... | ظرفیت‌های ارتباطی رسانه‌های دیجیتال ۴ |
| ۵۵..... | رویکردها به ارتباطات رسانه‌ای ۴،۱ |
| ۶۳..... | طراحی و ماهیت این کتاب ۵ |
| ۶۳..... | طرح کلی میان‌رشته‌ای از جنبه‌های اجتماعی ۵،۱ |
| ۶۴..... | چهارچوب نظری ۵،۲ |
| ۶۵..... | طبقه‌بندی فصل‌ها ۵،۳ |
| ۶۹..... | فصل دوم: شبکه‌ها؛ سیستم عصبی جامعه |
| ۷۰..... | ۱. جامعه شبکه‌ای چیست؟ ۷۰ |
| ۷۰..... | ۱،۱. تعاریف جامعه شبکه‌ای، جامعه اطلاعاتی و جامعه توده‌ای ۷۰ |
| ۷۱..... | ۱،۲. سایر طبقه‌بندی‌ها ۷۱ |
| ۷۴..... | ۲. تاریخچه‌ای کوتاه از شبکه انسانی ۷۴ |
| ۷۴..... | ۲،۱. پنج شبکه متوالی در سراسر جهان ۷۴ |
| ۷۷..... | ۲،۲. نتایجی از تاریخچه شبکه ۷۷ |
| ۷۸..... | ۳. شبکه‌ها در تمام سطوح ۷۸ |
| ۷۸..... | ۳،۱. شبکه‌های طبیعت و جامعه ۷۸ |
| ۸۱..... | ۳،۲. شبکه‌ها در تمام سطوح اجتماعی ۸۱ |
| ۸۴..... | ۳،۳. نظریه چند سطحی شبکه‌ها ۸۴ |
| ۸۷..... | ۴. علل ظهور شبکه‌ها ۸۷ |
| ۸۷..... | ۴،۱. علل تاریخی و اجتماعی ۸۷ |
| ۸۸..... | ۴،۲. علل سیستم‌ها: سازگاری، تکامل و مدیریت پیچیدگی ۸۸ |
| ۹۳..... | ۵. هفت قانون شبکه ۹۳ |
| ۱۰۳..... | ۶. از جامعه توده‌ای به جامعه شبکه‌ای ۱۰۳ |
| ۱۰۳..... | ۶،۱. قیاس نظام‌مند ۱۰۳ |
| ۱۰۶..... | ۶،۲. ویژگی‌های جامعه شبکه‌ای ۱۰۶ |
| ۱۱۱..... | فصل سوم: فناوری |
| ۱۱۲..... | ۱. رابطه میان فناوری و جامعه ۱۱۲ |
| ۱۱۸..... | ۲. بنیان‌های فنی جامعه شبکه‌ای ۱۱۸ |

| | |
|-----|---|
| ۱۱۸ | ۲٫۱ میکروالکترونیک |
| ۱۱۹ | ۲٫۲ دیجیتال سازی |
| ۱۲۰ | ۲٫۳ اصل ذخیره سازی و بازار سال |
| ۱۲۱ | ۲٫۴ سازمان لایه ای |
| ۱۲۳ | ۲٫۵ اتصالات جدید |
| ۱۲۵ | ۳ روندهای فنی فعلی |
| ۱۲۵ | ۳٫۱ همگرایی |
| ۱۲۸ | ۳٫۲ مینیاتوری سازی |
| ۱۲۹ | ۳٫۳ فناوری تعبیه شده |
| ۱۳۰ | ۳٫۴ فناوری سیار و بی سیم |
| ۱۳۰ | ۳٫۵ فناوری پهن باند |
| ۱۳۱ | ۳٫۶ اینترنت اشیا |
| ۱۳۲ | ۳٫۷ زنجیره بلوکی (بلاکچین) |
| ۱۳۴ | ۳٫۸ رایانش ابری |
| ۱۳۵ | ۳٫۹ کلان داده و هوش مصنوعی (AI) |
| ۱۳۹ | فصل چهارم: اقتصاد |
| ۱۴۰ | ۱ انقلاب اول، دوم و سوم ارتباطات |
| ۱۴۰ | ۱٫۱ پیشینه کلی |
| ۱۴۱ | ۱٫۲ اولین انقلاب ارتباطات |
| ۱۴۳ | ۱٫۳ دومین انقلاب ارتباطات |
| ۱۴۴ | ۱٫۴ انقلاب نوظهور سوم ارتباطات |
| ۱۴۷ | ۲ اقتصاد جریان |
| ۱۴۷ | ۲٫۱ ساختار شبکه ای بین شرکت ها |
| ۱۵۱ | ۲٫۲ ساختار شبکه ای درون شرکت ها |
| ۱۵۴ | ۲٫۳ دفاتر ساده و کارآمد |
| ۱۵۶ | ۳ کسب و کارهای نسل دو |
| ۱۵۶ | ۳٫۱ شبکه های دانش و مدیریت دانش |
| ۱۵۸ | ۳٫۲ ورود رسانه های اجتماعی به سازمان ها |
| ۱۶۰ | ۴ بازارها، سلسله مراتب ها و شبکه ها |

- ۴,۱. شبکه‌ها بین بازارها و سلسله‌مراتب‌ها ۱۶۰
- ۴,۲. ویژگی‌های سازمانی ۱۶۱
- ۴,۳. ویژگی‌های کنترل و هماهنگی ۱۶۳
- ۴,۴. شبکه‌ها به اقتصاد ترکیبی اضافه شدند ۱۶۶
- ۴,۵. پیکربندی‌های عینی شبکه ۱۶۷
۵. ویژگی‌های اصلی اقتصاد شبکه و داده ۱۷۰
- ۵,۱. اقتصادی جدید؟ ۱۷۰
- ۵,۲. ویژگی‌های اقتصاد اطلاعات و اقتصاد شبکه‌ای ۱۷۰
- ۵,۳. اقتصاد داده ۱۷۳
- ۵,۳,۱. حقوق استفاده ۱۷۴
- ۵,۴. سه ویژگی جدید اقتصاد شبکه‌ای ۱۷۶
- ۵,۵. مظاهر اقتصاد شبکه‌ای ۱۸۰
- ۵,۵,۱. اقتصاد اشتراکی و اشکال مرتبط از پلتفرم‌ها ۱۸۰
- ۵,۵,۲. ظهور شرکت‌های تعاونی ۱۸۲
- ۵,۵,۳. جمع‌سپاری و تأمین مالی جمعی ۱۸۳
- ۵,۵,۴. بلاکچین و پول شبکه‌ای (ارز رمزنگاری شده) ۱۸۵
- ۵,۶. شبکه‌ها و بحران اعتباری ۱۸۵
- ۵,۷. امواج طولانی اقتصاد ۱۸۶
۶. تولیدکنندگان شبکه: از زیرساخت تا ارائه‌دهندگان خدمات ۱۸۹
- ۶,۱. انواع و عملکرد تولیدکنندگان شبکه ۱۸۹
- ۶,۱,۱. تولیدکنندگان زیرساخت‌ها ۱۹۰
- ۶,۱,۲. اپراتورهای شبکه و شرکت‌های خدمات ارتباطی ۱۹۱
- ۶,۱,۳. ارائه‌دهندگان خدمات محتوایی ۱۹۳
- ۶,۲. تراکم یا ادغام افقی و عمودی ۱۹۳
- ۶,۳. ظهور اقتصاد پلتفرمی ۱۹۶
۷. مصرف‌کنندگان: جذب‌کنندگان و جذب‌شوندگان ۲۰۴
- ۷,۱. فشار شرکت و دولت در مقابل جذب مصرف‌کننده ۲۰۴
- ۷,۲. دلایل عدم مطابقت طراحی و تقاضا ۲۰۶
- ۷,۳. درس‌هایی از تاریخ رسانه ۲۰۹

| | |
|----------|--|
| ۲۱۳..... | فصل پنجم: ساختار اجتماعی |
| ۲۱۴..... | ۱. فضا و زمان در جامعه شبکه‌ای |
| ۲۱۴..... | ۱٫۱. اهمیت یافتن فضا و زمان |
| ۲۱۶..... | ۱٫۲. گسترش و فشردگی فضا و زمان |
| ۲۱۹..... | ۱٫۳. اجتماعی‌سازی و فردی‌سازی فضا و زمان |
| ۲۲۲..... | ۲. محو شدن حوزه‌های زندگی |
| ۲۲۲..... | ۲٫۱. حوزه‌های چندمنظوره یا متصل زندگی؟ |
| ۲۲۳..... | ۲٫۲. مزایا و معایب فعالیت‌های برخاسته از مکان‌ها و زمان‌های ثابت |
| ۲۲۴..... | ۲٫۲٫۱. دورکاری؛ مزایا و معایب |
| ۲۲۶..... | ۲٫۲٫۲. آموزش برخاسته از مزایا و معایب |
| ۲۲۷..... | ۲٫۳. محدودیت‌های ساختاری فعالیت از دور |
| ۲۲۸..... | ۳. شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های اجتماعی |
| ۲۲۸..... | ۳٫۱. شبکه‌های اجتماعی برخاسته از |
| ۲۳۱..... | ۳٫۲. ظهور رسانه‌های اجتماعی |
| ۲۳۲..... | ۳٫۳. کاربست رسانه‌های اجتماعی در میان ارتباطات بین فردی و جمعی |
| ۲۳۴..... | ۳٫۴. رسانه‌های اجتماعی به عنوان تجلی فردی‌سازی شبکه |
| ۲۳۵..... | ۳٫۵. چرا رسانه‌های اجتماعی آن قدر دیر از راه رسیدند؟ |
| ۲۴۰..... | ۳٫۶. تأثیرات اجتماعی رسانه‌های اجتماعی |
| ۲۴۶..... | ۴. وحدت و فروپاشی: یک انسجام اجتماعی جدید |
| ۲۴۶..... | ۴٫۱. دوگانگی ساختارهای اجتماعی و رسانه‌ای |
| ۲۴۹..... | ۴٫۲. بازسازی فضای عمومی |
| ۲۵۴..... | ۵. ناپایداری جامعه شبکه‌ای |
| ۲۵۴..... | ۵٫۱. جامعه شبکه‌ای تحت تنش |
| ۲۵۵..... | ۵٫۲. تسری و نوسانات |
| ۲۵۶..... | ۵٫۳. اتصال بیش از حد؟ |
| ۲۵۸..... | ۶. شبکه‌ها و برابری اجتماعی |
| ۲۵۸..... | ۶٫۱. توسعه جهانی نامتوازن و ترکیب شده |
| ۲۶۱..... | ۶٫۲. ساختار طبقاتی جامعه شبکه‌ای |
| ۲۶۴..... | ۷. شکاف دیجیتال |

| | |
|-----|--|
| ۲۶۴ | ۷,۱. علل و عواقب شکاف دیجیتال |
| ۲۶۶ | ۷,۲. چهار نوع دسترسی متوالی |
| ۲۶۷ | ۷,۲,۱. انگیزه و نگرش |
| ۲۶۸ | ۷,۲,۲. دسترسی فیزیکی و محتوایی |
| ۲۷۰ | ۷,۲,۳. مهارت‌های دیجیتال |
| ۲۷۲ | ۷,۲,۴. کاربری |
| ۲۷۴ | ۷,۳. ظهور شکاف‌های کاربری |
| ۲۷۶ | ۷,۴. جامعه شبکه‌ای سه‌جانبه |
| ۲۸۱ | فصل ششم: سیاست و قدرت |
| ۲۸۲ | ۱. قدرت شبکه‌ای |
| ۲۸۷ | ۱,۱. قدرت فنی |
| ۲۸۷ | ۱,۱,۱. کد، قدرت است |
| ۲۸۹ | ۱,۱,۲. قدرت واسطه‌ها |
| ۲۹۰ | ۱,۲. آسیب‌پذیری: فقدان قدرت برای همه |
| ۲۹۳ | ۱,۳. جنگ شبکه‌محور، جنگ سایبری و حملات هکری |
| ۲۹۵ | ۲. قدرت اجتماعی: سیاست و مردم‌سالاری |
| ۲۹۵ | ۲,۱. سیستم سیاسی ساختار شبکه‌ای به دست می‌آورد |
| ۲۹۹ | ۳. اینترنت: در میانه آزادی و کنترل |
| ۲۹۹ | ۳,۱. فناوری برای آزادی یا کنترل؟ |
| ۳۰۱ | ۳,۲. دیدگاه‌های مردم‌سالاری دیجیتال |
| ۳۰۶ | ۳,۳. آیا اینترنت ماهیتاً مردم‌سالارانه است؟ |
| ۳۱۲ | ۴. مشارکت الکترونیک |
| ۳۱۲ | ۴,۱. مشارکت الکترونیکی چیست؟ |
| ۳۱۴ | ۴,۲. دستورکار گذاری |
| ۳۱۴ | ۴,۳. تدوین خط‌مشی |
| ۳۱۶ | ۴,۴. تصمیم‌گیری |
| ۳۱۷ | ۴,۵. اجرای خط‌مشی |
| ۳۱۸ | ۴,۶. ارزشیابی خط‌مشی |
| ۳۱۸ | ۴,۷. نتیجه‌گیری؛ آینده سیاست دیجیتال و مردم‌سالاری |

| | |
|----------|--|
| ۳۲۱..... | ۵. قدرت در سازمان |
| ۳۲۱..... | ۵٫۱. از بوروکراسی تا اینفوکراسی |
| ۳۲۴..... | ۵٫۱٫۱. کنترل و اقتدار..... |
| ۳۲۶..... | ۵٫۱٫۲. تقسیم کار و هماهنگی |
| ۳۲۷..... | ۶. حریم خصوصی و استقلال شخصی |
| ۳۲۸..... | ۶٫۱. حریم خصوصی چیست؟ |
| ۳۲۹..... | ۶٫۱٫۱. حریم خصوصی فیزیکی، رابطه‌ای و اطلاعاتی |
| ۳۳۱..... | ۶٫۲. تهدیدهایی برای حریم خصوصی |
| ۳۳۱..... | ۶٫۲٫۱. داده‌کاوی و طبقه‌بندی اجتماعی |
| ۳۳۵..... | ۶٫۲٫۲. فناوری‌های ردیابی |
| ۳۳۸..... | ۶٫۲٫۳. بیومتریک و ردیابی فیزیکی |
| ۳۳۹..... | ۶٫۳. صیانت از حریم خصوصی |
| ۳۴۰..... | ۶٫۳٫۱. حفظ حریم خصوصی با طراحی |
| ۳۴۳..... | ۶٫۳٫۲. خودتنظیمی: حفاظت توسط کاربران و ارائه‌دهندگان |
| ۳۴۵..... | ۶٫۳٫۳. حمایت حقوقی |
| ۳۴۷..... | ۶٫۳٫۴. گزینه‌های فنی |
| ۳۵۰..... | ۶٫۳٫۵. حفاظت یکپارچه |
| ۳۵۱..... | ۶٫۴. استقلال شخصی |
| ۳۵۷..... | فصل هفتم: فرهنگ |
| ۳۵۸..... | ۱. فرهنگ دیجیتال چیست؟ |
| ۳۶۰..... | ۲. ویژگی‌های فرهنگ دیجیتال |
| ۳۶۰..... | ۲٫۱. برنامه‌نویسی پیشینی و خلاقیت |
| ۳۶۱..... | ۲٫۲. چندپاره شدن و مونتاژ مجدد: کلاژ |
| ۳۶۲..... | ۲٫۳. تولید کاربر |
| ۳۶۴..... | ۲٫۴. افزایش سرعت |
| ۳۶۵..... | ۲٫۵. بصری‌سازی |
| ۳۶۹..... | ۲٫۶. واقعیت افزوده و مجازی |
| ۳۷۰..... | ۳. کمیت و کیفیت محتوای رسانه دیجیتال |
| ۳۷۰..... | ۳٫۱. انفجار میزان داده و اطلاعات |

| | | | |
|-----|-------|-----|---|
| ۳۷۳ | | ۳,۲ | افزایش بار اطلاعات |
| ۳۷۵ | | ۳,۳ | افزایش بار ارتباطات |
| ۳۷۶ | | ۳,۴ | کارگزاران اطلاعات و دستیاران شخصی به‌عنوان یک راه‌حل |
| ۳۷۸ | | ۳,۵ | کیفیت محتوا |
| ۳۸۰ | | ۳,۶ | اطلاعات نادرست و «اخبار جعلی» |
| ۳۸۳ | | ۴ | فرهنگ دیجیتال جوانان و ورای آن |
| ۳۸۳ | | ۴,۱ | الگوهای فرهنگ دیجیتال جوانان |
| ۳۸۶ | | ۴,۲ | نیازهای خاص نوجوانان |
| ۳۸۸ | | ۴,۳ | آیا الگوها به آینده گسترش می‌یابد؟ |
| ۳۹۳ | | ۵ | روندها در استفاده از رسانه‌های دیجیتال |
| ۳۹۳ | | ۵,۱ | همگرایی |
| ۳۹۴ | | ۵,۲ | چندمنظوره بودن به جای جایگزینی |
| ۳۹۶ | | ۵,۳ | زمینه‌سازی و رشد تنوع |
| ۳۹۸ | | ۵,۴ | ابرسانه‌ای شدن |
| ۳۹۸ | | ۵,۵ | افزایش محتوای تولیدشده توسط کاربر |
| ۳۹۹ | | ۵,۶ | واسطه‌گری |
| ۳۹۹ | | ۵,۷ | شخصی‌سازی |
| ۴۰۱ | | ۵,۸ | تمرکز |
| ۴۰۵ | | | فصل هشتم: روان‌شناسی |
| ۴۰۶ | | ۱ | ادراک و رسانه‌های دیجیتال |
| ۴۰۶ | | ۱,۱ | از تجربه مستقیم تا ادراک با واسطه |
| ۴۰۸ | | ۱,۲ | از یادگیری با عمل تا یادگیری به واسطه سیستم‌های نمادین و مدل‌های بصری |
| ۴۱۰ | | ۱,۳ | تغییر در حالت‌های ارتباط نمادین |
| ۴۱۴ | | ۱,۴ | مهارت‌های ذهنی لازم برای حالت‌های ارتباطی |
| ۴۱۷ | | ۲ | شناخت و رسانه‌های دیجیتال |
| ۴۱۷ | | ۲,۱ | ترکیب ذهنی منابع و شیوه‌های مختلف ارتباطی |
| ۴۱۸ | | ۲,۲ | ادغام ارتباطات برخط و برون خط توسط رسانه‌های تلفن همراه |
| ۴۲۲ | | ۲,۳ | هوشمندی انسان و مصنوعات فنی |
| ۴۲۵ | | ۲,۴ | شباهت‌ها و تفاوت‌های پردازش انسان و رسانه دیجیتال |

| | | |
|-------|--|-----|
| ۲,۴,۱ | محدود به موقعیت در مقابل پردازش بدون زمینه | ۴۲۷ |
| ۲,۴,۲ | تجربه «کل نگر» در مقابل درک و شناخت جزئی نگر | ۴۳۱ |
| ۲,۴,۳ | طرح‌واره‌های منعطف در مقابل طرح‌واره‌های ثابت | ۴۳۴ |
| ۲,۴,۴ | ارتباطات اجتماعی در مقابل ارتباطات رسانه‌ای شده فنی (از طریق فناوری) | ۴۳۸ |
| ۳ | یادگیری با رسانه دیجیتال | ۴۴۰ |
| ۳,۱ | فرصت‌های یادگیری با رسانه دیجیتال | ۴۴۰ |
| ۳,۲ | مخاطرات یادگیری با رسانه‌های دیجیتال | ۴۴۳ |
| ۴ | روان‌شناسی اجتماعی ارتباطات رسانه‌ای برخط | ۴۴۷ |
| ۴,۱ | رویکردهای تحقیق در ارتباطات رسانه برخط | ۴۴۷ |
| ۴,۱,۱ | وابستگی فناورانه | ۴۴۸ |
| ۴,۱,۲ | مزایا و معایب ارتباطات با واسطه رایانه برای ارتباطات بین فردی | ۴۴۹ |
| ۴,۱,۳ | پویایی گروه | ۴۵۴ |
| ۴,۱,۴ | مشارکت و تصمیم‌گیری | ۴۵۶ |
| ۴,۱,۵ | استانداردها و ادب اینترنتی | ۴۵۹ |
| ۴,۲ | آینده تحقیقات ارتباطات رسانه‌ای برخط | ۴۶۰ |
| ۵ | تغییرات در شخصیت انسانی؟ | ۴۶۳ |
| ۵,۱ | انسان‌شناسی فناوری | ۴۶۳ |
| ۵,۲ | انسانی‌سازی روابط انسان و رایانه | ۴۶۵ |
| ۵,۳ | تغییر در زبان و روابط | ۴۶۶ |
| ۵,۴ | ویژگی‌های شخصیتی و رسانه‌های دیجیتال | ۴۶۹ |
| ۵,۵ | شخصیت تغییر می‌کند؟ | ۴۷۱ |
| ۵,۶ | تبدیل شدن انسان به سایبورگ در مسیر ابر هوشمندی؟ | ۴۷۵ |
| | فصل نهم: حقوق | ۴۸۱ |
| ۱ | قانون؛ تحت تضعیف شبکه‌ها | ۴۸۲ |
| ۱,۱ | چالش‌های فناوری شبکه | ۴۸۲ |
| ۱,۲ | راه‌حل‌های کلی | ۴۸۵ |
| ۱,۳ | ظهور قانون دیجیتال | ۴۸۶ |
| ۲ | چه کسی بر اینترنت حاکم است؟ | ۴۸۹ |
| ۲,۱ | کدام مقررات رسانه‌ای می‌تواند در اینترنت اعمال شود؟ | ۴۸۹ |

| | |
|----------|---|
| ۴۹۱..... | ۲,۲. چهار رقیب برای حکمرانی اینترنت |
| ۴۹۳..... | ۲,۲,۱. حکومت‌ها و کنترل قانونی |
| ۴۹۴..... | ۲,۲,۲. انجمن‌های اینترنتی و خودتنظیمی |
| ۴۹۶..... | ۲,۲,۳. شرکت‌ها و کنترل بازار |
| ۴۹۷..... | ۲,۲,۴. طراحان نرم‌افزار و کنترل فناورانه |
| ۵۰۱..... | ۲,۳. آیا اینترنت به دامنه‌ها و توسط کشورها چندپاره می‌شود؟ |
| ۵۰۴..... | ۲,۴. طیف سیاسی حکمرانی اینترنت |
| ۵۰۸..... | ۳. آزادی اطلاعات و ارتباطات |
| ۵۰۸..... | ۳,۱. دامنه حقوق آزادی اطلاعات و ارتباطات |
| ۵۰۹..... | ۳,۲. محدودیت‌های اجرای حقوق آزادی اطلاعات و ارتباطات در اینترنت |
| ۵۱۴..... | ۳,۳. راه‌حل‌های قانونی |
| ۵۱۷..... | ۳,۴. راه‌حل‌های خودتنظیمی |
| ۵۱۸..... | ۳,۵. راه‌حل‌های فنی |
| ۵۱۹..... | ۴. حقوق مالکیت فکری |
| ۵۱۹..... | ۴,۱. مشکل دانش به عنوان یک محصول |
| ۵۲۱..... | ۴,۲. حقوق مالکیت فکری در محیط دیجیتال |
| ۵۲۲..... | ۴,۳. راه‌حل‌های قانونی |
| ۵۲۶..... | ۴,۴. راه‌حل‌های خودتنظیمی |
| ۵۲۸..... | ۴,۵. راه‌حل‌های فنی |
| ۵۳۰..... | ۵. حق حریم خصوصی |
| ۵۳۰..... | ۵,۱. چارچوب قانونی برای صیانت از حریم خصوصی |
| ۵۳۱..... | ۵,۲. راه‌حل‌های قانونی |
| ۵۳۱..... | ۵,۲,۱. قانون‌گذاری آمریکا |
| ۵۳۲..... | ۵,۲,۲. قانون‌گذاری اروپایی |
| ۵۳۵..... | ۵,۳. راه‌حل‌های خودتنظیمی |
| ۵۳۷..... | ۵,۴. راه‌حل‌های فنی |
| ۵۳۸..... | ۶. تنظیم‌گری پلتفرم |
| ۵۴۵..... | فصل دهم: نتیجه‌گیری و چشم‌انداز خط‌مشی‌گذاری |
| ۵۴۵..... | ۱. نتایج کلی |

| | |
|----------|---|
| ۵۴۵..... | ۱٫۱٫۱ طرحی از جامعه شبکه‌ای |
| ۵۴۶..... | ۱٫۱٫۱ بک زیرساخت فراگیر |
| ۵۴۹..... | ۱٫۱٫۲ شمولیت و برابری |
| ۵۵۰..... | ۱٫۱٫۳ واسطه‌گری و سازمان دهی |
| ۵۵۱..... | ۱٫۱٫۴ اتصال و تسری |
| ۵۵۳..... | ۱٫۱٫۵ تمرکز و چندپاره شدن |
| ۵۵۳..... | ۱٫۱٫۶ ثروتمندان ثروتمندتر می‌شوند، اما چه بر سر فقرا خواهد آمد؟ |
| ۵۵۴..... | ۱٫۱٫۷ تقویت جریان |
| ۵۵۶..... | ۲ جامعه شبکه‌ای در آمریکای شمالی، اروپا، آسیای شرقی و کشورهای درحال توسعه |
| ۵۵۶..... | ۲٫۱ طراحی جامعه اطلاعاتی و شبکه‌ای |
| ۵۵۷..... | ۲٫۲ شباهت‌های چشم‌اندازهای خط‌مشی جامعه اطلاعاتی |
| ۵۶۰..... | ۲٫۳ تفاوت خط‌مشی‌ها: مدل‌های جامعه شبکه‌ای |
| ۵۶۱..... | ۲٫۳٫۱ آمریکا شمالی |
| ۵۶۵..... | ۲٫۳٫۲ اروپا |
| ۵۶۹..... | ۲٫۳٫۳ آسیای شرقی |
| ۵۷۳..... | ۲٫۳٫۴ کشورهای درحال توسعه |
| ۵۷۷..... | ۳ چشم‌انداز خط‌مشی برای جامعه شبکه‌ای |
| ۵۷۷..... | ۳٫۱ ویژگی‌های راهبردی شبکه‌ها |
| ۵۷۷..... | ۳٫۱٫۱ دسترسی |
| ۵۷۹..... | ۳٫۱٫۲ امنیت |
| ۵۸۱..... | ۳٫۱٫۳ طراحی |
| ۵۸۳..... | ۳٫۱٫۴ کنترل و نظارت |
| ۵۸۸..... | ۳٫۱٫۵ قانونمندی |
| ۵۸۹..... | ۳٫۱٫۶ بازده |
| ۵۹۱..... | ۳٫۱٫۷ محتوا |
| ۵۹۵..... | منابع |
| ۶۱۷..... | واژگان تخصصی |
| ۶۳۷..... | نمایه |

فهرست جداول

| | |
|---|-----|
| جدول ۱: ظرفیت‌های ارتباطی رسانه‌های سنتی و دیجیتال..... | ۵۹ |
| جدول ۲: انواع شبکه‌ها..... | ۸۱ |
| جدول ۳: نوع‌شناسی جامعه شبکه‌ای و جامعه توده‌ای..... | ۱۰۴ |
| جدول ۴: هفت لایه مدل اتصال متقابل سامانه‌های باز (osi) برای استفاده از شبکه‌ها..... | ۱۲۱ |
| جدول ۵: اشکال سازمان اقتصادی..... | ۱۶۱ |
| جدول ۶: ویژگی‌های اقتصاد شبکه‌ای و اقتصاد داده..... | ۱۷۳ |
| جدول ۷: لایه‌های عرضه در شبکه‌های عمومی..... | ۱۸۹ |
| جدول ۸: پیشرفت پلتفرم‌ها در ایجاد سیستم‌عامل در سال ۲۰۱۰-۲۰۱۲..... | ۲۰۳ |
| جدول ۹: انواع رسانه‌های اجتماعی از جنبه تمرکز و غنای رسانه..... | ۲۳۲ |
| جدول ۱۰: رسانه‌های اجتماعی (پررنگ شده) بین ارتباطات فردی و جمعی..... | ۲۳۴ |
| جدول ۱۱: مقایسه نابرابری‌های اجتماعی و دیجیتالی طبقات اجتماعی در کشورهای توسعه‌یافته..... | ۲۶۳ |
| جدول ۱۲: مهارت‌های دیجیتال مرتبط با محتوا و رسانه..... | ۲۷۰ |
| جدول ۱۳: خوشه‌های برنامه‌های اینترنتی باهدف استفاده خاص..... | ۲۷۵ |
| جدول ۱۴: خلاصه‌ای از قسمت‌های تعریف قدرت..... | ۲۸۷ |
| جدول ۱۵: دیدگاه‌های مردم‌سالاری: اساسی و رویه‌ای..... | ۳۰۶ |
| جدول ۱۶: مقایسه رسانه‌های دیجیتال، ارتباطات تقویت‌شده تلفن همراه و رودرو..... | ۴۱۹ |
| جدول ۱۷: انواع هوشمندی هوش مصنوعی، سیستم‌های خبره و انسان..... | ۴۲۴ |
| جدول ۱۸: چهار مدل معاصر تنظیم‌گری رسانه در جوامع مردم‌سالارانه..... | ۴۹۰ |
| جدول ۱۹: لایه‌های شبکه و ابزارهای کنترل..... | ۴۹۸ |
| جدول ۲۰: تهدیدهای تقسیم اینترنت..... | ۵۰۴ |
| جدول ۲۱: اصول قانون حفاظت از اطلاعات شخصی اتحادیه اروپا (از سال ۲۰۱۸)..... | ۵۳۴ |
| جدول ۲۲: مدل‌های توسعه جامعه شبکه‌ای..... | ۵۶۰ |

فهرست اشکال

- شکل ۱: انقلاب ارتباطات در تاریخ رسانه ۴۲
- شکل ۲: الگوهای تبادل اطلاعات و ادغام آن‌ها در شبکه‌ها ۵۴
- شکل ۳: چهار واحد اجتماعی و سطوح مرتبط با شبکه ۸۲
- شکل ۴: تصویر شبکه‌ای که جهان‌های کوچک را به هم متصل می‌کند ۹۳
- شکل ۵: ساختار جامعه توده‌ای ۱۰۶
- شکل ۶: ساختار جامعه شبکه‌ای ۱۰۹
- شکل ۷: ادغام ارتباطات جمعی، از راه دور و داده در رسانه‌های دیجیتال ۱۲۷
- شکل ۸: ساختار شبکه میان شرکت‌ها ۱۴۹
- شکل ۹: ساختار شبکه درون شرکت‌ها ۱۵۳
- شکل ۱۰: پنج تبدیل در مشاهده و پردازش واقعیت ۱۷۶
- شکل ۱۱: اقتصاد اشتراکی و اشکال مربوط به آن از اقتصاد پلتفرم ۱۸۱
- شکل ۱۲: فضاهای عمومی و اجتماعی برخط و برون خط در جامعه شبکه‌ای ۲۵۱
- شکل ۱۳: چهار مرحله دسترسی به فناوری دیجیتال ۲۶۷
- شکل ۱۴: مشارکت سه جانبه در جامعه شبکه‌ای ۲۷۹
- شکل ۱۵: ساختار شبکه‌ای سیستم سیاسی ۲۹۸
- شکل ۱۶: تخمین میزان رشد نسبی داده‌ها، اطلاعات، دانش و تأثیر عملی آن‌ها بین سال‌های ۱۹۶۰ و ۲۰۲۰ ۳۷۳
- شکل ۱۷: هرم پردازش اطلاعات ۳۷۸
- شکل ۱۸: طیف سیاسی حکمرانی اینترنت ۵۰۵

سخن ناشر



رسالت و مأموریت دانشگاه امام صادق (علیه السلام) «تولید علوم انسانی اسلامی» و «تربیت نیروی درجه یک برای نظام» (که در راهبردهای ابلاغی مقام معظم رهبری مدظله تعیین شده) است. اثرپذیری علوم انسانی از مبانی معرفتی و نقش معارف اسلامی در تحول علوم انسانی، دانشگاه را بر آن داشت که به طراحی نو و بازمهندسی نظام آموزشی و پژوهشی جهت پاسخ‌گویی به نیازهای نوظهور انقلاب، نظام اسلامی و تربیت اسلامی به‌عنوان یک اصل محوری برای تحقق مأموریت خویش بپردازد و بر این باور است که علم توأم با تزکیه نفس می‌تواند هویت جامعه را متأثر در مسیر تعالی و رشد قرار دهد.

از این حیث «تربیت» را می‌توان مقوله‌ای محوری یاد نمود که وظایف و کارویژه‌های دانشگاه، در چهارچوب آن معنا می‌یابد؛ زیرا که «علم» بدون «تزکیه» بیش از آنکه ابزاری در مسیر تعالی و اصلاح امور جامعه باشد، عاملی مشکل‌ساز خواهد بود که سازمان و هویت جامعه را متأثر و دگرگون می‌سازد.

از سوی دیگر «سیاست‌ها» تابع اصول و مبادی علمی هستند و نمی‌توان منکر این تجربه تاریخی شد که استواری و کارآمدی سیاست‌ها در گرو انجام پژوهش‌های علمی و بهره‌مندی از نتایج آن‌هاست. از این منظر پیشگامان عرصه علم و پژوهش، راهبران

اصلی جریان‌های فکری و اجرایی به حساب می‌آیند و نمی‌توان آینده درخشانی را بدون توانایی‌های علمی - پژوهشی رقم زد و سخن از «مرجعیت علمی» در واقع پاسخ‌گویی به این نیاز بنیادین است.

دانشگاه امام صادق (علیه السلام) در واقع یک الگوی عملی برای تحقق ایده دانشگاه اسلامی در شرایط جهان معاصر است. الگویی که هم‌اکنون ثمرات نیکوی آن در فضای ملی و بین‌المللی قابل مشاهده است. طبعاً آنچه حاصل آمده محصول نیت خالصانه و جهاد علمی مستمر مجموعه بنیان‌گذاران و دانش‌آموختگان این نهاد است که امید می‌رود با اتکاء به تأییدات الهی و تلاش همه‌جانبه اساتید، دانشجویان و مدیران دانشگاه، بتواند به مرجعی تمام‌عیار در گستره جهانی تبدیل گردد.

معاونت پژوهشی دانشگاه امام صادق (علیه السلام) با توجه به شرایط، امکانات و نیازمندی جامعه در مقطع کنونی با طرحی جامع نسبت به معرفی دستاوردهای پژوهشی دانشگاه، ارزیابی سازمانی - کارکردی آنها و بالاخره تحلیل شرایط آتی اقدام نموده که نتایج این پژوهش‌ها در قالب کتاب، گزارش، نشریات علمی و... تقدیم علاقه‌مندان می‌گردد. هدف از این اقدام - ضمن قدردانی از تلاش خالصانه تمام کسانی که با آرمان و اندیشه‌ای بزرگ و ادعایی اندک در این راه گام نهادند - درک کاستی‌ها و اصلاح آنهاست تا از این طریق زمینه پرورش نسل جوان و علاقه‌مند به طی این طریق نیز فراهم گردد؛ هدفی بزرگ که در نهایت مرجعیت مکتب علمی امام صادق (علیه السلام) را در گستره بین‌المللی به همراه خواهد داشت. (ان شاء الله)

ولله الحمد

معاونت پژوهشی دانشگاه

سخن مرکز رشد



نزدیک به چهل سال از تجربه دانشگاه امام صادق (علیه السلام) می‌گذرد. این دانشگاه در نخستین سال‌های پس از پیروزی انقلاب اسلامی و در پاسخ به نیازهای گریزناپذیر انقلاب، به همت و مساعی بی‌دریغ حضرت آیت‌الله مهدوی‌کنی (علیه السلام) تأسیس شد. اسلامیّت نظامی که مبتنی بر ارزش‌های اسلامی تشکیل شده و با برنامه‌ای برآمده از اسلام و مجریان و مسئولانی آگاه به مبانی اسلامی رشد کرده است، با اتکا به این دو امر، قادر به مدیریت و تحول در حکومت اسلامی می‌شود؛ لکن بدون آن‌ها ابعاد مختلف نظام اسلامی به خطر افتاده و به مرور از درون تهی شده و به سوی حکومتی که صرفاً ظواهری اسلامی دارد، حرکت خواهد کرد. بیشترین چیزی که در سال‌های اول از این دانشگاه انتظار می‌رفت، تعلیم و تربیت دانش‌آموختگان آشنا و مؤمن به معارف دین مبین اسلام و همچنین آگاه به علوم انسانی و اجتماعی روز دنیا بود. در سه دهه گذشته، دانش‌آموختگان دانشگاه امام صادق علیه السلام با توشه‌ای که از خرمین عالم اخلاق، فقیه و اصولی کم‌نظیر، مرحوم حضرت آیت‌الله مهدوی‌کنی (علیه السلام) برجیده بودند و با تسلطی که بر مبانی اسلامی و علوم اجتماعی یافته بودند، در بخش‌های مختلف کشور

مشغول به خدمت شدند و سعی نمودند تا حدّی نیازهای انقلاب و ایران اسلامی را برآورده کنند.

با گذشت زمان و تعمیق و تفصیل نیازهای انقلاب اسلامی و ازسوی دیگر، نیاز به تولید علوم انسانی و اجتماعی متناسب با تعالیم و آموزه‌های قرآن و سنّت شدّت گرفت. مرحوم حضرت آیت الله مهدوی کنی (ره) که در سیره علمی، عملی و مدیریتی خود، توجه به «نیازهای روز» جامعه اسلامی را سرلوحه مساعی خود قرار داده بودند، در سال‌های اخیر و به ویژه پس از دیدار مهم دانشجویان دانشگاه امام صادق (علیه السلام) با مقام معظم رهبری، وزن و اهمیت بیشتری را به موضوع تولید علم و مرجعیت علمی اختصاص دادند.

ثمرات چهار دهه دانشگاه امام صادق (علیه السلام) و دانش‌آموختگان آن در عرصه‌های مختلف علمی و اجرایی کشور نشان می‌دهد که ظرفیت تربیتی و علمی این نهاد برآمده از انقلاب اسلامی بسیار بیش از دستاوردهای موجود آن است. رسالت دانشگاه امام صادق علیه السلام تربیت افرادی مستعد و توانمند برای پیگیری و پیشبرد مسیر طولانی و سخت علمی است که پس از دانش‌آموختگی، با اینکه تعداد زیادی از این دانش‌آموختگان کوشای دانشگاه، سال‌های تحصیل را در فهم علوم اسلامی و تتبع در حوزه‌های تخصصی علوم اجتماعی طی می‌کنند و در پایان نامه‌های پژوهشی خود، ظرفیت شخصیتی و فکری خود را برای ادامه این مسیر به اثبات می‌رسانند، لکن با مسیرها و سازمان‌هایی - اعم از علمی یا اجرایی - مواجه می‌شوند که با دغدغه‌هایی به نسبت بسیار سطحی‌تر، پاسخ‌گویی به نیازهایی دیگر را بر آن‌ها تحمیل می‌نماید.

به نظر می‌رسد همان‌گونه که پاسخ‌گویی به نیازهای دهه‌های قبل انقلاب اسلامی، چندان از طریق الگوهای دانشگاهی و حوزوی مرسوم، اثربخش و موفق نبود و مرحوم حضرت آیت الله مهدوی کنی (ره) عمر خود را در ایجاد الگویی جدید صرف کرد؛ پیگیری و ثمردهی نیاز به تولید علم و مرجعیت علمی نیز با تبعیت و تقلید از الگوهای قدیمی و مرسوم پژوهشی ممکن نباشد. از سویی دانش‌آموختگان دانشگاه برای تمرکز و تأمل بر نیازهای علمی کشور و تولید دانش و نرم‌افزارهای مطلوب، راهی زمان‌بر، طولانی و پریپیچ‌وخم پیش‌رو دارند و ازسوی دیگر، نظام اجرایی و علمی کشور - که سال‌ها از

نرم افزارهای موجود و مرسوم غربی کپی برداری کرده است - به آماده خوری، هزینه نکردن و دم‌غنیمت‌شماری، خو کرده است. از یک طرف، برای تولیدات و محصولات علوم انسانی اسلامی دانش‌آموختگان دانشگاه، تقاضایی وجود ندارد و از طرف دیگر، برای نیازهای پیچیده و باعجله کشور، عرضه‌ای موجود نیست.

همین دغدغه، تنی چند از شاگردان و فرزندان معنوی مرحوم حضرت آیت‌الله مهدوی‌کنی (ره) را بر آن داشت تا با طراحی مرکزی - موسوم به مرکز رشد - گامی در مسیر حلّ این چالش بردارند. مرکز رشد، هم برای حلّ معضلات پیش‌گفته و هم به منظور ابتناء بر اندیشه‌های تربیتی و مدیریتی اسلام، لازم بود تا الگوهای جدید سازمانی و تعامل علمی و تربیتی را طراحی و اجرا نماید که در این مجمل مجال بسط و تشریح آن نیست. مرکز رشد دانشگاه امام صادق علیه‌السلام برای پاسخ‌گویی به نیازهای علوم انسانی و اجتماعی، راهی جز تربیت، حفظ و معرفی «نظریه پردازان» علوم انسانی و اجتماعی اسلامی سراغ ندارد و این تربیت، حفظ و معرفی را چیزی بسیار بالاتر و متعالی‌تر از حمایت‌ها یا استخدام‌ها یا پروژه‌های پژوهشی مرسوم می‌شمارد.

در هر جامعه، گروه و سازمانی این انسان‌ها هستند که اهمیت دارند و هویت آن را شکل می‌دهند و طبیعی است که مرکز رشد نیز از این قاعده مستثنا نیست. مسیر طی شده و ایمان به آن سختی‌هایی را نیز با خود داشته؛ لکن کسب دستاوردها و هم‌مسیر شدن تدریجی دانشجویان و دانش‌آموختگان با آن، حلاوت بخش بوده است.

از این رو، همکاری همدلانه و مسئولانه بیش‌ازپیش افرادی با موضوعات و حیطه‌های علمی مشخص و شکل‌گیری گروه‌های علمی - که از آن به هسته یاد می‌شود - مصداق همان شیرینی‌ها و گامی بلند برای تحقق اهداف و آرمان‌های بزرگ است.

هسته خط‌مشی فضای مجازی مرکز رشد دانشگاه امام صادق (ره) (سپهر) با تمرکز پیرامون نیازهای روز کشور در حوزه‌ای با گستره و عمق تمدنی، مسائل و چالش‌های حکمرانی فضای مجازی جمهوری اسلامی ایران را بشناسد و با بهره‌گیری از اندیشه‌ها و ارزش‌های انقلاب اسلامی در جهت حفظ و تقویت ظرفیت حکمرانی کشور گام بردارد. امروزه، تحولات جوامع در سطح ملی، تأثیر و تأثر نظام‌های اجتماعی در سطح فراملی و

حتی کشمکش بازیگران بین‌المللی و تلاش آن‌ها برای شکل دادن به نظم جدید بین‌المللی، همگی وابستگی غیرقابل‌اغماضی به فضای مجازی دارند؛ به عبارتی فضای مجازی نقش تعیین‌کننده‌ای در جایگاه و میزان قدرت و پیشتازی در سطح منطقه‌ای و بین‌الملل و همچنین به ارمغان آوردن رفاه و آسایش و پیشرفت درونی کشورها دارد. در این میان، سپهرا با رویکردی فنی-اجتماعی و با دغدغه حکمرانی، به دنبال آن است که ضمن حفظ و تقویت حاکمیت و قلمرو جمهوری اسلامی در فضای مجازی، ظرفیت دستگاه سیاست‌گذاری کشور را برای استفاده از فرصت‌ها در جهت پیشرفت، آبادانی و رفاه مردم در فضای مجازی ارتقاء دهد. هسته خط‌مشی فضای مجازی معتقد است که با پایبندی به اصول و آرمان‌های انقلاب اسلامی، بایستی مراحل ساخت تمدن نوین ایرانی اسلامی را بار دیگر و در عصر فضای مجازی پیمود تا به واسطه آن، رفاه و آسایش مادی و تعالی معنوی در سراسر زندگانی مردمان ایران زمین سریان یابد و کشور عزیزمان در عرصه‌های جهانی بر قله استقلال و عزتمندی پایدار بماند.

اثر حاضر را نیز می‌توان در امتداد چنین مسیری دانست. به‌رغم توسعه شگرف ایجادشده به واسطه فناوری اطلاعات و ارتباطات در اقتصاد، فرهنگ، سیاست و... ادبیات دانشگاهی به زبان فارسی رشد شایسته‌ای نداشته، به همین مناسبت، هسته سپهرا با انتخاب و ترجمه این اثر ارزشمند علمی تلاش نموده است تا جدیدترین مباحث حول جامعه شبکه‌ای را به ادبیات علمی و دانشگاهی وارد سازد و با هدف ایجاد شناخت صحیح و زمینه‌سازی برای سیاست‌گذاری هرچه دقیق‌تر و متناسب‌تر در جامعه در حال تحول ایران اسلامی به سهم خود در تحولات عصر فضای مجازی در میهن اسلامی مان نقش‌آفرینی نماید.

خلاصه‌ای در معرفی مؤلف



یان ون دایک دانشمند ارتباطات و جامعه‌شناس شناخته‌شده بین‌المللی در زمینه مطالعات رسانه‌های نوین است. وی استاد تمام دانشگاه توئنته هلند در کرسی تدریس جامعه‌شناسی جامعه اطلاعاتی، رئیس گروه رسانه، ارتباطات و سازمان و مرکز مطالعات دولت الکترونیکی است.

ون دایک همچنین مؤلف مجموعه‌ای از کتاب‌ها در مورد جنبه‌های اجتماعی رسانه‌های نوین است. چهار نسخه هلندی از این کتاب و سه نسخه انگلیسی از سال ۱۹۹۱ نگاشته شده است. وی کتاب «دموکراسی دیجیتال: مسائل، نظریه و عمل» (۲۰۰۰) را با همکاری هکر؛ کتاب «فناوری اطلاعات و ارتباطات در سازمان» (۲۰۰۵) را با همکاری بوومن، ون هوف و ون‌دوینگر نوشت و نویسنده کتاب «شکاف عمیق، نابرابری در جامعه اطلاعاتی» (۲۰۰۵) است. او همچنین کتاب «مهارت‌های دیجیتال، کلید جامعه اطلاعاتی» را با همکاری ون دورسن تألیف کرده است. این نویسنده مدرک دکتری خود را در علوم اجتماعی از دانشگاه نایمگن (۱۹۸۴) اخذ کرد و از سال ۱۹۸۰ تا ۲۰۰۰ در دانشگاه اوترخت مشغول به کار بوده است.

ون دایک مشاور کمیسیون اروپا و تعدادی از وزارتخانه‌ها، سازمان‌های اداری دولت و شهرداری‌های هلند نیز است.
تارنمای شخصی وی به نام «به جامعه شبکه‌ای خوش آمدید»، شامل اطلاعات بیشتر نویسنده و زمینه‌های این کتاب است:

<http://www.utwente.nl/gw/vandijk/>

پیشگفتار مترجم



باسمه تعالی
هوالمحبوب

شوق بر آن بود که اگر سیاهه‌ای هست، همه از نام و یاد او باشد، اما؛
مکتوب عشق، قابل انشاء کسی نیافت؛
بردیم سر به مهر عدم، راز آشنا...

به هر تقدیر توفیقی شد تا کتاب حاضر که ترجمه کتاب جامعه شبکه‌ای یان ون دایک از متفکران و نظریه پردازان مطرح جامعه شبکه‌ای است به رشته تحریر درآید.
جامعه شبکه‌ای اشاره به نوعی از جامعه دارد که مهم‌ترین ساختارهایش متأثر از پیوند آحاد اجتماع، به وسیله شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌ای در فضای مجازی شکل می‌گیرد. فضای مجازی، فضایی برآمده از تعامل کاربران بر بستر شبکه‌های اطلاعاتی و ارتباطی است که در امتداد فضای واقعی ساخته شده و دارای اثری واقعی بر زندگی انسان است. کتاب حاضر کوششی است جهت نمایاندن تأثیرهای اجتماعی رسانه‌های نوین به ویژه در فضای مجازی، انبساط عموم نظام‌های اجتماعی و در نهایت شکل‌گیری جامعه‌ای جدید موسوم به جامعه شبکه‌ای.

اثر پیش‌رو به سبب زبان روان و سبک آموزشی‌اش می‌تواند به عنوان یک کتاب درسی برای دانشجویان و علاقه‌مندان این حوزه به حساب آمده و همچنین مورد استفاده متخصصان رشته‌های علوم اجتماعی قرار گیرد.

زمانی از انتشار ویراست چهارم کتاب ون‌دایک مربوط به سال ۲۰۲۰ مطلع شدم که در حال اتمام ترجمه آخرین صفحات ویراست سوم این کتاب بودم. پس از بررسی اجمالی ویراست چهارم تصمیم گرفتم برای به‌روزشدن مباحث و مثال‌ها، ترجمه این نسخه از کتاب را نیز در دستور کار قرار دهم. در ادامه نسخه چهارم کتاب با نسخه سوم آن مقابله و مثال‌ها، مباحث و سرفصل‌هایی که در نسخه جدید اضافه یا دستخوش تغییر شده بود، ویرایش و ترجمه شد. همچنین برخی از مطالب که در ویراست سوم موجود بوده ولی مؤلف در نسخه جدید آن سرفصل‌ها را حذف کرده بود نیز در ترجمه حاضر محفوظ نگه داشته شده است. دلیل این امر آن بوده است که به‌زعم مترجم این مباحث پایه تحلیلی مناسبی برای سایر مباحث کتاب و مسائل پیش‌رو در جامعه رو به گذار ایران به دست می‌دهد.

همچنین ناظر به رویکرد میان‌رشته‌ای کتاب سعی شده است در هر فصل توضیحی اجمالی از اصطلاحات تخصصی هر رشته در پاورقی درج شود. با وجود این، ممکن است از نظر متخصصان هر رشته معادل مناسب‌تری برای برخی اصطلاحات وجود داشته باشد. به همین مناسبت از خوانندگان محترم تقاضا می‌شود با تذکر کاستی‌ها بر غنای کار بیفزایند؛ چراکه این کتاب نخستین تجربه مترجم در عرصه ترجمه حرفه‌ای است که مسلماً خالی از سهو و خطا نیست.

در انتها ذکر این نکته را بر خود فرض می‌دانم که بی‌شک کتاب حاضر، و پیش و بیش از آن، حرکت این حقیر در مسیر خود، مرهون دلسوزی‌ها، زحمات و همراهی اساتید و برادران ارجمندم آقایان جواد آزادی و سید امیررضا برقی بوده است که زبانم از سپاس لطف ایشان قاصر است.

از برادر ارجمند آقای مهرداد حیدری که از راهنمایی‌های ارزشمندشان در ترجمه اثر بهره‌مند شدم نیز صمیمانه تشکر می‌کنم.

همچنین می‌بایست مراتب قدردانی خود را از دیگر اساتید و برادرانم در مرکز رشد دانشگاه امام صادق (علیه‌السلام) خاصه جناب استاد مصباح‌الهدی باقری کنی و هسته خط‌مشی فضای مجازی، سپهر اظهار و به‌جای آورم که زمینه رشد علمی و عملی را برایم میسر کرده‌اند. از حق تعالی برای جملگی ایشان دعای خیر و سعادت، توأم با توفیق خدمت به انقلاب اسلامی دارم.

در پایان از تمامی خوانندگان گرامی که از این کتاب بهره‌ای برده یا می‌برند، درخواست دارم هدیه صلواتی به پدر و نزدیکان مرحوم این جانب مرحمت کنند.

علی آزادی احمدآبادی

تابستان ۱۴۰۱

مقدمه و درآمد



درآمد:

- ❖ در این فصل مفاهیم اساسی کتاب و معنای رسانه‌های دیجیتال در علوم اجتماعی و ارتباطات ارائه شده است.
- ❖ این کار با توصیف زندگی روزمره مردم در جوامع توسعه‌یافته معاصر که به‌عنوان نوعی از شاهراه‌های زندگی کاملاً به شبکه‌ها وابسته هستند، آغاز می‌شود.
- ❖ به گمان اکثر مردم زندگی و جهان رسانه‌ای شده ما سریع‌تر و عمیق‌تر از همیشه تغییر می‌کند. در این فصل ادعا می‌شود که اولین انقلاب ارتباطات در حدود یک قرن پیش، دقیقاً به اندازه انقلاب دوم ارتباطات فعلی (دیجیتالی) وسیع بود؛ اما چه چیزی انقلابی در ارتباطات ایجاد می‌کند؟
- ❖ ویژگی‌های رسانه‌های دیجیتال که باعث می‌شود آنها را نوین بنامیم، چیست؟ چرا آنها را رسانه تعاملی، چندرسانه‌ای یا رسانه دیجیتال می‌نامیم؟
- ❖ در مقایسه با رسانه‌های سنتی رسانه‌های دیجیتال چه کاربردی دارند؟ برای پاسخ به این سؤال، مفهوم ظرفیت‌های ارتباطی در این فصل ایجاد می‌شود.
- ❖ کتاب حاضر چه نوع کتابی است؟ رویکرد آن چیست و نویسندگان از چه نظریه‌هایی در پیش‌زمینه استفاده می‌کنند؟

۱. زیرساختی جدید برای جامعه

۱.۱. عصر شبکه‌ها

دوره جدیدی به همه دوره‌های قبلی ما اضافه می‌شود. امروزه ما دیگر فقط به جاده‌ها، کابل‌های برق، لوله‌های آب، خطوط گاز، فاضلاب، صندوق‌های پستی، سیم‌های تلفن و تلویزیون کابلی وابسته نیستیم تا زندگی روزمره خود را انجام دهیم و خانواده‌های خود را اداره کنیم. اکنون به شبکه‌های ارتباط دیجیتال نیز نیاز داریم. جوانان کشورهای ثروتمند دیگر نمی‌توانند دنیای بدون تلفن همراه، اینترنت و فیس‌بوک یا هر یک از دیگر تارنماهای شبکه‌های اجتماعی را تصور کنند. از دست دادن آن‌ها فقط برای یک روز می‌تواند علائم جدی ترک اعتیاد را به همراه داشته باشد. این وابستگی نه تنها برای افراد، بلکه به طور کلی برای سازمان‌ها و جامعه نیز رخ می‌دهد. آغاز این کتاب با این دیدگاه است. چگونه این وابستگی توانست خیلی سریع رشد کند؟ ضمن اینکه تنها در دو دهه گذشته اکثر مردم کشورهای توسعه یافته از شبکه‌های اصلی اینترنت و تلفن همراه استفاده می‌کنند.

ادبیات معاصر از عباراتی مانند «ما در دنیایی متصل زندگی می‌کنیم»^۱، «عصر متصل»^۲، «شبکه انسانی»^۳ و «جامعه وب»^۴ فراوان است. در نگاه اول این وابستگی عجیب و غریب به نظر می‌رسد؛ زیرا به طور هم‌زمان صحبت‌های زیادی در مورد فردی‌سازی^۵، تجزیه اجتماعی^۶، استقلال^۷ و آزادی^۸ نیز هست. در نگاه دوم، این هم‌زمانی چندان عجیب نیست؛ زیرا ممکن است هر دو گرایش، دوروی یک سکه باشند. حداقل در این کتاب این‌طور بحث می‌شود. «جهان ممکن است هرگز مستقل نبوده باشد؛ اما هرگز این چنین هم به هم پیوسته نبوده است» (مولگان، ۱۹۹۷: ۱). در سطح فردی استفاده از شبکه‌ها برای تسلط بر زندگی ما به وجود آمده است. در

1. we live in a connected world
2. connected age
3. human web
4. web society
5. individualization
6. social fragmentation
7. independence
8. freedom

جامعه‌ای توسعه یافته، با احتساب زمان صرف شده در شبکه‌های پخش فراگیر، تلفن و اینترنت، بدون احتساب ساعاتی که با آن‌ها در محل کار و مدرسه گذرانده‌ایم، می‌توانیم به‌طور متوسط پنج ساعت به اوقات فراغت روزانه اضافه کنیم.

با در نظر گرفتن شبکه‌های اجتماعی افراد، می‌توانیم چندین ساعتی را هم که در انواع تارنماهای شبکه‌های اجتماعی، پیام‌رسان‌های فوری، صندوق‌های گفتگو، مکاتبه‌های پست الکترونیک، پیام کوتاه، پیام فوری و وبلاگ‌نویسی گذشته است را اضافه کنیم؛ بنابراین فردی سازی و خانواده‌های کوچک‌تر که مملو از فناوری شده‌اند تا ما را مستقل‌تر از دیگران کنند، ما را موجوداتی کمتر اجتماعی نمی‌کنند.

تقریباً هر سازمانی در جهان توسعه یافته کاملاً به شبکه‌های تلفنی و رایانه‌ای وابسته شده است. وقتی آن‌ها مختل شوند، سازمان به‌سادگی از کار کردن می‌ایستد. «شبکه خراب است»، عبارتی است که همه با آن آشناییم و نیازی به توضیح بیشتر ندارد.

در سطح جامعه و در مقیاس جهانی می‌توانیم نفوذ و گسترش شبکه‌های رسانه‌ای، شبکه‌های اجتماعی و شبکه‌های اقتصادی به دورترین نقاط و مرزهای جهان ببینیم. دنیای ما به‌راستی پیوندی جهانی پیدا کرده است. با گسترش سریع تلویزیون ماهواره‌ای، تلفن همراه و اینترنت، کشورهای در حال توسعه^۱ مانند چین و هند به سرعت در حال تبدیل شدن از جوامع پیشاصنعتی^۲ به جوامع صنعتی انبوه و تا حدی حتی جوامع شبکه‌ای پساصنعتی^۳ هستند. شبکه‌های ارتباطی برخط آن قدر برای مدیریت سایر زیرساخت‌های جامعه حیاتی شده‌اند که در جنگ‌های آینده خاموش کردن آن‌ها بسیار مؤثرتر از بمباران سایر زیرساخت‌های مادی است.

تکامل شبکه‌ها در جامعه دارای سه مرحله است؛ در اولین مرحله، همان‌طور که قبلاً در مورد تلفن گفته می‌شد افراد از طریق رسانه متصل می‌شوند. امروزه این اتصال توسط شبکه‌های رایانه‌ای مانند اینترنت تحقق می‌یابد. مرحله دوم اتصال اشیاء است. این کار به‌وسیله اینترنت اشیاء انجام می‌شود. مرحله سوم و آخرین مرحله این است که خود ما،

1. developing countries
2. pre-industrial societies
3. post-industrial network societies