



ketabTala



انتشارات مسوره مهر

وابسته به حوزه هنری

www.konoon.com

تهران - خیابان خدیجه

خیابان رشید، شماره ۲۳

صفحه پستی: ۱۹۸۰۳۸۹

معماری: ۲۰۰۳۳۹

تلفن: ۸۷۷۲

فکس: ۸۷۷۸۸۱

تلفن مرکز پخش: خط ۱

۸۸۸۸۸۷

۰۰۰۰۰۰۰۰

۰۰۰۰۰۰۰۰

۰۰۰۰۰۰۰۰

۰۰۰۰۰۰۰۰

۰۰۰۰۰۰۰۰

۰۰۰۰۰۰۰۰

۰۰۰۰۰۰۰۰

۰۰۰۰۰۰۰۰

۰۰۰۰۰۰۰۰

۰۰۰۰۰۰۰۰

۰۰۰۰۰۰۰۰

۰۰۰۰۰۰۰۰

۰۰۰۰۰۰۰۰

۰۰۰۰۰۰۰۰

۰۰۰۰۰۰۰۰

۰۰۰۰۰۰۰۰

۰۰۰۰۰۰۰۰

۰۰۰۰۰۰۰۰

۰۰۰۰۰۰۰۰

۰۰۰۰۰۰۰۰

۰۰۰۰۰۰۰۰

۰۰۰۰۰۰۰۰

۰۰۰۰۰۰۰۰

۰۰۰۰۰۰۰۰

۰۰۰۰۰۰۰۰

۰۰۰۰۰۰۰۰

۰۰۰۰۰۰۰۰

۰۰۰۰۰۰۰۰

۰۰۰۰۰۰۰۰

۰۰۰۰۰۰۰۰

۰۰۰۰۰۰۰۰

۰۰۰۰۰۰۰۰

۰۰۰۰۰۰۰۰

۰۰۰۰۰۰۰۰

۰۰۰۰۰۰۰۰

۰۰۰۰۰۰۰۰

۰۰۰۰۰۰۰۰

۰۰۰۰۰۰۰۰

۰۰۰۰۰۰۰۰

۰۰۰۰۰۰۰۰

۰۰۰۰۰۰۰۰

۰۰۰۰۰۰۰۰

۰۰۰۰۰۰۰۰

۰۰۰۰۰۰۰۰

۰۰۰۰۰۰۰۰

۰۰۰۰۰۰۰۰

۰۰۰۰۰۰۰۰

۰۰۰۰۰۰۰۰

۰۰۰۰۰۰۰۰

۰۰۰۰۰۰۰۰

۰۰۰۰۰۰۰۰

۰۰۰۰۰۰۰۰

۰۰۰۰۰۰۰۰

پژوهشکده فرهنگ و هنر اسلامی

کنش جسمی آنلاین

در رسانه های اجتماعی

ترجمه و گزینش: منوچهر ابرو طالب صفیری شریانی

ناظر علمی: مجید سلیمانی ساسانی

طراح جلد: صادق حمدانی

چاپ: صحافی و لیتوگرافی، واژه پرداز اندیشه

چاپ: اول، ۱۳۰۹

شمارگان: ۵۰۰ نسخه

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۳-۲۸۷۸-۶

گروه نشر: هنری

تهران، خیابان سعید، رسیده به خیابان حافظ

جنب حوزه هنری، شماره ۲۲۵، تلفن: ۸۸۲۹۷۹۸۲

گروه نشر: هنری

تهران، میدان انقلاب، جنب سولماز بهمن، شماره ۱۲۲

تلفن: ۸۷۷۲۵۲۸۰۹

گروه نشر: هنری

تهران، میدان انقلاب، سولماز ساحل، آدپستی: ۸۷۷۷۷۷۷۷

تلفن: ۰۲۱-۸۷۷۷۷۷۷۷

ناشر: پژوهشکده فرهنگ و هنر اسلامی
تهران، خیابان سعید
حوزه هنری
آدپستی: ۱۹۸۰۳۸۹



کتاب ها در زمین ریشه دارند

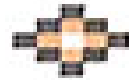
مطبوعاتی: انتشارات مسوره مهر و سازمان مطبوعاتی
پخش: مرکز پخش خط ۱



تلفن و چاپ: وابسته به حوزه هنری

شماره تماس: پژوهشکده فرهنگ و هنر اسلامی، ۰۲۱-۸۷۷۷۷۷۷۷

فهرست مطالب



پیشگفتار پژوهشکده فرهنگ و هنر اسلامی	۱۳
مقدمه مترجم	۱۵



بخش اول: کنش جمعی آنلاین، مفاهیم بنیادی و چارچوب‌ها

فصل اول: رسانه اجتماعی چیست: دیدگاهی انتقادی	۲۳
۱. چکیده	۲۳
۲. مقدمه	۲۴
۳. رسانه‌های اجتماعی به مثابه فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات (فارا)	۲۴
۴. رسانه‌های اجتماعی به مثابه نهاد	۲۴
۵. رسانه‌های اجتماعی به مثابه رسانه	۲۴
۶. مراقبه جبرگرایی رسانه‌های اجتماعی باشد	۲۰
منابع	۲۶



فصل دوم: کنش جمعی در عصر دیجیتال: یک نوع‌شناسی مبتنی بر کنشگر

۱. چکیده	۲۹
۲. مقدمه	۵۰
۳. گونه‌های پایه‌ای کنشگران اجتماعی	۵۲
۱-۳. افراد	۵۳
۲-۳. سازمان‌ها	۵۷
۳-۳. تشکلهای جمعی	۵۹
۴. چیمپ‌های سازمان‌نیافته و رفتار جمعی	۶۱
۱-۲. گونه‌های رفتار جمعی در فضای وب: توده‌ها، انبوه‌ها، عموم	۶۶
۲-۲. بنیادهای رفتار جمعی: زیرساخت‌های امر جمعی	۶۳
۵. کنشگران جمعی و کنش جمعی	۶۸
۱-۵. انواع کنش جمعی در فضای وب: اجتماعات و جنبش‌ها	۶۸
۲-۵. بدیان‌های کنش جمعی: نهادی شدن امر جمعی	۷۱
۶. نتیجه‌گیری: شکل‌گیری و نهادینه شدن اجتماعی. تکنیکی امر جمعی در اینترنت	۸۰
منابع	۸۵



فصل سوم: اینترنت و فهرست‌های کنش‌جیش‌های اجتماعی، فرصت‌ها و محدودیت‌ها	۹۳
۱. چکیده	۹۳
۲. مقدمه	۹۴
۳. نوع‌شناسی فهرست‌کنش‌های دیجیتال شده جدید	۹۴
۱-۳. وجه یک. پشتیبانی شده توسط اینترنت در مقابل میثقی بر اینترنت	۱۰۰
۲-۳. وجه دو. استانه بالا در مقابل استانه پایین	۱۰۰
۲. فهرست‌کنش‌های دیجیتال شده، ضروری فشرده بر امکان‌های به وجود آمده	۱۰۶
۱-۲. چهارک اول. کنش‌های با استانه پایین حمایت‌شده توسط اینترنت	۱۰۳
۲-۲. چهارک دوم. کنش‌های با استانه بالا حمایت‌شده توسط اینترنت	۱۰۶
۳-۲. چهارک سوم. کنش‌های میثقی بر اینترنت با استانه پایین	۱۱۰
۴-۲. چهارک چهارم. کنش‌های میثقی بر اینترنت با استانه بالا	۱۱۲
۵. محدودیت‌های اینترنت و فهرست‌کنش‌های جیش‌های اجتماعی	۱۱۸
۱-۵. شکاف دیجیتال تا هنوز	۱۱۹
۲-۵. اینترنت این کنش را هنوز به اندازه کافی آسان نکرده است	۱۲۰
۳-۵. اینترنت این کنش را بیش از حد ساده کرده است	۱۲۱
۴-۵. رسانه‌های جدید، فوبدگی خود را از دست می‌دهند	۱۲۲
۵-۵. اینترنت فقط گروه‌های ضعیف تولید می‌کند	۱۲۳
۶. نتیجه‌گیری	۱۲۳
منابع	۱۲۷



فصل چهارم: جیش‌های اجتماعی، سرشتار اجتماعی - تکنیکی کنش جمعی

۱. چکیده	۱۳۷
۲. مقدمه	۱۳۷
۳. جیش‌های اجتماعی، دسته‌بندی‌های میثقی، محصلت‌های جدید و نقاط کور	۱۴۰
۱-۳. کنش جمعی، دسته‌بندی‌های اجتماعی میثقی و غلظت‌های آن‌ها	۱۴۰
۲-۳. کنش انحصاری و بزرگی‌های جدید اجتماعی - تکنیکی و نقاط کور آن‌ها	۱۴۴
۴. جیش‌های اجتماعی و اینترنت، فناوری‌های دگرگون‌کننده و ظهور جامعه جویی به لحاظ فنی پیشرفته	۱۴۸
۱-۴. ظرفیت‌های ساخت‌بندی و فاعده‌سازی فناوری رسانه اجتماعی به مثابه زیرساخت و نهاد	۱۵۰
۲-۴. جامعه جویی به لحاظ فنی پیشرفته، رسانه اجتماعی و فهرست‌بسط یافته کنش‌های یک جیش	۱۵۸
۵. بازیابی جیش‌های اجتماعی، اینترنت، رسانه‌های اجتماعی و سرشتار اجتماعی - تکنیکی کنش جمعی	۱۶۶
منابع	۱۷۳



فصل پنجم: شبکه اجتماعی، اهمیت گروه‌های ضعیف و لوی برای تحرک در رسانه‌های اجتماعی

۱. چکیده	۱۸۱
۲. مقدمه	۱۸۲
۳. گروه‌های بی‌افردی	۱۸۳
۴. رسانه‌های اجتماعی و شبکه‌های اجتماعی	۱۸۶
۵. شبکه‌های اجتماعی، گروه‌های بی‌افردی و تحرک در رسانه‌های اجتماعی	۱۸۹
۶. شبکه‌ای می‌دهیم؟	۱۹۲
منابع	۱۹۷



بخش دوم: موردکاوی‌های کنش جمعی آنلاین

فصل ششم: استفاده از توئیتر برای بسیج کنش اعتراضی، الگوهای تحرک آنلاین و فهرست کنش در جنبش‌های اشتغال وال استریت، اپند تکنا روس و آگنانک نیزینوی	۲۰۱
۱. چکیده	۲۰۱
۲. مقدمه	۲۰۲
۳. اینترنت و دیپامینگ اعتراضی	۲۰۴
۳-۱. تغییر و تحول در بسیج و تحرک سیاسی	۲۰۴
۳-۲. تحول در سازماندهی و هماهنگی سیاسی	۲۰۶
۳-۳. مکتبده سیاسی و توزیع اطلاعات	۲۰۷
۴. بسیج‌آوری داده: کدگذاری و روش‌های تحلیل	۲۰۸
۴-۱. انتخاب موردها	۲۰۸
۴-۲. بسیج‌آوری داده و نمونه برداری	۲۰۹
۴-۳. تعریف دسته‌ها	۲۱۰
۴-۴. کدبندی و آزمون‌های پایایی بین کدگذاران	۲۱۱
۴-۵. روش تحلیل	۲۱۲
۵. نتایج	۲۱۳
۶. نتیجه و بحث	۲۲۹
منابع	۲۳۵



فصل هشتم: رسانه‌های اجتماعی و تصمیم برای مشارکت کردن یا نکردن در اعتراضات سیاسی	۲۴۱
مشاهداتی از میدان تحریر	
۱. چکیده	۲۴۱
۲. مقدمه	۲۴۱
۳. رسانه‌های اجتماعی و اعتراض سیاسی در مصر	۲۴۲
۴. ظهور یک نظام ارتباط سیاسی جدید	۲۴۲
۵. روش	۲۴۸
۵-۱. نمونه	۲۴۸
۵-۲. رویه‌ها	۲۵۰
۵-۳. پرسشنامه و مقیاس‌ها	۲۵۰
۶. یافته‌ها	۲۵۱
۶-۱. چه کسی به میدان تحریر رفت؟	۲۵۱
۶-۲. دسترسی به رسانه‌ها و استفاده عمومی یا ویژه در جهت اهداف اعتراضی	۲۵۳
۶-۳. خیرباد شدن از اعتراضات و شرکت در آن	۲۵۲
۶-۴. مسئولیت‌سازي اعتراضات	۲۶۰
۷. بحث	۲۶۲
منابع	۲۶۶



فصل هشتم: رسانه‌های اجتماعی و سازمان‌کنش جمعی	۲۷۲
استفاده از توئیتر برای بررسی بوم‌سازی دو اعتراض در مورد تغییرات اقلیمی	
۱. چکیده	۲۷۳
۲. مقدمه	۲۷۴
۳. زمینه‌سازي انقلاب‌های توئیتری	۲۷۶
۴. رونق چندگانه توئیتر در بوم‌سازی‌کنش‌های اعتراضی	۲۷۸
۵. توئیتر به مثابه مدار و گار شبکه‌سازی عرضی پیم	۲۸۳
۶. فرایند‌های دروازه‌بانی در فضای اعتراضی توئیتری	۲۹۰
۷. چگونگی توئیتر بازتاب دهنده دینامیک متغیر در بوم‌سازی‌های اعتراضی است	۲۹۵
۸. نتیجه‌گیری	۲۹۹
منابع	۳۰۶

پیشگفتار پژوهشکده فرهنگ و هنر اسلامی

رسانه‌های اجتماعی جهانی جدید را خلق و نظام ارتباطات اجتماعی را متحول کرده‌اند. آن‌چنان‌که اکثر افراد را می‌توان کاربران رسانه‌های اجتماعی تلقی کرده کاربرانی که از نقش مخاطبان رسانه‌های جمعی عبور کرده‌اند و هم‌زمان نقش تولیدکننده و مصرف‌کننده محتوای رسانه‌ای را ایفا می‌کنند و استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای آنان به‌عنوان امری روزمره است. تا آنجا که بسیاری از کنش‌های سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی آنان در ارتباط با رسانه‌های اجتماعی تعریف می‌شود و بسیاری خدمات خود را از طریق این رسانه‌ها دریافت می‌کنند. آن‌گونه که بدون رسانه‌های اجتماعی بسیاری از امور روزمره مختل می‌شود و به‌واقع این رسانه‌ها سبک جدیدی از زندگی را برای کاربران خود به ارمغان آورده‌اند.

در همین زمینه، گروه مطالعات رسانه پژوهشکده فرهنگ و هنر اسلامی نیز با توجه به اهمیت پژوهش در حوزه رسانه‌های اجتماعی جدید، فعالیت‌های گسترده را در حوزه «مطالعات رسانه‌های اجتماعی» آغاز کرده است تا اندکی از فقر و فقدان ادبیات نظری در این حوزه کاسته شود. بخشی از این فعالیت پژوهشی متوجه نقش رسانه‌های اجتماعی در ظهور مرجعیت‌های جدید و حوزه‌های اثرگذاری سلبریتی‌ها و همچنین «بازی‌های رایانده‌ای» است. بخش دیگر فعالیت‌های پژوهشی گروه مطالعات رسانه در این حوزه نیز بر مطالعات نظری، تجربی و انتقادی رسانه‌های اجتماعی تمرکز دارد.

از این رو، کتاب حاضر نیز یکی از آثار این مجموعه است که مسئله تحلیل کنش‌های جمعی را در رسانه‌های اجتماعی بی‌گرفته است. این کتاب تأکید می‌کند که فناوری یکی از مؤلفه‌های مهم و جدید تحلیل کنش جمعی است و چنان مؤلفه تأثیرگذاری است که امروزه ما را با سنخ جدیدی از کنش جمعی مواجه کرده است؛ که آن را می‌توان «کنش جمعی آنلاین» تلقی کرد. با این حال، حوزه مطالعات رسانه‌های اجتماعی در پژوهشکده فرهنگ و هنر اسلامی به این اثر محدود نخواهد شد و هم‌زمان آثار دیگری درباره تحولات رسانه‌های اجتماعی در آینده سینما و شبکه‌های اجتماعی پخش ویدئو، فیلم و برنامه‌های تلویزیونی و بازی‌های رایانه‌ای و همچنین آثاری انتقادی در تحلیل نسبت جهان رسانه‌های اجتماعی با سرمایه‌داری و اقتصاد دیجیتال در حال انجام است که به‌زودی منتشر خواهد شد.

در پایان، از تلاش‌های آقای ابوطالب سفدری شریبانی در ترجمه این اثر و همچنین گزینش متون دیگر برای ترجمه در حوزه مطالعات رسانه‌های اجتماعی کمال قدردانی را داریم. امید است که فعالیت‌های پژوهشی پژوهشکده فرهنگ و هنر اسلامی در حوزه «مطالعات رسانه‌های اجتماعی» با جدیت ادامه یابد تا از این رهگذر امکان‌های جدیدی برای فهم مسائل جدید ارتباطات اجتماعی و مطالعات رسانه‌ها فراهم شود.



مسئله اصلی کتاب حاضر یکی از پدیده‌های عمده‌ای است که از اجتهاد یهودی آلمان نازی منبسط می‌شود.

مسئله کتبخ‌های جمعی

کتبخ جمعی عبارت است از هر نوع فعالیت که

شهودان اجتهاد منبسط تا در تولید کتاب‌های عمومی مشارکت کنند.

از مسأله‌ی این کتبخ‌های جمعی می‌توان به کتاب کتبخ‌های سیاسی

با توجه به قانون اساسی یک‌پارچه، شرکت در فعالیت‌های و نظارت

و نیز حمایت کردن یا تکرار از یک فعالیت یا رفتار اشاره کرد.

در این کتاب، مسئله کتبخ‌های جمعی در سطح کلان بررسی شده است.

اما در این میان، یک مؤلفه اساسی

در تعریف کتبخ‌های جمعی وجود دارد: فناوری

فناوری چندان مؤلفه تکمیلی است که

امروزه ما با آن سطح جدیدی از کتبخ جمعی مواجه گردیم.

کتبخ جمعی کلان

مشخصاً فناوری‌های ارتباطات و اطلاعات فعالیت

از طریق ارائه پلتفرم‌های شبکه‌های اجتماعی

در دو دهه اخیر، تکرار جلوه‌های بر کتبخ‌های جمعی

توجه و تقسیم این کتبخ‌ها و نحوه شکل‌گیری آن‌ها گنجانده است.

