



نقشه جامع چارچوب مفهومی

پژوهش در فضای مجازی

دفتر اول: فلسفه فضای مجازی

دفتر دوم: اقتصاد فضای مجازی

دفتر سوم: فرهنگ فضای مجازی

مرکز مطالعات و آینده پژوهی

سازمان فضای مجازی سراج

فهرست مطالب

پیشگفتار	۲۰
دفتر اول: فلسفه فضای مجازی	۲۴
پیشگفتار دفتر اول (فلسفه)	۲۶
فصل اول: چارچوب و نقشه‌ی فلسفه	۲۸
بخش ۱: مقدمه	۲۹
دشواری چارچوب مفهومی فلسفه‌ی فضای سایبری	۲۹
سه پیش‌فرض هر چهارچوب مفهومی	۲۹
فلسفه‌ی فضای سایبر چه نسبتی را با این سه پیش‌فرض برقرار می‌کند؟	۲۹
یک چارچوب مفهومی برای فلسفه‌ی سایبر، پیش‌فرض اول و دوم را می‌پذیرد	۳۰
پدیدآمدن یک دشواری در مواجهه با پیش‌فرض اول	۳۰
فلسفه یک امر بی‌تعریف است: پیش‌تأملی و تعریف‌کننده	۳۱
حل دشواری	۳۱
دو راه حل ابتدایی در حل دشواری:	۳۱
این مقدمه بر آن است که با تغییر اولین پیش‌فرض، از مسئله‌ی چیستی به مسئله‌ی چگونگی بپردازد	۳۱
تمایز میان چیستی و چگونگی: تولید روابط مفهومی و کشف روابط مفهومی	۳۲
چارچوب مبتنی بر چگونگی خودش یک پروژه‌ی تحقیقاتی است	۳۲
چیزتی فلسفه‌ی سایبری در پایان پروسه‌ی فهم چگونگی محقق می‌شود	۳۲
ساختار پژوهش	۳۳
هشت سوال بنیادین این نوشتار	۳۴
نقطه‌ی آغاز پژوهش	۳۵
تعریف امر سایبر، فضای سایبر و فلسفه‌ی سایبر	۳۶
بخش ۲: شبکه‌ی چارچوبی مفاهیم امر سایبر	۳۸
این بخش نسبت میان امر سایبر و فلسفه‌ی سایبر را تبیین می‌کند	۳۸
آشکارشدن چهارسنگ از نسبت: اتمی، هسته‌ای، پوسته‌ای و جوی	۳۹
تعریف شبکه:	۴۰
شبکه‌ی اتمی سوالات امر سایبری	۴۰
امر یا برساخت سایبری مجموعه‌ای است از سوالات	۴۰
شبکه‌ی اتمی: مجموعه‌ی سوالاتی که یک امر سایبری ایجاد می‌کند و در سطوح مختلف عرضه می‌کند	۴۱
سه نتیجه‌ی شبکه‌ی اتمی	۴۲
شبکه‌ی هسته‌ای مفاهیم یک فلسفه	۴۳
شبکه‌ی هسته‌ای، مجموعه‌ی مفاهیمی است که یک فیلسوف به طور انحصاری برای امر یا فضای سایبری ارائه می‌دهد	۴۳
دو مفهوم یکسان در دو فیلسوف متمایز دو معنای متمایز را ایجاد می‌کنند	۴۴

- سه نتیجه‌ی شبکه‌ی هسته‌ای ۴۵
- شبکه‌ی پوسته‌ای مفاهیم مشترک فلسفی ۴۶
- ما هنوز به چپستی فلسفه‌ی فضای سایبری دست نیافته‌ایم ۴۶
- آیا میان تمایزهای مفهومی فلاسفه، شباهت نیز وجود دارد؟ ۴۶
- اشتراکات مفهومی فلاسفه در تاریخ فلسفه و فلسفه‌ی فضای سایبری ۴۷
- سه نتیجه‌ی شبکه‌ی پوسته‌ای ۴۸
- شبکه‌ی جوی حوزه‌های فلسفه‌ی سایبر ۴۸
- دو ویژگی حوزه‌های فلسفه‌ی سایبر ۴۸
- یک چارچوب مفهومی بدون فهم شبکه‌ی نسبت‌های میان امور سایبر، مفاهیم منحصر به فرد و مفاهیم مشترک که در حوزه‌های عام فلسفه‌ی سایبر عرضه می‌شوند، ناکارآمد خواهد بود ۴۹
- شبکه‌ی عام تمام نسبت‌های میان امر سایبر و فلسفه‌ی سایبر وجود دارد: شبکه‌ی جوی ۴۹
- حوزه‌های عام فلسفه خود وظیفه‌ی تولید سوال از امر سایبر را بر عهده دارند ۵۰
- تعریف ابتدایی‌ای از فلسفه‌ی سایبر ۵۰
- بخش ۳: شبکه‌ی چارچوبی فلاسفه‌ی سایبر ۵۲**
- نمی‌توان بدون در نظر گرفتن نسبت‌های میان فیلسوف و فلسفه‌ی سایبر، به فهمی از فلسفه‌ی سایبر دست یافت ۵۳
- در این بخش چهار شبکه‌ی نسبت‌های میان فیلسوف و امر سایبر تحت بررسی قرار می‌گیرد: ۵۳
- شبکه‌ی اتمی فلاسفه‌ی سایبر ۵۴
- مراد از شبکه‌ی اتمی فلاسفه‌ی سایبر: مجموعه‌ی نسبت‌های میان فیلسوف با امر و فلسفه‌ی سایبر ۵۴
- شبکه‌ی هسته‌ای فلاسفه‌ی سایبر ۵۵
- شبکه‌ی هسته‌ای فلاسفه، مجموعه‌ی نسبت‌های میان فلاسفه‌ی سایبر با یکدیگر (اعم از تقابل، نفی، تایید، هم پژوهش و ...) است ۵۶
- شبکه‌ی پوسته‌ای بسترهای فلاسفه‌ی سایبر ۵۶
- بسترهای فلاسفه روابط میان فلاسفه را مقدور می‌سازند ۵۷
- شبکه‌ی پوسته‌ای یک شبکه‌ی انفعالی محض نیست: آن‌ها فعالانه به مسیر پژوهش فلسفه‌ی سایبر جهت می‌دهند ۵۷
- شبکه‌ی جوی مکاتب فلاسفه‌ی سایبر ۵۸
- شبکه‌ی جوی فلاسفه‌ی سایبر، مکاتبی هستند که فلاسفه در آن‌ها و به واسطه‌ی آن‌ها اندیشه می‌کنند ۵۸
- مکاتب فلسفی به مفاهیم مشترک و حوزه‌های عام فلسفه‌ی سایبر معنا می‌بخشند ۵۸
- مکاتب فلسفی کلان‌ترین اشتراک میان فلاسفه قلمداد می‌شوند ۵۹
- تعریف نهایی از فلسفه‌ی سایبر ۵۹
- بخش ۴: رابطه‌ی دو شبکه‌ی چارچوبی فلسفه‌ی سایبر و فلاسفه‌ی سایبر ۶۱**
- تولید فلسفه‌ی سایبر ۶۱
- جگونگی تولید فلسفه‌ی سایبر: مجموعه‌ی عناصر شخصی، اجتماعی، سازمانی و تاریخی در مواجهه با امر سایبر منجر به تولید مجموعه‌ای از مفاهیم منحصر به فرد، مفاهیم مشترک و حوزه‌های عام فلسفی می‌شوند ۶۲
- گسترش فلسفه‌ی سایبر ۶۲
- منطقی گسترش فلسفه‌ی سایبر منطق «تولید سوال» است ۶۳
- این فلسفه‌ی سایبری است که موجب زایش سوالات سایبری برای فیلسوف می‌شود ۶۳

- فیلسوف فلسفه‌ی سایبری را تولدی می‌کند و فلسفه‌ی سایبری موجب شکل‌گیری فیلسوف می‌شود ۷۴
- ۹ علتِ ضعفِ ادبیاتِ فضای سایبری ۷۵
- چارچوبِ مفهومیِ فلسفه‌ی فضای سایبری ۷۵
- چارچوبِ مفهومیِ فلسفه‌ی سایبر، مجموعه‌ی نسبت‌های میانِ فیلسوفِ سایبری با فلسفه‌ی سایبری است ۷۷
- امرِ ثالث؟ ۷۷
- آیا غیر از امرِ سایبری اشیاء و امورِ دیگری نیز موجود هستند؟ ۷۷
- آیا غیر از فلسفه‌ی سایبری، فلسفه‌های دیگری نیز موجود هستند؟ ۷۷
- چه نسبتی میانِ اشیاءِ غیرِ سایبری با اشیاءِ سایبری و هم‌چنین فلسفه‌های غیرِ سایبری با فلسفه‌های سایبری وجود دارد؟ ۷۷
- بخش ۵: نقشه‌ی فلسفه و انسان ۷۸**
- شبکه‌ی روابطِ فلسفه با تمامِ اشیاء جهان ۷۸
- چارچوبِ مفهومیِ هر فلسفه‌ی فرضی ۷۹
- شبکه‌ی فضاییِ فلاسفه: شبکه‌ای نامتناهی که در آن همه‌ی فلاسفه به حسبِ فیلسوف بودن با یکدیگر در ارتباط هستند ۷۹
- شبکه‌ی فلسفه‌های تولید شده از تمامِ اشیاء جهان ۷۹
- شبکه‌ی فضاییِ فلاسفه: شبکه‌ای نامتناهی که در آن همه‌ی فلسفه‌ها به حسبِ فلسفه‌بودن با یکدیگر در ارتباط هستند ۷۹
- نقشه‌ی فلسفه: فیلسوف به جهان می‌اندیشد و فلسفه را تولید می‌کند ۷۲
- تمایزِ چارچوب و نقشه ۷۲
- مراد از نقشه: مجموعه‌ی روابطِ نامتناهی ۷۲
- بدونِ توجه به نقشه‌ی فلسفه (مجموعه‌ی نسبت‌های نامتناهیِ فلسفه) نمی‌توان چارچوبِ فلسفه‌ی سایبر را به درستی فهم کرد ۷۳
- نقشه امری کشف‌شدنی است که چارچوب بر روی آن بنا می‌شود و وظیفه‌ی اکتشاف را بر عهده می‌گیرد ۷۴
- به واسطه‌ی ویژگیِ نامتناهی و کشف‌شدنیِ نقشه، هر چارچوبی که بر روی آن قرار می‌گیرد در طیِ پروسه‌ی کشف بسط می‌یابد ۷۴
- دو نسبتِ نقشه و چارچوب: نسبتِ عمقی (پرشدنِ چارچوب در پروسه‌ی تحقیقاتی) و نسبتِ رشدی (تکاملِ مفهومیِ چارچوب) ۷۵
- شی و انسان ۷۵
- آیا یک شی یا امر تنها سوالِ فلسفی را ایجاد می‌کند؟ ۷۵
- آیا نقشه‌ی بزرگ‌تری نسبت به نقشه‌ی فلسفه وجود دارد؟ یعنی نقشه‌ای که شبکه‌ی روابطِ فلسفه با دیگر امورِ بشری را پوشش دهد؟ ۷۷
- شبکه‌ی مطلق: مجموعه‌ی روابطِ میانِ تمامِ انسان‌ها و تمامِ حوزه‌های دانش با تمامِ امور و اشیاء جهان ۷۷
- بخش ۶: چارچوبِ تحقیقیِ فلسفه‌ی سایبر: نسبتِ عمقی ۷۹**
- چارچوبِ مفهومیِ شاکله‌ای فرمال است که هیچ اطلاعاتی از جهان به ما نمی‌دهد ۷۹
- چارچوبِ مفهومیِ منجر به تولیدِ چارچوبِ تحقیقی می‌شود ۷۹
- چارچوبِ تحقیقیِ منجر به پرشدن و انضمامی شدنِ چارچوبِ مفهومی می‌شود ۸۰

توصیفی است	۸۰
این بخش چهار شبکه‌ی تحقیقی را تبیین می‌کند: شبکه‌ی تحقیقی اتمی، شبکه‌ی تحقیقی هسته‌ای، شبکه‌ی تحقیقی پوسته‌ای و شبکه‌ی تحقیقی جوی	۸۱
تحقیق اتمی	۸۱
شبکه‌ی تحقیقی اتمی شامل دو شبکه است: شبکه‌ی تحقیقی اتمی امر سایر و شبکه‌ی تحقیقی اتمی فلاسفه‌ی سایر	۸۱
سطح اول تحقیق (احصاء اشیاء سایر): اول) چه امری در میان افواه و لاسفه امر سایر تلقی می‌شود؟ و دوم) چه اموری از امور سایر، مربوط به حال هستند و چه اموری مربوط به آینده هستند؟	۸۲
سطح دوم تحقیق (استخراج سوالات): اول) استخراج سوال از خود شی و دوم) استخراج سوالات فلاسفه از یک شی	۸۲
سطح سوم تحقیق (استخراج شبکه‌ی اتمی): اول) نسبت‌های فضای سایر و دوم) نسبت‌های سوالات سایر	۸۳
سطح اول تحقیق (احصاء فلاسفه): اول) فلاسفه‌ی کهنه‌نگر و دوم) فلاسفه‌ی نوگر	۸۴
سطح دوم تحقیق (شناخت منابع تولیدشده): اول) منابع دست اول و دوم) منابع دست دوم	۸۴
سطح سوم تحقیق (شناخت زمینه‌ی فکری): اول) تاریخ زیستی فیلسوف و دوم) تاریخ فلسفی فیلسوف	۸۴
تحقیق هسته‌ای	۸۶
سطح اول تحقیق (شناخت مفاهیم بنیادین یک فلسفه): اول) مفاهیم بدیع و دوم) مفاهیم کهنه	۸۶
سطح دوم تحقیق (شناخت مفاهیم پوسته‌ای): اول) مفاهیم سائیری و دوم) مفاهیم غیر سائیری	۸۷
سطح سوم تحقیق (شناخت مفاهیم مکتبی): اول) استفاده‌ی ساختاری از مکتب و دوم) گسترش مکتب	۸۷
تحقیق پوسته‌ای	۹۰
تحقیق اتمی و هسته‌ای فاز اول چارچوب تحقیقی هستند و تحقیق پوسته‌ای و جوی فاز دوم تحقیق هستند	۹۰
سطح اول تحقیق (شناخت مفاهیم مشترک فلسفی): اول) مفاهیم سائیری و دوم) مفاهیم غیر سائیری	۹۱
سطح دوم تحقیق (مفاهیم مشترک علوم انسانی): اول) مفاهیم سائیری و دوم) مفاهیم غیر سائیری	۹۱
سطح سوم تحقیق (مفاهیم مشترک تمام علوم): اول) سائیری و دوم) غیر سائیری	۹۱
سطح اول تحقیق (شناخت مراکز پژوهشی): اول) مراکز فعال و دوم) مراکز منفعل	۹۲
سطح دوم تحقیق (شناخت مراکز سیاست‌گذاری): اول) دولتی و دوم) غیر دولتی	۹۲
سطح سوم تحقیق (شناخت مراکز تکنیکی): اول) مراکز علم‌بنیان و دوم) مراکز بازار بنیان	۹۴
تحقیق جوی	۹۵
سطح اول تحقیق (احصاء حوزه‌های عام): اول) پیشینی و دوم) پسینی	۹۶
سطح دوم تحقیق (شناخت تاثیر حوزه‌های عام): اول) حوزه‌های پررنگ و دوم) حوزه‌های کم‌رنگ	۹۶
سطح سوم تحقیق (شناخت نسبت‌های حوزه‌های عام): اول) درونی و دوم) بیرونی	۹۶
سطح اول تحقیق (احصاء مکتب‌های فلسفه‌ی سایر): اول) پیشینی و دوم) پسینی	۹۷
سطح دوم تحقیق (شناخت تاثیر مکتب‌ها): اول) مکتب‌های پررنگ و دوم) مکتب‌های کم‌رنگ	۹۷
سطح سوم تحقیق (شناخت نسبت مکتب‌ها): اول) نسبت‌های درونی و دوم) نسبت‌های بیرونی	۹۷
بخش ۷: نقشه‌ی تحقیقی فلسفه‌ی سایر: نسبت رشدی	۱۰۰
تمايز چارچوب و نقشه‌ی مفهومی	۱۰۰
تعریف چارچوب تحقیقی	۱۰۰
این بخش به نقشه‌ی تحقیقی می‌پردازد	۱۰۰

یادآوری: تمایز چارچوب و نقشه	۱۰۱
چارچوب تحقیقی حیطه‌ای متناهی از تحقیقات نامتناهی نقشه‌ای است	۱۰۱
مثالی از یک تحقیق نقشه‌ای	۱۰۲
تعریف نقشه‌ی تحقیقی: تحقیقی که نسبت میان حوزه‌های درون فلسفه‌ی سایر با حوزه‌های خارج از آن را مورد	
مذاقه قرار می‌دهد	۱۰۲
تحقیق نقشه‌ای موجب بسط چارچوب مفهومی (و به تبع آن چارچوب تحقیقی) می‌شود	۱۰۲
پروژه‌ی رشد چارچوب مفهومی به واسطه‌ی تحقیقات نقشه‌ای، «نسبت رشدی» است	۱۰۴
مثال زمین، منظومه‌ی شمسی و کیهان	۱۰۴
در حالی که شبکه‌های چارچوبی (اتمی، هسته‌ای، پوسته‌ای و جوی) زمین (فلسفه‌ی سایبری) را تحلیل می‌کنند، شبکه	
های فضایی و مطلق نسبت زمین با کیهان (فلسفه‌ی سایبری با تمام چیزهای موجود) را بررسی می‌کنند	۱۰۵
سطح اول) تحقیق فضایی مکاتب و حوزه‌های عام: (۱) نحوه‌ی تبدیل مکاتب فلسفی به مکاتب فلسفه‌ی سایبر، (۲)	
نحوه‌ی تبدیل مکاتب فلسفه‌ی سایبر به مکاتب فلسفی	۱۰۵
سطح دوم) تحقیق فضایی فلاسفه: (۱) نسبت فلاسفه‌ی غیر سایبر با فلسفه‌ی سایبر و (۲) نقش فلاسفه‌ی سایبر در	
حوزه‌های دیگر فلسفه	۱۰۶
سطح سوم) تحقیق فضایی فلسفه: (۱) نسبت فلسفه با فلسفه‌ی فضای سایبر و (۲) تاثیر فلسفه‌ی سایبر بر فلسفه	
سطح اول) تحقیق مطلق امور و اشیاء: (۱) نسبت اشیاء غیر سایبری با شی سایبر و (۲) نسبت شی سایبر با تولید شی	
جدید	۱۰۶
سطح دوم) تحقیق مطلق حوزه‌های بشری: (۱) نسبت حوزه‌های بشری با فلسفه‌ی سایبر و (۲) تاثیر فلسفه‌ی سایبر بر	
حوزه‌های بشری	۱۰۷
سطح سوم) تحقیق مطلق امور غیر جهانی: (۱) نسبت امر الهی با فلسفه و امر سایبر و (۲) جایگاه فلسفه‌ی سایبر در	
شناخت امر الهی	۱۰۷
تمایز میان دامنه، فاز، شبکه، سطح و سوال	۱۰۷
بخش ۸: نقشه و چارچوب اکتشافی فلسفه‌ی سایبر	۱۰۹
هشت بخش پیشین سه حوزه‌ی مفهومی، تحقیقی و توصیفی را واکاوی کردند	۱۰۹
این حوزه‌ها فلسفه‌ی سایبر را چون ابژه‌ای قابل شناخت در نظر می‌گرفتند	۱۰۹
حوزه‌ی «پژوهش اکتشافی» نه در پی شناخت بلکه در پی «تغییر فلسفه‌ی سایبر» است: به واسطه‌ی تولید فیلسوف	
.....	۱۱۰
چارچوب و نقشه‌ی اکتشافی را تنها خود فیلسوف می‌تواند ارائه کند	۱۱۰
بخش ۹: برنامه‌ی چهار پژوهش فلسفی	۱۱۲
فصل دوم: مبانی نقشه‌ی علوم سایبری (نقشه‌ی اتحادی)	۱۲۴
بخش ۱: مقدمه	۱۲۵
لزوم کلیت یافتن چارچوب گروه فلسفه	۱۲۵
تمایز میان سه کلیت: سازمان، مرکز و گروه	۱۲۵
چارچوب اتحادی: کلیت‌یابی گروه‌های مرکز آینده‌پژوهی	۱۲۶
اهمیت و اهداف کلیت‌یابی مرکز آینده‌پژوهی	۱۲۶
تنها گروه فلسفه و خود فلسفه است که می‌تواند بنیاد اتحاد و کلیت‌یابی گروه‌های علمی مختلف را برپا سازد.	۱۲۷

ساختار این فصل چون راهبردی برای رسیدن به اتحاد میان علوم بر اساس مدل آینه‌گون ۱۲۷

بخش ۲: روشی برای وحدت ۱۲۸

روش وحدت‌بخش و مسئله‌ی ارتباط و اتصال ۱۲۸

سه ضرورت کلیت‌یابی مرکز آینده‌پژوهی ۱۲۸

ضرورت وحدت‌یابی مرکز و جریان مداوم اطلاعات به مثابه‌ی یک کلیت ۱۲۸

فلسفه می‌تواند کلیت را به مرکز عطا کند اما نمی‌تواند محصول یا نتیجه‌ی جزئی را ارائه دهد ۱۲۹

لزوم حفظ کلیت و جزئیت در آن واحد ۱۲۹

اگر نتوان یک بنیاد متحدبخش را یافت، آن‌گاه موازی‌کاری رخ می‌دهد ۱۲۹

مشکلات راه حل‌های بدوی در کلیت‌یابی مرکز آینده‌پژوهی ۱۳۰

مدل آینه‌ها می‌تواند ساختاری جهت وحدت و کلیت‌یابی مرکز آینده‌پژوهی را ارائه دهد ۱۳۰

مدل اتصال آینه‌ها ۱۳۰

اهمیت «نور، سایه و آینه» در تاریخ فلسفه به عنوان مدل‌های مفهومی ۱۳۱

مدل هستی‌شناختی افلاطون مبتنی بر نور، سایه و انعکاس است ۱۳۱

مدل افلاطون به او اجازه می‌دهد که بنیاد «کلیت هستی» و «معرفت به هستی» را واکاوی کند ۱۳۲

مدل‌های معرفت‌شناختی فلسفه، ذهن را چون یک آینه در نظر می‌گیرند ۱۳۳

می‌توان از دو مدل نوروسایننتیفیک و کانتی که هر دو آینه‌گون هستند نام برد ۱۳۴

تمایز مدل معرفت‌شناسانه و مدل معرفت‌شناسانه ۱۳۵

مدل مرکز آینده‌پژوهی یک مدل هستی‌شناسانه‌ی آینه‌گون است ۱۳۵

علوم چیزی جز آینه‌های هستی و حقیقت نیستند ۱۳۵

تمایز میان هستی‌بی‌تفاوت، بنیان‌گذاری فلسفه و آنتولوژی‌های منطقه‌ای ۱۳۶

مدل آینه‌ها مدلی است که روابط میان هستی بی‌تفاوت، فلسفه و علوم را برپا می‌سازد ۱۳۶

نور همان هستی بی‌تفاوت است، آینه همان علوم است و انعکاس ماحصل و نتیجه‌ی علوم است ۱۳۷

بخش ۳: مرکز آینده‌پژوهی چون یک نظام آینه‌گون ۱۳۹

تعریف مفهوم‌های هارمونیک و ارگانیک به عنوان هدف‌های مدل آینه‌گون مرکز آینده‌پژوهی ۱۳۹

بنیان‌گذاری فلسفه به چه معناست؟ ۱۴۰

فلسفه است که زمین منطقه‌های آنتولوژیک علوم را مهیا می‌کند ۱۴۰

فلسفه نقش قلب تپنده‌های منطقه‌های علمی را بازی می‌کند که کل ارگانیزم را زنده نگاه می‌دارد ۱۴۰

بنیان‌گذاری فلسفه: شکل‌دادن به آینه‌های روبرو ۱۴۰

تمایز میان بنیان‌گذاری و تاسیس ۱۴۱

تبیین و وضع نقطه‌ی عزیمت ۱۴۲

نور و امر سایر ۱۴۲

در هر مدل آینه‌گون بایست سرچشمه و نور را پیدا کرد ۱۴۳

نور در هر منطقه‌ی آنتولوژیکی خودش را در یک طیف خاص نشان می‌دهد ۱۴۳

نور بی‌تفاوت حرکت خودش را بی‌تفاوت به هر مانعی ادامه می‌دهد ۱۴۳

امر سایبری نیز به عنوان یک نور نسبت به تحلیل‌های علمی ما بی‌تفاوت است ۱۴۴

بایست دید که نور در هستی‌های منطقه‌ای به چه چیزی تبدیل می‌شود ۱۴۴

سطح اتمی: سوالات امر سایبری به همان اندازه بی‌تفاوت هستند که خود امر سایبری بی‌تفاوت است ۱۴۵

- ۱۴۵.....سطح انعکاسی و مفاهیم منحصر به فرد.....
- ۱۴۵.....فلسفه به هستی بی تفاوت می پردازد اما خودش تفاوت زاست.....
- ۱۴۵.....سطح یک آینه همان سطح متفاوت کردن یک امر بی تفاوت است.....
- مفاهیم منحصر به فرد فلسفی سطح انعکاسی آینه‌ی فلسفه هستند که امر سایر بی تفاوت را متفاوت می کنند: توانایی ساختن یک مفهوم انعکاسی.....
- ۱۴۶.....نظام هر فیلسوف امر ساینی را به نحوی خاص متفاوت یا منعکس می کند.....
- ۱۴۷.....بزرگ آینه‌ها و مفاهیم مشترک.....
- ۱۴۸.....شبکه‌ی پوسته‌ای: آینه‌ای متشکل از آینه‌های جزئی تر.....
- ۱۵۰.....مفاهیم مشترک بزرگ آینه‌هایی هستند که در طول تاریخ فلسفه‌ی سایر قوام یافته‌اند.....
- ۱۵۱.....ابرآینه‌ها و ابرمفاهیم.....
- شبکه‌ی جوی ابرآینه‌ای است که تمامیت فلسفه‌ی سایر را متحقق می کند: انعکاس تمامیت امر سایر در تمامیت فلسفه‌ی سایر.....
- ۱۵۳.....در طی مسیر آینه، بزرگ آینه و ابرآینه است که امر بی تفاوت به امر متفاوت شده‌ی فلسفی بدل می شود.....
- ۱۵۵.....ابرآینه‌پریم و گروه‌های علمی.....
- ۱۵۵.....معنای بنیان‌گذاری فلسفه: به دست دادن آینه‌پریم.....
- ۱۵۶.....هر گروه علمی انعکاس خودش را از انعکاس فلسفه دریافت می کند.....
- ۱۵۶.....میان آینه‌ی فلسفه و آینه‌های دیگر علوم چه تفاوتی است؟.....
- ۱۵۷.....هر کدام از آینه‌های علوم دریافت‌کننده‌ی یک ابرمفهوم از فلسفه هستند.....
- ۱۵۷.....بنابراین بنیادی‌ترین مفهوم هر گروه علمی توسط فلسفه بنیان می یابد.....
- ۱۵۷.....اشاره‌ای دوباره به تمایز تاسیس و بنیان‌گذاری.....
- ۱۵۸.....فلسفه پروسه‌ی متفاوت‌سازی امر سایر است.....
- ۱۵۸.....علوم پروسه‌ی بی تفاوت‌سازی تفاوت‌های فلسفی هستند.....
- ۱۵۹.....بزرگ آینه‌پریم.....
- ۱۵۹.....بزرگ آینه‌پریم‌ها مسیر بی تفاوتی هستند.....
- ۱۶۰.....بزرگ آینه‌پریم‌ها همان مفاهیم مشترک فلسفی هستند که در یک سازمان علمی دیگر استفاده می شوند.....
- ۱۶۰.....خرایش‌ها و ساختارهای پژوهشی علمی.....
- ۱۶۰.....هر علم منحصر به فرد ساختارهای پژوهش منحصر به فردی را نیز داراست.....
- ۱۶۱.....ساختارهای پژوهش یا خراش‌های بر روی آینه هستند که علوم را به سمت بی تفاوتی سوق می دهند.....
- ۱۶۱.....پس از مرحله‌ی ساختارهای پژوهش فلسفه دیگر نقشی ندارد.....
- ۱۶۱.....انعکاس‌ها یا خروجی‌های هر گروه علمی.....
- ۱۶۱.....انعکاس همان نتیجه یا محصول مرکز آینده‌پژوهی است.....
- ۱۶۱.....انعکاس یا محصول به همان اندازه‌ی امر سایر بی تفاوت است: یک چیز یا شی.....
- ۱۶۲.....آیا انعکاس امر سایر خودش یک امر سایر است؟.....
- ۱۶۲.....آیا محصول مرکز آینده‌پژوهی خودش یک امر قابل پژوهش در این مرکز هست؟.....
- ۱۶۳.....آینه‌های روبرو به این معناست که هر نتیجه‌ی پژوهش خودش موضوع پژوهش برای یک آینه‌ی دیگر است.....
- ۱۶۳.....جریان بازتاب میان آینه‌ها همان جریان اطلاعات در مرکز آینده‌پژوهی است.....
- بخش ۴: نظام هارمونیک رابطه‌ی گروه‌های علمی.....
- ۱۶۶.....

- تعریفِ نظامِ هارمونیک: حرکتِ منتظمِ بی‌تفاوتی به متفاوت شدن و دوباره بی‌تفاوت شدن ۱۶۶
- وضعیتِ هارمونیکِ کلیتِ مرکزِ آینده‌پژوهی را چون یک کلِ زنده به بار خواهد نشانید ۱۶۶
- حرکتِ طولیِ هارمونیک ۱۶۶
- حرکتِ طولی: هر آینه به همان اندازه که نورپذیر است، نورافکن هم هست ۱۶۷
- حرکتِ هارمونیکِ طولیِ حرکتِ بی‌تفاوتی (امیر ساییر) تا بی‌تفاوتی‌پریم (پژوهش ساییری) است ۱۶۸
- هر انعکاسی میانِ آینه‌ها به نحوِ مفروض تحتِ واسطه‌ی فلسفه رخ می‌دهد ۱۶۹
- نظامِ هارمونیکِ طولیِ آن نظامی است که منجر به پیش‌بردِ حرکتِ کلِ مرکزِ آینده‌پژوهی می‌شود ۱۷۱
- حرکتِ حجمیِ هارمونیک ۱۷۱
- حرکتِ حجمیِ هارمونیکِ آن حرکتی است که به عمق و بسطِ خودِ آینه‌ها منجر می‌شود ۱۷۱
- حرکتِ حجمیِ هارمونیکِ مکانیزمِ دفاعی و مکانیزمِ خودبهبودبخشیِ مرکزِ آینده‌پژوهی است ۱۷۲
- ارکستر هارمونیا ۱۷۳
- ارکستر هارمونیاِ کلیتِ مرکزِ آینده‌پژوهی با تمامِ گروه‌های علمیِ خودش را شامل می‌شود ۱۷۴
- لزومِ زنده‌کردن و کوک‌کردنِ نقشه‌ی نظریِ مطرح‌شده در بخشِ حاضر ۱۷۴
- بخش ۵: زنده‌کردن و کوک‌کردنِ نظامِ ارگانیک-هارمونیک** ۱۷۶
- آن‌چه که در بخش‌های قبلی عرضه شد صرفن نظریه و بنیادِ اتحادِ گروه‌های مرکزِ آینده‌پژوهی بود ۱۷۶
- بخش حاضر در پیِ گذاشتنِ آینه‌ها در روبروی یک‌دیگر است ۱۷۶
- دمِ مسیحایی در زنده‌کردنِ نظامِ مرکزِ ساختارِ تشکیلاتی و نقشه‌ی انضمامیِ این مرکز است ۱۷۶
- لایه‌های پنج‌گانه‌ی چارچوبِ گروه‌های مرکزِ آینده‌پژوهی ۱۷۷
- پنج‌لایه‌ای که آینه‌ها را به آینه‌های روبرو بدل می‌سازد ۱۷۷
- جایگاه و نقشه‌ی فلسفه در نقشه‌ی جامعِ اتحادیِ میانِ گروه‌ها ۱۷۷
- ارگانیک‌شدنِ گروه‌های علمی به واسطه‌ی فلسفه ۱۷۸
- مکاتب از آن رو در اولین لایه پس از فلسفه قرار می‌گیرند که هدفِ مرکزِ آینده‌پژوهی شناختِ نظریات و ارائه‌ی نظریه‌ی جدید است ۱۷۸
- مکاتب و نظریات به پژوهش ساییری جهت می‌دهند ۱۷۸
- نظریات و مکاتب تمامِ افق‌های ممکنِ یک علم را گردآوری می‌کند ۱۷۸
- عالی‌ترین و جامع‌ترین وظیفه‌ی هر گروه ارائه‌ی یک نظریه‌ی منحصر به فرد است ۱۷۹
- هر علم واجدِ مفاهیمی است که ایده‌آل و آرمان‌های آن علم را تعیین می‌کنند ۱۷۹
- هر مکتب و نظریه بایست نسبتِ خودش را با ایده‌آل‌ها مشخص کند ۱۷۹
- دو سنخِ پژوهش و ضربِ نقشه‌ها: ایستا و پویا ۱۸۰
- ضربِ ایستا: پژوهش در عنصرِ ایستا + کنشِ یک سویه و خطی + استقلال ۱۸۰
- مراد از عنصرِ ایستا ۱۸۰
- احصاءِ عناصرِ تاثیرگذار در یک علم ۱۸۰
- مراد از یک سویه بودنِ کنشِ یک عنصر ۱۸۱
- آزمایشگاهی بودنِ پژوهش استاتیک ۱۸۱
- مراد از پژوهش پویا: عناصرِ پویا + کنش‌های غیر خطی و شبکه‌ای + بسترهای کنش ۱۸۱
- مراد از پویا بودنِ عناصر: کنش‌گری و واکنش‌گری عناصر نسبت به یکدیگر ۱۸۱
- شکل‌گیری شبکه‌های کنش‌گری در هر علم ۱۸۲

۱۸۳.....	تبیین مفهوم ضرب میان دو پژوهش
۱۸۳.....	متفاوت بودن عناوین ضرب دوگانه‌ی هر علم با دیگری
۱۸۴.....	سه نسبت موجود در «موجود زنده‌ی مرکز آینده‌پژوهی»
۱۸۴.....	نسبت‌های میان گروه‌ها موجب آن می‌شود که مرکز آینده‌پژوهی چون یک موجود زنده رفتار کند
۱۸۴.....	نسبت عصبی بنیان‌گذاری فلسفه و ایجاد شرایط گفت و گو است
۱۸۵.....	نسبت ارگانیک هماهنگی دو جزء از مرکز با یکدیگر است
۱۸۵.....	نسبت با امر ثالث، هماهنگی دو جزء از مرکز با امری ثالث است
۱۸۷.....	بخش ۶: نتیجه‌گیری
۱۸۸.....	دفتر دوم: اقتصاد
۱۸۹.....	پیش‌گفتار دفتر دوم (اقتصاد)
۱۹۱.....	فصل اول: مفهوم‌شناسی اقتصاد فضای مجازی
۱۹۲.....	بخش ۱: مقدمه
۱۹۳.....	بخش ۲: چیستی اقتصاد
۱۹۳.....	تعریف علم اقتصاد
۱۹۴.....	مفاهیم و شاخه‌های اصلی اقتصاد
۱۹۴.....	اقتصاد خرد
۱۹۴.....	اقتصاد کلان
۱۹۷.....	روابط اقتصادی در مدل‌های اقتصاد کلان
۲۰۲.....	موضوعات اصلی اقتصاد
۲۱۱.....	بخش ۳: مفهوم فضای مجازی
۲۱۵.....	بخش ۴: تلقی‌ها در مورد اقتصاد فضای مجازی
۲۱۵.....	مسائل اقتصادی فضای مجازی
۲۱۵.....	اقتصاد در عصر مجازی
۲۱۷.....	بخش ۵: جمع‌بندی و ارائه تلقی مختار از اقتصاد فضای مجازی
۲۲۱.....	فصل دوم: چارچوب موضوعی اقتصاد فضای مجازی
۲۲۲.....	بخش ۱: مقدمه
۲۲۳.....	بخش ۲: مدل هرمی اقتصاد فضای مجازی
۲۲۷.....	مبانی اقتصاد فضای مجازی
۲۲۹.....	برابری عدالت
۲۳۰.....	امنیت و قدرت اقتصاد ملی
۲۳۱.....	عمران، آبادانی و گسترش رفاه مادی
۲۳۱.....	عناصر اصلی اقتصاد فضای مجازی
۲۳۳.....	دولت

۲۳۶.....	خانواده (کاربران)
۲۴۱.....	بنگاه
۲۴۴.....	بخش خارجی و بین الملل
۲۴۹.....	ارتباطات و سازوکارهای اقتصاد فضای مجازی
۲۵۰.....	ارتباطات بین عناصر نظام اقتصادی
۲۵۹.....	ارتباطات بین نظام‌ها
۲۶۱.....	بخش ۳: جمع‌بندی و نتیجه‌گیری
۲۶۳.....	فصل سوم: تشریح و تبیین مسائل اقتصاد فضای مجازی
۲۶۴.....	بخش ۱: مقدمه
۲۶۵.....	بخش ۲: دولت
۲۶۶.....	دولت الکترونیک
۲۶۷.....	روابط در دولت الکترونیک
۲۶۸.....	عناصر و عملکردها
۲۷۳.....	مفاهیم دولت مجازی
۲۷۵.....	اثرات تکنولوژی‌های نوین بر دولت
۲۷۶.....	حکمرانی مجازی
۲۷۷.....	بخش ۳: تجارت الکترونیک
۲۷۸.....	تعاریف تجارت الکترونیک
۲۷۹.....	طبقه بندی پژوهش‌های تجارت الکترونیک
۲۷۹.....	تجارت الکترونیک و رشته‌های دانشگاهی متعارف
۲۸۰.....	تغییر پژوهش‌های تجارت الکترونیک در دهه گذشته
۲۸۳.....	بخش ۴: بانک الکترونیک و مجازی
۲۸۴.....	بانکداری الکترونیک
۲۸۵.....	انواع بانکداری الکترونیک
۲۸۶.....	خدمات بانکداری الکترونیک
۲۸۷.....	دستگاه خودپرداز
۲۸۷.....	منابع الکترونیکی از نقطه فروش
۲۸۷.....	خدمات از راه دور
۲۸۷.....	کارتهای هوشمند
۲۸۸.....	انتقال اطلاعات مالی بین بانکی (SWIFT)
۲۸۹.....	بخش ۵: پول دیجیتال (الکترونیک و مجازی)
۲۸۹.....	انواع پول
۲۸۹.....	کالا، واسطه مبادله
۲۸۹.....	مسکوک فلزی

۲۹۰.....	پول کاغذی
۲۹۰.....	پول دیجیتال
۲۹۱.....	پول الکترونیکی
۲۹۱.....	تعریف
۲۹۲.....	انواع پول های الکترونیک
۲۹۳.....	تقاضا و عرضه پول الکترونیکی
۲۹۳.....	ذخیره ارزش
۲۹۳.....	کیف پول الکترونیکی
۳۰۳.....	پول مجازی
۳۰۴.....	انواع پول مجازی
۳۰۵.....	کیف پول مجازی
۳۰۵.....	انواع کیف پول مجازی
۳۰۶.....	پول مجازی وتورم
۳۰۷.....	بانک مرکزی و پول مجازی
۳۱۰.....	جمع بندی (وجه اشتراک و افتراق پول مجازی و سایر انواع پول ها)
۳۱۲.....	بخش ۶: شفافیت اقتصادی
۳۱۳.....	ادبیات موضوع، سیاست ها و ابزارها
۳۱۳.....	داده- اطلاعات – دانش - حکمت
۳۱۵.....	باز
۳۱۵.....	داده باز
۳۱۵.....	دولت باز
۳۱۶.....	شفافیت
۳۱۶.....	موضوعات مهم شفافیت
۳۱۶.....	مشارکت مردمی
۳۱۷.....	شفافیت اطلاعات دولت
۳۱۹.....	پاسخگویی
۳۱۹.....	جایگاه شفافیت در اقتصاد متعارف
۳۱۹.....	شفافیت در اقتصاد کلان
۳۲۱.....	شفافیت در اقتصاد خرد(مدل بازار رقابت کامل)
۳۲۲.....	سایر مفاهیم خرد شفافیت اطلاعات
۳۲۲.....	تقارن و عدم تقارن اطلاعات
۳۲۳.....	اطلاعات نامتقارن
۳۲۳.....	انتخاب بد و نامناسب
۳۲۳.....	علامت دهی
۳۲۴.....	غربال کردن
۳۲۴.....	مخاطرات اخلاقی
۳۲۴.....	اقتصاد اطلاعات

۳۲۶	ابزارها و سیاست‌های شفافیت اطلاعات اقتصادی
۳۲۸	دفتر سوم: فرهنگ
۳۳۰	چکیده
۳۳۱	مقدمه و طرح مسئله
۳۳۱	سؤال پژوهش
۳۳۱	هدف پژوهش
۳۳۱	ضرورت و اهمیت پژوهش
۳۳۲	روش پژوهش
۳۳۳	فاز اول
۳۳۳	رویکرد استقرایی
۳۳۳	الف) احصاء موضوعات
۳۳۷	ب) شکلگیری مفاهیم
۳۳۹	مقولهبندی
۳۴۰	مدل مفهومی رویکرد استقرایی
۳۴۰	مزایای رویکرد استقرایی
۳۴۰	معایب رویکرد استقرایی
۳۴۱	نقشه ذهنی رویکرد استقرایی
۳۴۲	فاز دوم
۳۴۲	رویکرد قیاسی
۳۴۳	مدل لایه‌های فرهنگ
۳۴۴	مدل سطوح فرهنگ
۳۴۶	مدل ابعاد فرهنگ
۳۴۷	مدل حوزه‌های سیاستی فرهنگ
۳۴۷	مدل حوزه‌های میانرشته‌های فرهنگ
۳۴۸	ماتریس فضای مجازی و لایه‌های فرهنگ
۳۴۸	نقشه ذهنی فضای مجازی و لایه‌های فرهنگ
۳۴۹	ماتریس فضای مجازی و سطوح فرهنگ
۳۴۹	نقشه ذهنی فضای مجازی و سطوح فرهنگ
۳۵۰	ماتریس فضای مجازی و ابعاد فرهنگ
۳۵۰	نقشه ذهنی فضای مجازی و ابعاد فرهنگ
۳۵۱	ماتریس فضای مجازی و حوزه‌های سیاستی فرهنگ
۳۵۱	نقشه ذهنی فضای مجازی و حوزه‌های سیاستی فرهنگ
۳۵۲	ماتریس فضای مجازی و حوزه‌های میانرشته‌های فرهنگ
۳۵۳	نقشه ذهنی فضای مجازی و حوزه‌های میانرشته‌های فرهنگ
۳۵۴	نقشه ذهنی رویکرد قیاسی

فاز سوم ۳۵۵

نقشه ذهنی تلفیقی ۳۵۵

فرهنگ سایر ۳۵۶

سایر فرهنگی ۳۶۹

فاز چهارم ۳۷۱

تأثیرات فرهنگی- اجتماعی فضای سایر ۳۷۱

کارکردهای اجتماعی و فرهنگی فضای سایر ۳۷۲

فاز پنجم ۳۷۴

منابع و مآخذ ۳۷۶

پیشگفتار:

فضای سایبری و بروزات آن یا آنچه در جامعه ما به فضای مجازی شناخته می‌شود پدیده فناورانه نوظهور و حتی جهانی جدید از تجربیات با شرایطی متفاوت از سابق است. همگی به سادگی اذعان به تغییر شرایط کلی زیست‌بوم ما اعم از شرایط فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، سیاسی - امنیتی و ... در اثر ظهور این پدیده می‌کنند. اما این همه ماجرا نیست. پدیده مورد بحث ما امری نه موقوف در حال بل شامل امتدادی در آینده است که هم فراگیری بیشتری را باعث می‌شود و هم تغییر جوانبی را ایجاد می‌کند که برخی از دانش بشری هم بیرون است.

کشور ما هم در میانه این موج فناورانه از جریان جهانی به دور نبوده است. در رشدی که فناوری در خود دارد و نو به نو تغییراتی را به جهان ما دیکته می‌کند ما نیز با چند گام فاصله مظاهر فناورانه را در محیط خود می‌بینیم. به غیر از کاربری فناوری از تأثیری که این فناوری یا جهان جدید بر ارکان جامعه، فرد و تمام اجزاء هستی می‌گذارد نیز به دور نبوده‌ایم. این تجربه چنان ملموس است که تبعات آن را به راحتی در زمینه‌های مختلف می‌توانیم توصیف کنیم. طرفه آنکه در مواجهه با فضای مجازی جامعه ایرانی اختصاصاتی متمایز با عرصه جهانی را رقم زده است. طرح مفاهیمی از کاربری که در هیچ جای جهان سابقه نداشته است یا کاربری غالب برخی پیام‌رسانها یا شبکه‌های اجتماعی از این دست هستند.

امروزه با گسترش تعامل با فناوری و عمیق‌تر شدن مطالعات نظری در این باب تلقی ابزار بودن صرف فناوری خنثی بودن آن نسبت به عناصر فرهنگی اجتماعی به معنای عام آن به محاق رفته است. دیگر ما نمی‌توانیم به سادگی بگوییم فناوری چون چاقویی است که می‌توان آن را برای مصارف صلح‌آمیز مفید به کار برد یا برای فعل خطایی چون قتل. این مطلب را در خصوص فضای سایبری و بروزات آن به وضوح می‌توانیم ببینیم که در جنبه‌هایی با عناصر ارزشی، اخلاقی، فرهنگی و شئون مختلف سنت ما در تضاد می‌افتد.

در کشور ما هم با وجود آن که سویه بیشتر مواجهات و تعارضاتمان با این موج فناورانه در زمینه‌های امنیتی، سیاسی و اخلاقی طرح گشته است اما سطح مسأله بسیار عمیق‌تر و فراگیرتر از این دست است گرچه ما از بررسی این ساحات و برخورد فعالانه ناگزیر هستیم. اما سوگیریهای مواجهه به نحو فوق‌الذکر هیچ کدام موجب فهم دقیق و عمیق خود پدیدار فضای مجازی نگشته‌اند. ما به مصداق آن حدیث علوی که می‌گوید: «الناس اعداء ما جهلوا»^۱ با امری که نمی‌شناسیمش دشمنی می‌ورزیم و صرفاً به تعارضاتی که در سطوح میانی زیستمان مطرح می‌گردد متفطن می‌شویم؛ غافل از آن که در مسیری قرار داریم که بتمامه وادی جدیدی است و صرف نفی سطحی از آن

^۱ حکمت ۴۳۸ نهج‌البلاغه

مانع از درک کلیت آن می‌شود. به بیان ساده‌تر در عصری زیست می‌کنیم که تمامی تعاملات و نسبمان در ضمن فرآیند شبکه‌ای شدن و مجازی شدن قرار دارد و عدم فهم کلیت متکثر و متلون آن و درگیری صرف با سطوح خاصی از آن ما را از مواجهه صحیح و کلی باز می‌دارد. از این رو با توجه به مهابت خود این پدیده و روند رو به رشدی که با خود به همراه دارد ضرورت شناخت آن روزافزون است.

پژوهش در امور سایبری و فضای سایبری به طور کلی فارغ از ریشه‌هایی که در ضمن تاریخ تفکر دارد پیشینه‌ای در حدود نیم قرن را در سنت فکری مغرب زمین به خود دیده است. این پژوهشها بتمامه نه از روی استیلا و قدرت‌طلبی بل از آن رو بوده است که این امر نوظهور حتی برای سنتی که خود موجد آن است کاملاً شناخته شده نیست. پژوهشها شامل موضوعاتی است از قبیل چه بر سرمان آمده است (توصیف وضع حال در نسبت با گذشته) و در آینده چه خواهیم شد (پیش‌بینی آتیه در دسترس) و یا حتی برای آینده طلب چه باید کرد؟ حجم و عمق کارهای انجام شده توسط آکادمی‌ها و موسسات پژوهشی خود نشانگر این است که در آن سوی جهان بسیار بیشتر از ما در حال اندیشیدن و فهم مسائلی هستند که برایشان در حال گذر است و امکان وقوع دارد.

مرکز تحقیقات و آینده‌پژوهی سازمان سراج نیز با درک ضرورت پرداخت نظری و اندیشیدن عمیق به فضای مجازی اقدام به تشکیل گروه‌هایی چند در حیطه پژوهش علوم انسانی با عناوین فلسفه، اقتصاد، فرهنگ، مطالعات اسلامی، زنان و خانواده کرد. گرچه ما عموماً نسبت به مظاهر مختلف مدرنیته و فناوری غربی منفعل و غافل از دقائق نظری آن بودیم اما شاید برای اول بار در سنت و تاریخمان تلاشی کردیم تا با پدیده‌ای هرچند با ضعف امکاناتمان همگام شویم و آن را از نزدیک بشناسیم.

از این رو با توجه به گستردگی ماجرای پژوهش در این باب و عقبه گسترده‌ای که ضمن سنت غربی است و همچنین نیاز جدی به فعال کردن ظرفیتهایی که تفکر بومی ما شامل عرفان، فلسفه، کلام و فقه اسلامی با خود دارد پروژه فراگیری با عنوان تدوین چارچوب مفهومی پژوهش در حیطه‌های علوم مختلف این عرصه به گروه‌های این مرکز محول شد. بنای ابتدایی مرکز بر این بود تا هر گروه به طور مستقل به جلوه‌های مختلف مفهومی موضوع پژوهشش نظر کند. با عبور از فازهای ابتدایی پژوهش گروه‌ها به سطح قابل قبولی از شناخت عرصه مدنظرشان برای تدوین چارچوب مفهومی رسیدند. ما در این پیشگفتار به گزارش کارهای گروه‌ها اشاره‌ای نمی‌کنیم چرا که هم در بخش چکیده بخشهای کتاب و هم در متن اثر گزارش کار آمده است.

پس از آن با درک این مطلب که یک پژوهشکده سازمانی اقتضائات خاصی دارد به این مطلب تفتن حاصل شد که نمی‌توان گروه‌های پژوهشی به شکل مستقل و جزیره‌ای در این عرصه به تحقیق بپردازند. از این رو با درک

ضرورت نیاز به توجه جایگاه بنیادها در علوم، اتصال و ارتباط هارمونیک میان گروهها و جریان یافتن اطلاعات سازمانی در جهت تصویر تمام‌نمای وضعیت سازمانی نیاز به شناخت مناطق اشتراکی و بنیادی علوم، احصاء ارتباطات میان گروهها و یافتن الگوریتمی برای این جریان داده و حل تعارضات منجر از آن بارز گردید.

از این رو گروه فلسفه با توجه به نقش شایانی که به لحاظ ماهوی در توجه به بنیادهای علوم و ایجاد زبانی مشترک میان علوم مختلف دارد متکفل این امور گردید. این گروه در دو سطح به تدوین منطق این ارتباط همت گماشت نخست سطح بنیادین هر علم که موضوع پژوهش فلسفه است دیگر مدل آئینه‌گون ارتباط علوم که در ضمن آن علوم در ضمن فهمی که از موضوع مورد بحثشان دارند این فهم را در اشتراک با دیگر گروهها می‌گذارند و روند تعاملی اثرپذیری و اثرگذاری را به شکل ضربهای دوگانه آغاز می‌کنند.

پس از تدوین منطق ارتباط با برگزاری جلسات مشترک میان گروهها تلاش شد تا چارچوبهای مفهومی از حالت ایزوله و مستقل به شکل یک سیستم واحد درآیند. آنچه که به عنوان نقشه جامع تهیه شده است حاصل همین جلسات و تعاملات درون گروهی بوده است.

بیشک محصول به دست آمده امری محدود و در سطح پژوهشی است که در این زمان مشخص به دست آمده است؛ بدیهی است با گسترش افق پژوهشها و گسترده‌تر شدن گروههای پژوهشی ابواب فهم و درک فضای مجازی هم گشوده‌تر خواهد شد.

دفتر اول: فلسفه فضای مجازی

فلسفه‌ی امرِ سایبر:

چارچوب و نقشه‌ی مفهومی

چارچوب و نقشه‌ی تحقیقی

چارچوب و نقشه‌ی توصیفی

چارچوب و نقشه‌ی اکتشافی

چارچوب و نقشه‌ی اتحادی

پیشگفتار دفتر اول (فلسفه)

این نوشتار در دو فصل چهار هدف عمده را پی می‌گیرد: اول) تدوین چارچوب و نقشه‌ی مفهومی فلسفه‌ی امرِ سایبر، دوم) تدوین چارچوب و نقشه‌ی تحقیقی فلسفه‌ی امرِ سایبر، سوم) تبیین چارچوب و نقشه‌ی اکتشافی فلسفه‌ی امرِ سایبر، و در نهایت چهارم) ارائه‌ی مبانی نقشه‌ای هارمونیک و ارگانیک جهت اتحاد علوم برای بررسی امرِ سایبر. فصل اول (چارچوب و نقشه‌ی فلسفه‌ی سایبر) به سه هدف اولیه‌ی این نوشتار جامعه‌ی عمل می‌پوشاند و فصل دوم (مبانی نقشه‌ی علومِ سایبری) بر آن است که با ارائه‌ی مدل آینه‌ها تمام گروه‌های مرکز آینده‌پژوهی را ذیل یک منطق واحد گردآورد و «نقشه‌ی اتحادی گروه‌های علمی» را مدون سازد.

منطق فصل اول (متشکل از ۹ بخش) از تعارض ابتدایی‌ای نشأت می‌گیرد که در بخش اول (مقدمه) به آن اشاره شده است. این تعارض آشکار می‌کند که «تدوین پیش‌ساخته‌ی چارچوب مفهومی» برای هر شاخه از فلسفه امری مهم و غیر قابل وصول است. برای رهایی از این تعارض، ما از راهکاری توصیفی (مبتنی بر شیئیت امرِ سایبر) بهره برده‌ایم که در آن و به واسطه‌ی آن چارچوب مفهومی فلسفه قابل حصول باشد. در بخش دوم و سوم دو بعد از این چارچوب واکاوی خواهد شد. بخش چهارم به رابطه‌ی این دو بعد از چارچوب می‌پردازد و بخش سوم به واسطه‌ی سوال مطرح شده از این رابطه، شبکه‌ی چارچوبی فلسفه با تمام اشیاء ممکن را مورد مذاقه قرار می‌دهد. رسیدن به چنین شبکه‌ای از نسبت‌ها، این نوشتار را به سمت تحلیلی از هر نوع نسبت شبکه‌ای میان امور انسانی با اشیاء جهان کشاند. به نظر می‌آید که تنها به واسطه‌ی نقشه‌ی نسبت‌های جهان است که می‌توان چارچوب تحقیقی‌ای برای فلسفه‌ی امرِ سایبر تدوین کرد و این مهم را بخش ششم بر عهده دارد. بخش هفتم همین تحقیق را پیرامون «نقشه‌ی نامتناهی جهان» پیگیری می‌کند و در نهایت بخش هشتم، ارائه‌ی ساختار چارچوب و نقشه‌ی توصیفی و اکتشافی است. در نهایت بخش نهم سوالات بنیادین چهار پژوهشی که تا کنون تحت بررسی قرار گرفته بود را چونان نتیجه‌گیری بحث گرد هم می‌آورد و «برنامه‌ی پژوهشی فلسفه‌ی سایبر» را تقویم می‌سازد.

فصل دوم (متشکل از ۶ بخش) بر مسئله‌ی «یافتنِ راهی برای وحدتِ علوم ذیلِ موضوعِ امر سایبری» بنیان یافته است که در بخشِ اولِ آن بحث می‌گردد. در بخشِ دوم این فصل در پی جست و جوی راهی برای وحدتِ علوم سایبری، به تاریخِ فلسفه رجوع می‌کنیم و از خلالِ این تاریخ مدلی با عنوانِ «مدلِ آینه‌ها» را استخراج می‌کنیم. در بخش سوم هشت مفهومِ مهمِ این مدل را واکاوی می‌شود تا معنایِ دقیقِ «یک نقشه‌ی مبتنی بر آینه‌ها» آشکار شود. بخشِ چهارم عهده‌دارِ این وظیفه است که بنیان‌های حرکتِ گروه‌های مرکزِ آینده‌پژوهی در کنارِ یکدیگر را وضع کند. از خلالِ این بنیان‌هاست که دو مفهومِ مهمِ «حرکتِ هارمونیک و ارگانیک» به مثابه‌ی ساختارِ بنیادینِ مرکزِ آینده‌پژوهی وضع می‌گردد. در نهایت بخش پنجم شرایطِ انضمامی، تشکیلاتی و متحققِ رابطه‌ی میانِ گروه‌ها را بررسی می‌کند و نتیجه‌گیری (بخش ششم) کتابِ حاضر را چون مقدمه‌ای بر تمامِ کتاب‌های دیگرِ مرکزِ آینده‌پژوهی ارائه می‌دهد.

فصل اول: چارچوب و نقشه‌ی فلسفه

بخش ۱: مقدمه

دشواری چارچوب مفهومی فلسفه‌ی فضای سایبری

هر «چارچوب مفهومی»، در هر حوزه و رشته‌ای و به حسب هر موضوعی بایست سه مسئله را پیش فرض بگیرد: اول) تعریفی از موضوع وجود دارد (پژوهش‌گر حوزه‌ای از چیستی موضوع را پیش فرض می‌گیرد)؛ دوم) تحقیقاتی در مورد موضوع وجود دارد. سوم) می‌توان به واسطه‌ی «حمل» و «تقسیم‌بندی مفاهیم» موضوع را ایضاح کرد و راهی برای تحقیق آتی باز کرد. فی‌المثل یک چارچوب مفهومی فرضی در مورد موضوعی مانند «سیاست معاصر ایران» را در نظر بگیریم؛ چنین چارچوبی لاجرم سه پیش فرض بالا را رعایت خواهد کرد: اول) نویسنده تعریفی از «سیاست معاصر ایران» را پیش فرض می‌گیرد (فی‌المثل: مجموعه‌ی برهم‌کنش‌های درون قدرت در ایران معاصر)، دوم) وجود تحقیقات در باب این موضوع را پیش فرض می‌گیرد و سوم) بر آن است که با حمل مفاهیم و طبقه‌بندی آن‌ها تعاملی را میان موضوع خودش و تحقیقات ایجاد کند و در نهایت راهی جدید را برای تحقیق میسر سازد. به نظر می‌آید که تمام چارچوب‌های مفهومی حامل این سه پیش فرض هستند.

سه پیش فرض هر چهارچوب مفهومی

حال پرسش چنین است: این سه پیش فرض چه نسبتی را با یک «چارچوب مفهومی فلسفی» برقرار می‌سازند؟ آیا یک پژوهش فلسفی نیز مانند تمام چارچوب‌های دیگر می‌تواند به سادگی این سه پیش فرض را رعایت کند و چارچوب خودش را استوار سازد؟ به همین ترتیب: پژوهشی در باب «فلسفه‌ی فضای سایبر» یا «فلسفه‌ی سایبر» یا «فلسفه‌ی امر سایبر»، بایست چه نسبتی را میان خودش و این سه پیش فرض برقرار سازد؟

فلسفه‌ی فضای سایبر چه نسبتی را با این سه پیش فرض برقرار می‌کند؟

از میان سه پیش فرض بالا، هر پژوهش فلسفی (چه پژوهشی مانند چارچوب مفهومی و چه پژوهش‌های دیگری) روان‌ترین رابطه را با پیش فرض دوم دارد: نه تنها در پژوهشی چون چارچوب مفهومی فلسفه بل در هر پژوهش دیگری بایست به آراء فلاسفه‌ی دیگر در باب آن موضوع مراجعه کرد. بدین ترتیب یک چارچوب مفهومی فلسفی نه تنها به جهت پیش فرضی که چارچوب مفهومی پیش می‌نهد، بل به جهت پیش فرضی که هر پژوهش فلسفی اقتضا می‌کند، نیازمند آراء فلاسفه است. پیش فرض سوم نیز قابل حصول است: ما می‌توانیم مفاهیم گوناگونی که

۱۱ امکان دارد که یک چارچوبی مفهومی به تعریف مقدماتی خودش از موضوع اشاره نکند اما مگر می‌شود بدون تعریف - ولو ابتدایی - تحقیق و احصایی انجام داد؟ در واقع نویسنده‌ی یک چارچوب مفهومی برای ریختن «یک چارچوب» باید بداند که «موضوعش» چیست؛ در غیر این صورت گنجاندن مفهوم «فرهنگ پاپ آمریکایی» در چارچوب مفهومی موضوعی چون «حرکت اجرام آسمانی» جایز می‌شد. بنابراین امکان دارد که تعریف موضوع پس از نتایج چارچوب مفهومی تغییر کند اما بدون تعریف مقدماتی، خود چارچوب مفهومی غیر قابل حصول خواهد بود.

اندیشمندان مختلف در جهت توصیف و تبیین فضای سایبری گردآورده‌اند را مذاقه کنیم، احصاکنیم، آن‌ها را در نسبت قرار دهیم و در نهایت شاکله‌ای پژوهشی از کلیت نسبت میان فلسفه و فضای سایبر را استخراج کنیم که به تحقیقات آتی کمک کند.

یک چارچوب مفهومی برای فلسفه‌ی سایبر، پیش‌فرض اول و دوم را می‌پذیرد

با این حال، پیش‌فرض اول چارچوب مفهومی منجر به تولید یک تعارض بزرگ می‌شوند: پارادوکس تسلسل تعریفی دشواری بدین شرح است: فلسفه حوزه‌ای است که در آن همه چیز تعریف می‌شود پس «فلسفه‌ی فضای سایبری» ترجمان همان «چیستی فضای سایبری» است. حال اگر بنا بر آن باشد که ما پیش‌فرض اول را رعایت کنیم، بنابراین باید «چیستی چیستی فضای سایبری» را پیش‌فرض بگیریم؛ یعنی باید چنین سوالی را مطرح کنیم: «چیستی فضای سایبری چیست؟» (یا: فلسفه‌ی چیستی فضای سایبری) و چنین سوالی تنها بدین معناست که باید به جای «چارچوب مفهومی فلسفه‌ی فضای مجازی» از «چارچوب مفهومی فلسفه‌ی چیستی فضای سایبری» سخن راند. حال اگر از چنین چارچوب مفهومی‌ای غریبی سخن می‌گوییم پس لاجرم این چارچوب باید تعریفی را پیش‌فرض گرفته باشد؛ بنابراین سخن گفتن از این سوالات، الی‌الابد، ممکن خواهد بود: «چیستی چیستی فضای سایبری چیست؟» (چارچوب مفهومی فلسفه‌ی چیستی چیستی فضای سایبری) و «چیستی چیستی چیستی چیستی فضای سایبری چیست؟» (چارچوب مفهومی فلسفه‌ی چیستی چیستی چیستی چیستی فضای سایبری).

پدیدآمدن یک دشواری در مواجهه با پیش‌فرض اول

با این توضیحات روشن است که اگر فلسفه به چیستی فضای سایبری می‌پردازد پس نمی‌توان تعریفی پیش‌فرض را به عنوان «چیستی چیستی یک چیز» پیش‌فرض گرفت و این کار منجر به تسلسل خواهد شد.^۲ شاید به همین

^۲ ممکن است دو ایراد بر این استدلال عرضه شود. اول: این تسلسل می‌تواند در چارچوب مفهومی هر چیزی جاری باشد. فی‌المثل اگر ما تعریفی از «سیاست معاصر ایران» داریم، پس این تعریف هم تعریفی دارد، پس تعریفش هم تعریف دارد و الی‌نهایت. به گمان ما این ایراد صحیح نیست؛ ابتدا به آن خاطر که نهایت این سلسله به خود فلسفه (به عنوان تعریف‌کننده‌ی هر چیزی) ختم خواهد شد و با این ختم‌شدن سلسله‌ی تعاریف بسته خواهد شد (چرا که این سلسله در نهایت به چیستی چیز ختم می‌شود و نه چیستی چیستی چیز). مضاف بر این، پژوهش‌گری که دغدغه‌ی چیستی موضوع خودش را داشته باشد، شاخه‌ای از چارچوب مفهومی خودش را به نظریات فلسفی اختصاص می‌دهد؛ بدین ترتیب، شاخه‌ای از چارچوب وظیفه‌ی چیستی‌شناسی را به عهده می‌گیرد و چیستی موضوع ایضاح می‌شود: بدون آن که در تعریف ابتدایی تسلسلی به وجود بیاید. ایراد دوم مبتنی بر همین پاسخ است: آیا نمی‌توان در چارچوب مفهومی فلسفه‌ی فضای سایبری شاخه‌ای مفهومی را به «چیستی فلسفه فضای سایبری» اختصاص داد و از تسلسل دوری کرد؟ حتی اگر ما تعریف اولیه از فلسفه را مبهم برگزار کنیم و وظیفه‌ی شناسایی چیستی فلسفه‌ی سایبر را به شاخه‌های چارچوب مفومی واگذار کنیم، باز هم همان تسلسل مذکور در شاخه‌های چارچوب پیش خواهد آمد و چیستی‌ها یکی پس از دیگری پشت سر هم (این بار به عنوان شاخه‌های چارچوبی یکدیگر) ردیف خواهند شد. بنابراین هر قدمی برای «چیستی‌شناسی چیستی فضای سایبری» منجر به پارادوکس خواهد شد.

دلیل باشد که فلسفه همواره «بی تعریف» باقی می ماند؛ چه آن که آخرین زنجیره‌ی تعریف‌ها به عنوان «امر تعریف کننده» (فلسفه) باقی می ماند و نه امری که می توان آن را تعریف کرد.^۳

فلسفه یک امر بی تعریف است: پیشاتاملی و تعریف کننده

حل دشواری

برای حل این پارادوکس می توان یکی از دو راه پیش رو را انتخاب کرد: اول) کنار گذاشتن چارچوب مفهومی‌ای که موضوع آن فلسفه است و رفتن به سمت نقشه‌های ذهنی یا دیگرام‌های مفهومی. دوم) تغییر پیش فرض چارچوب مفهومی.

دو راه حل ابتدایی در حل دشواری:

اول) کنار گذاشتن چارچوب مفهومی، دوم) تغییر پیش فرض‌ها

این مقدمه بر آن است تا با تغییر اولین پیش فرض چارچوب مفهومی، راهی را برای حل پارادوکس تعریف ایجاد کند و بدین ترتیب مبانی چارچوب مفهومی‌ای که در کل نوشتار ارائه می گردد را توجیه نماید. سنگ بنای این راه حل (و بدین ترتیب کل چارچوب مفهومی حاضر) بر این گزاره است: بایست به جای پیش فرض گرفتن «چیستی فلسفه‌ی سایبر»، «چگونگی فلسفه‌ی سایبر» را پیش فرض گرفت. تنها به واسطه‌ی این جابه‌جایی است که می توان از چارچوب مفهومی فلسفه‌ی فضای سایبر سخن راند. بنا بر این تغییر، پرسش اساسی این نوشتار چنین است: چگونه فلسفه‌ی فضای سایبر تولید می شود؟

این مقدمه بر آن است که با تغییر اولین پیش فرض، از مسئله‌ی چیستی به مسئله‌ی چگونگی بپردازد جابه‌جایی میان چیستی و چگونگی، تنها یک جابه‌جایی صوری و انتزاعی نیست بلکه کل روند پژوهش را تحت تاثیر خودش قرار می دهد. زمانی که ما به جای فرض گرفتن «تعریف فلسفه‌ی فضای سایبری» از چگونگی تدوین فضای سایبری سوال کنیم، روند پژوهش نیز هم گام با این تغییر پرسش، بالکل واژگون می شود. در چنین حالتی پژوهش گر (بنا بر پیش فرض سوم تدوین چارچوب مفهومی) روابط مفهومی را «بر» فلسفه‌های فضای سایبر حمل نمی کند بلکه وی با ره‌گیری و کنکاش «در» خود چگونگی تولید فلسفه‌ی سایبر، روابط مفهومی را «کشف و ضبط»

^۳ آن چه در این زیربخش به عنوان پارادوکس طرح شد ویژگی دور هرمنوتیکی هر فلسفه‌ای است. در حقیقت هیچ «فلسفه‌ی خاصی» نمی تواند «کلیت فلسفه» نباشد. تنها از رهگذر خود فلسفه است که می توان «فلسفه‌ی سایبر» را تدقیق کرد.

می‌کند. بنابراین تفاوت میان چیستی و چگونگی، تفاوت میان «تولید روابط مفهومی» و «کشف روابط مفهومی» است.

تمایز میان چیستی و چگونگی: تولید روابط مفهومی و کشف روابط مفهومی

چارچوب مفهومی‌ای که مبتنی بر چیستی باشد، چارچوب خودش را به نحوی برپا می‌سازد که تمام روابط مفهومی‌ای که ذیل موضوع او شکل گرفته‌اند، در خدمت «شناخت چیستی و ابعاد» آن موضوع باشند. بنابراین چارچوب مفهومی به عنوان چارچوب «فهم چیستی موضوع» برپا می‌شود و هر شاخه‌ی مفهومی قسمتی از خود موضوع را ایضاح می‌کند. در مقابل، آن چارچوب مفهومی‌ای که مبتنی بر چگونگی باشد، به جای برپاکردن انتزاعی و صوری چارچوب (که صرفن در خدمت شناخت چیستی موضوع است)، چارچوب را از روابط داخلی میان مفاهیمی که آن موضوع تولید کرده است کشف می‌کند. بدین ترتیب، آن چارچوبی که بنا بر چگونگی باشد، از اساس خودش به یک پروسه‌ی تحقیق جهت رسیدن به پاسخ بدل می‌شود و نه صرفن دسته‌بندی انتزاعی برای تحقیقات آتی.

چارچوب مبتنی بر چگونگی خودش یک پروژه‌ی تحقیقاتی است

اما پاسخ و منتهای این مسیر تحقیق چیست؟ «چیستی فلسفه‌ی سایبری». در پایان این مسیر است که می‌توان تعریفی از فلسفه‌ی سایبری ارائه داد و از آن رو که این تعریف نه دیگر به عنوان یک پیش‌فرض بل به عنوان نتیجه‌ی یک پژوهش فلسفی به دست آمده (و بنابراین نقطه‌ی پایان پژوهش است) هیچ تسلسلی نیز در کار نخواهد بود.

چیستی فلسفه‌ی سایبری در پایان پروسه‌ی فهم چگونگی محقق می‌شود

ساختار پژوهش

بنا بر آن چه تا کنون گفته شد، این پژوهش سه پرسش ابتدایی را محور کار خودش قرار می‌دهد:

(اول) یک فلسفه‌ی معطوف به فضای سایبری چگونه تولید می‌شود؟

(دوم) مجموعه‌ی مفاهیم آن فلسفه چه روابطی را با یکدیگر برقرار می‌کنند؟

(سوم) چگونه مجموعه‌ی مفاهیم همه‌ی فلسفه‌های معطوف به فضای سایبری، تعریفی از چیستی فلسفه‌ی فضای سایبری را به دست می‌دهد؟^۴

سه پرسش بالا سه مسیر پژوهش را تدوین می‌کند: اول) بایست تحقیق کرد که چگونه یک فلسفه‌ی معطوف به فضای سایبری تولید می‌شود و این چگونگی تولید، چه استفاده‌ای برای تدوین چارچوب مفهومی خواهد داشت؟ این نقطه آغاز چارچوب مفهومی خواهد بود: نقطه‌ای که چون ریشه کل چارچوب بر آن بنا می‌شود و سپس چارچوب به مثابه‌ی یک درخت تنومند بر بالین آن رشد می‌یابد (این مهم را ۱-۴ بر عهده دارد). دوم) پس از رسیدن به نقطه‌ی آغازین پژوهش، دستور دوم شکستن روابط مفهومی «یک فلسفه‌ی فضای سایبر» و استخراج نسبت میان آن مفاهیم است. این پروسه طولانی‌ترین پروسه‌ی پژوهش است و آن را به تفصیل در بخش دو و هفت واکاوی خواهیم کرد. سوم) پس از رسیدن به حد مشخص از مفاهیم استخراج شده از فلسفه‌های معطوف به فضای سایبر می‌توان نقشه‌ای جامع را میان همه‌ی آن روابط وضع کرد و از درون این نقشه، پژوهش‌های آتی را استخراج نمود.

تذکر این نکته لازم است که هر چند سه پرسش اساسی بالا محور این پژوهش قلمداد شده‌اند اما تنها پرسش‌های این نوشته نیستند. به واقع هر کدام از این پرسش‌ها در درون خودشان پرسش‌های دیگری را پنهان کرده‌اند که تنها به واسطه‌ی پاسخ به آن پرسش‌هاست که سه پرسش محوری بالا می‌توانند اهداف تعیین شده‌ی خودشان را متحقق سازند. فی‌المثل اگر به پرسش ابتدایی بنگریم، این پرسش از روند تولید فلسفه‌ی فضای سایبر سخن می‌گوید. گفتیم که این پرسش به ما شبکه‌ای از «مفاهیم تولیدشده توسط فلسفه» را ارائه می‌دهد. نباید جهت‌گیری

^۴بایست این سه پرسش را به مثابه‌ی محورهای پویا در نظر گرفت که همواره به جهان فلسفه‌ی سایبر می‌نگرند و خود این جهان را به مثابه‌ی امری پویا (چنانچه در بخش پنج و شش گفته خواهد شد) بر روی میز تحلیل قرار می‌دهند. آن‌ها پرسش‌هایی تجربی، مبتنی بر مشاهده و مطالعه‌ی موردی هستند و نه پرسش‌هایی پیشینی، ساختاری و حمل‌کننده؛ آن‌ها چارچوب را کشف می‌کنند نه آن که آن را وضع کنند. بدین مبنا، این سه پرسش از آن سنخ پرسش‌هایی نیستند که محتوای یک چارچوب مفهومی را به نحو ایستا و ثابت، علی‌البد، در اختیار ما بگذارند (چنانچه معمولن چارچوب‌های مفهومی مبتنی بر چیستی چنین داعیه‌ای دارند) بل آن که آن‌ها تنها فرم‌های منعطفی هستند که با طرح‌ریزی یک چارچوب فکری، مفاهیم فلسفی حوزه‌ی سایبر در آن به بهترین نحو با یکدیگر رابطه برقرار می‌کنند و از رحیل این رابطه کلیت نسبت‌ها و اندیشه‌های این حوزه از فلسفه (و حتی کلیت فلسفه) را روشن می‌گردانند.

این پرسش (به خصوص به جهت ساختار دستوری مجهولش) ما را گمراه کند: صحیح است که این سوال معطوف به «امر تولیدشده» (فلسفه‌ی فضای سایبری تولیدشده) است اما در همان حالی که ما از «امر تولیدشده» سخن می‌گوییم، بایست از «تولیدکننده» نیز سخن بگوییم. بنابراین به همان اندازه که امر تولیدشده (یعنی شبکه‌ی مفاهیم که در پرسش دوم و سوم آن‌ها را واکاوی می‌کنیم) اهمیت دارد، امر تولیدکننده نیز اهمیت دارد. بنابراین بلافاصله سوال چهارم مطرح می‌شود: چهارم) شبکه‌ی روابط میان فلاسفه‌ی فضای سایبر چگونه است؟ یا چگونه فلاسفه فلسفه‌ی سایبر را تولید کرده‌اند؟

هشت سوال بنیادین این نوشتار

روند زایش پرسش‌ها در سیر چارچوب مفهومی ادامه خواهد داشت. بخش پنج و شش سوال پنجم و ششم را مطرح می‌کنند: پنجم) رابطه‌ی میان کلیت چارچوبی فلاسفه‌ی فضای سایبری با کلیت چارچوبی فلسفه‌ی فضای سایبری چیست؟ و ششم) رابطه‌ی میان چارچوب فلاسفه و فلسفه‌ی فضای سایبری با چیزی خارج از خودشان به چه نحو است؟. به همین ترتیب، دو پرسش نهایی چنین تقویم یافته‌اند: هفتم) چگونه می‌توان با استفاده از چارچوبی که تقویم شده‌است، روند پژوهش در حوزه‌ی فلسفه‌ی سایبری را منسجم کرد؟ و هشتم) چگونه می‌توان در این حوزه از فلسفه دست به نوآوری زد و این نوآوری چه نتایجی را به بار خواهد آورد؟

پاسخ به این هشت پرسش در نهایت سه وظیفه‌ای که این نوشتار در پی تحقق آن است را به سرانجام می‌رساند: اول) چارچوب و نقشه‌ی مفهومی، دوم) چارچوب و نقشه‌ی تحقیقی و سوم) چارچوب و نقشه‌ی اکتشافی.

نقطه‌ی آغازِ پژوهش

پیش‌تر تبیین گردید که نمی‌توان با پیش‌فرضی از تعریفِ فلسفه‌ی فضای سایبر دست به تدوینِ چارچوبِ مفهومی زد و به همین جهت ما پرسشی مبتنی بر «چگونگی» را تقویم کردیم که بنا بر آن، به جای آن که فرض را بر «وجود و ماهیتِ فلسفه‌ی فضای سایبر» بگیریم، می‌توانیم آن را امری ناشناخته تلقی کنیم و کلِ این پژوهش را بر پرسشی بنیادین مبتنی بر «شناختِ روندِ تولیدِ چنین فلسفه‌ای» بناگذاریم. در یک پژوهشِ فلسفی ژرف حتی می‌توان ادعاهای عمیق‌تری را نیز مطرح کرد: آیا فلسفه‌ی فضای سایبر واقعن موجود است؟ آیا چنین چیزی متحقق شده است یا چنین چیزی صرفن امری است توهمی؟

این پژوهش برای پرهیز از دعوای فلسفی‌ای که پیرامونِ سوالِ بالا به وجود می‌آید، نقطه‌ی آغازِ خودش را نه بر «فلسفه‌ی فضای سایبری» بلکه بر نسبتِ «امرِ سایبری» و «فلسفه» می‌گذارد. بنا بر این منطق، این پژوهش با پرسش از «چگونگیِ تولیدِ فلسفه‌ی فضای سایبری» نقطه‌ی آغازِ خودش را این‌چنین وضع می‌کند:

اول) امرِ سایبری وجود دارد

دوم) فیلسوفان به چنین اموری می‌اندیشند.

سوم) ره‌آوردِ این اندیشه، «فلسفه» است.

سه معیارِ بالا را بایست معیارهای مناسبی برای آغازِ پژوهشِ فلسفی دانست. هر سه‌ی این معیارها پیش‌فرض‌های این پژوهش محسوب می‌شوند.^۵ پیش‌فرضِ اول به ما می‌گوید که امرِ سایبری امری موجود، تجربی و مسئله‌برانگیز است. چنین امری در جهانِ پیرامونی ما یافت می‌شود و بدین ترتیب، بنا بر پیش‌فرضِ دوم، فیلسوف به عنوانِ موجودی که به امور) چه سایبری و چه غیرِ سایبری (می‌پردازد در بابِ این امر تامل می‌کند و ره‌آوردِ این تامل، پیش‌فرضِ سوم، امری است که می‌توان نامِ آن را فلسفه گذاشت.^۶ سه پیش‌فرضِ این نوشتار

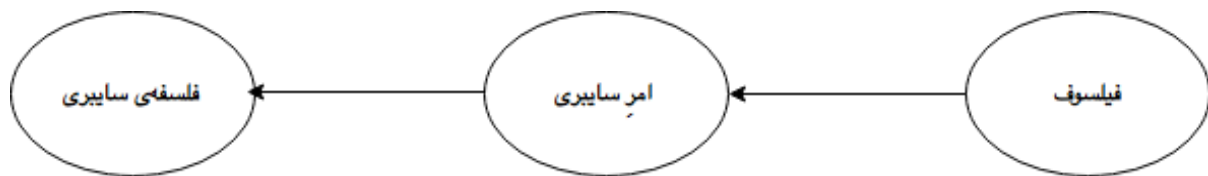
^۵ چنین دعوایی در فلسفه شایع هستند. در واقع بسته به این که ما چه مبنای فلسفی‌ای را اختیار کنیم می‌توانیم به وجود یا عدمِ فلسفه‌ای چون «فلسفه‌ی فضای سایبری» حکم دهیم. در حقیقت محلِ دعوای بر سرِ «فلسفه‌های مضاف» است. عده‌ای بر آن هستند که چنین فلسفه‌هایی ممتنع هستند. عده‌ای باور دارند که آن‌ها بهترین راه بر پژوهشِ فلسفی در عصرِ امروزین هستند و عده‌ای نیز میانِ این دو، بر این امر پافشاری می‌کنند که هر چند لفظِ «فلسفه‌ی مضاف» غلط است اما می‌توان بدونِ درگیر شدن با استدلال‌هایی که گروه اول مبنی بر امتناعِ این قسم از فلسفه‌ها عرضه می‌کنند، در این «حوزه‌ها» تفکرِ فلسفی انجام داد.

^۶ بدین معنا که اگر هر کدام از آن‌ها را به نحوی از انحاء نفی یا انکار کنیم، این پژوهش عقیم خواهند ماند. با این حال ما باور داریم که هیچ عقلِ سلیمی نمی‌تواند حقانیتِ سه پیش‌فرضِ بالا را زیر سوال ببرد.

با توجه به این سه پیش‌فرض روشن است که این پژوهش در این نقطه‌ی آغازین هیچ تصویری از این که «فلسفه‌ی فضای سایبر» چه چیز می‌تواند باشد ندارد. ما صرفن با اشیاء سایبری و همچنین تفکرات پیرامون آن‌ها روبرو هستیم. تنها در مرحله‌ی آخر پژوهش است که تعریف شی سایبر روشن می‌گردد و فلسفه به هدف اصلی خودش نائل می‌آید. بدین ترتیب زین‌پس هر گاه از واژه‌ی «امر سایبر» استفاده کردیم، مرادمان «برساخت‌ها یا اشیائی^۷ است که در فهم عرفی ویژگی‌های سایبر دارند» (بدون این که در پی دانستن معنای سایبر یا امر سایبر باشیم) و هر گاه واژه‌ی «فضای سایبر» را به کار بردیم، مرادمان «مجموعه‌ی برساخت‌ها یا اشیائی است که سایبر خوانده می‌شوند» (بنابراین فضای سایبر به هیچ عنوان مترادف با اینترنت نیست هر چند اینترنت قسمت اعظمی از آن را شامل می‌شود). در نهایت هر گاه از مفهوم «فلسفه‌ی سایبر» بهره بردیم، مرادمان «آن فلسفه‌ای است که تلقی‌ای از چیستی امر یا فضای سایبر ارائه می‌دهد».

تعریف امر سایبر، فضای سایبر و فلسفه‌ی سایبر

تصویر زیر ساختار آغازین پژوهش را روشن می‌کند:



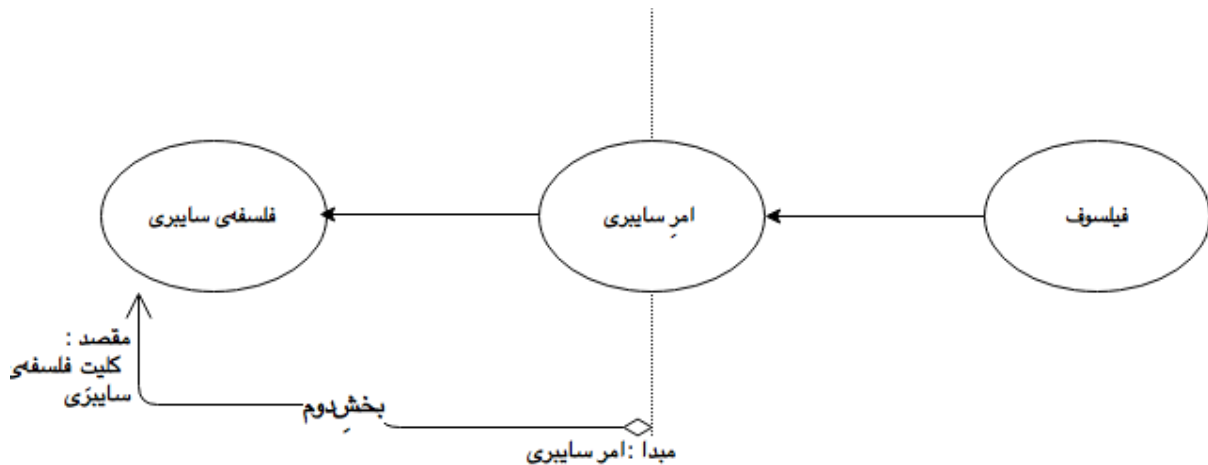
۱. بخش ۱، شکل ۱: ساختار آغازین پژوهش

۷. ما در طول این نوشتار به نحو توأمان از واژه‌ی «شی» و «برساخت» استفاده خواهیم کرد. عجالتن میان این دو واژه هیچ تمایزی قائل نمی‌شویم اما روند پژوهش آشکار خواهد کرد که «موجود سایبری» را نمی‌توان به «شی» یا «برساخت» فروکااست. هر چند ما در جهان پیرامونی خودمان با «اشیاء سایبری» روبرو هستیم اما این اشیاء لزومن «امور سایبری» نیستند. هر شی برای بدل شدن به یک «امر»، در شبکه‌ای برساختی از ویژگی‌های توصیفی قرار می‌گیرد که نسبت‌ها و حوزه‌های آن شی را به مثابه‌ی ظهوری فلسفی روشن می‌کند. فی‌المثل «کامپیوتر» یک شی است اما «امر کامپیوتری» مجموعه‌ی از برساخت‌هاست که در ضمن حمل ویژگی‌های «کامپیوتر»، از آن فراتر رفته و به مثابه‌ی شبکه‌ای از نسبت‌ها میان «کامپیوتر»، «انسان»، «جهان»، «فلسفه» و ... نمایان می‌شود. آن‌چه در چارچوب فلسفه‌ی امر سایبری تحت تحقیق قرار می‌گیرد «امر یا برساخت سایبری» است و نه اشیاء سایبری. هر چند نقطه‌ی آغاز ما شیئیت این امور هستند و سپس در ادامه‌ی پروژه‌ی کاوش خود، شبکه‌های برساختی آن‌ها را نیز واکاوی خواهیم کرد.

بخش ۲: شبکه‌ی چارچوبی مفاهیم امر سایبر

این بخش بر آن است تا ذیل ساختار آغازین پژوهش که در پایان بخش پیشین تعریف گشت، نسبت میان مفاهیم فلسفی در باب امر سایبر را تدقیق کند. به بیان دیگر، این بخش نیمه‌ی سمت چپ ساختار آغازین پژوهش را مورد بررسی قرار می‌دهد:

این بخش نسبت میان امر سایبر و فلسفه‌ی سایبر را تبیین می‌کند

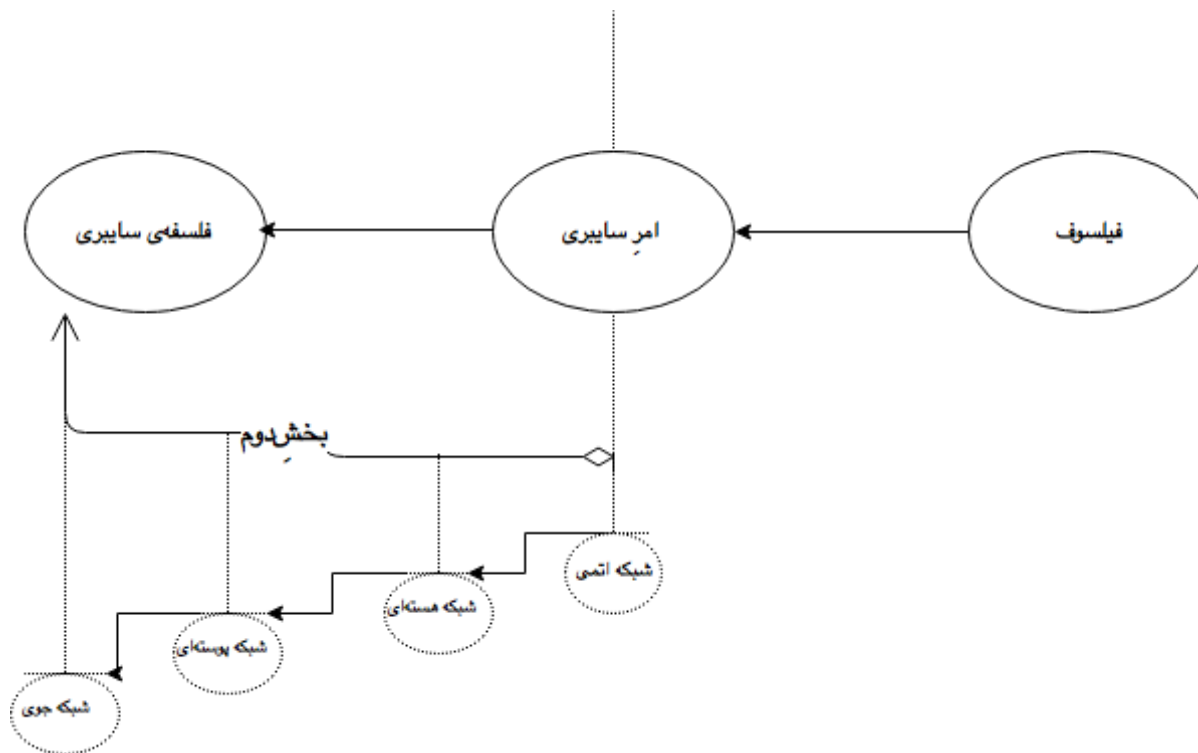


۲. بخش ۲، شکل ۱: مراحل پژوهش در بخش دوم

همان‌طور که پیش‌تر نیز اشاره شد، پژوهش پیش‌رو، پژوهشی است تجربی در باب چیستی فلسفه‌ی سایبری. چنین پژوهشی مقتضی آن است که از همان ابتدا قدم اول به درستی برداشته شود و هر کدام از قدم‌های پسینی نیز، در راستای همان قدم باشند. آن چه در تصویر «بخش ۲، شکل ۱» آمده است، روند کلی این حرکت در بخش حاضر را تبیین می‌کند. بنا بر این حرکت ما ابتدا بایست از امر سایبری شروع کنیم و سپس با تفحص در مورد فلسفه‌های سایبری، به چیستی فلسفه‌ی سایبری دست یابیم.

پژوهش در رابطه‌ی مابین امر سایبری تا فلسفه‌ی سایبری چهار سنخ از نسبت‌های مهم را آشکار می‌کند: شبکه‌ی اتمی، شبکه‌ی هسته‌ای، شبکه‌ی پوسته‌ای و شبکه‌ی جوی. در واقع، مابین «امر سایبری» تا «فلسفه‌ی سایبری» این چهار شبکه قرار گرفته‌اند و بدون تحقیق و تفحص در مورد این چهار شبکه نمی‌توان این مسیر را به درستی تحلیل کرد.

آشکارشدن چهارسنگ از نسبت: اتمی، هسته‌ای، پوسته‌ای و جوی



۳. بخش ۲، شکل ۲: چهار شبکه‌ی مابین امر سایبر و فلسفه‌ی سایبری

هر چند در ادامه‌ی متن این نکته به خوبی روشن خواهد شد اما بایست تذکر ابتدایی‌ای در مورد مفهوم «شبکه» داد. ما از معنای این لفظ تنها «مجموعه‌ی نسبت‌های یک چیز، درون خودش و با دیگر چیزها» را افاده می‌کنیم.^۱ بدین معنا، اگر از «شبکه‌ی سوال‌های امر سایبری» یا از «شبکه‌ی پوسته‌ای مفاهیم یک فلسفه‌ی سایبری» سخن بگوییم، این دو شبکه به معنای «مجموعه‌ی نسبت‌های سوال‌های یک امر سایبری با خودش و دیگر سوال‌های امر سایبری» و «مجموعه‌ی نسبت‌های مفاهیم یک فلسفه‌ی سایبری با خودشان و با مفاهیم دیگر فلسفه‌ها» است. بدین ترتیب مبنای نسبت‌های یک شبکه، به حسب موضوعی است که به لفظ شبکه اضافه شده است: «شبکه‌ی مفهومی» (نسبت‌های مفهوم‌ها)، «شبکه‌ی فلاسفه» (نسبت‌های فلاسفه)، «شبکه‌ی جهانی» (نسبت‌های جهان‌ها) و

۱. ما تعریفی فرکتالی یا برخالی را از شبکه مراد داریم. بدین معنا، هر کدام از «چیزها» نیز خودشان چیزی جز شبکه نیستند. بنابراین ما همواره با دو سطح روبرو هستیم: شبکه و شبکه‌ی شبکه‌ها. هر امر سایبری برساختی است شبکه‌ای از نسبت‌های مختلف و چنین امری خود در شبکه‌ی بزرگ‌تری از نسبت‌ها با دیگر چیزها قرار گرفته است.

تعریف شبکه:

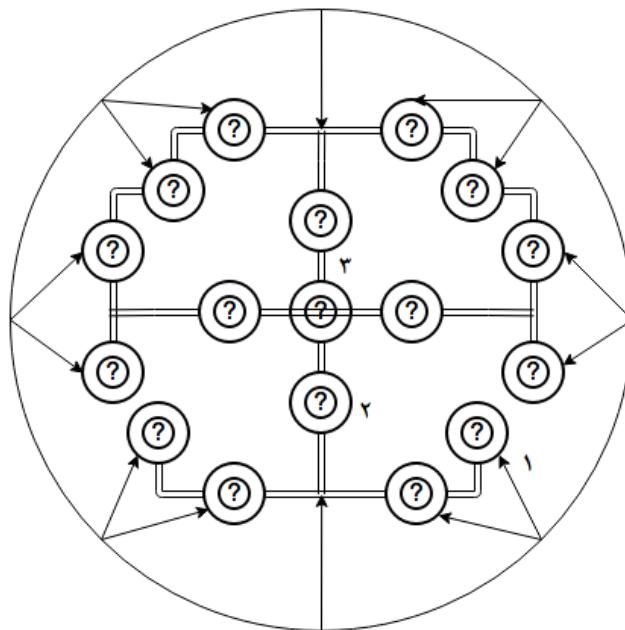
مجموعه‌ی نسبت‌های یک چیز، درون خودش و با دیگر چیزها

شبکه‌ی اتمی سوالات امر سایبری

امر سایبری یک «چیز یا شی» است و فضای سایبری نیز «مجموعه‌ای از چیزها» است. بنا بر فرض، هر چیزی موجب تولید سوالات مختلفی می‌شود که تعداد محدودی از این سوالات فلسفی هستند. بنابراین (و برای پیش‌برد چارچوب) می‌توان هر شی سایبری را به «مجموعه‌ای از سوالات» و فضای سایبر را به «مجموعه‌ای از مجموعه‌سوالات» تعریف کرد.^۲

امر یا بر ساخت سایبری مجموعه‌ای است از سوالات

شبکه‌ی سوالات یک امر سایبری را می‌توان این گونه نمایش داد:



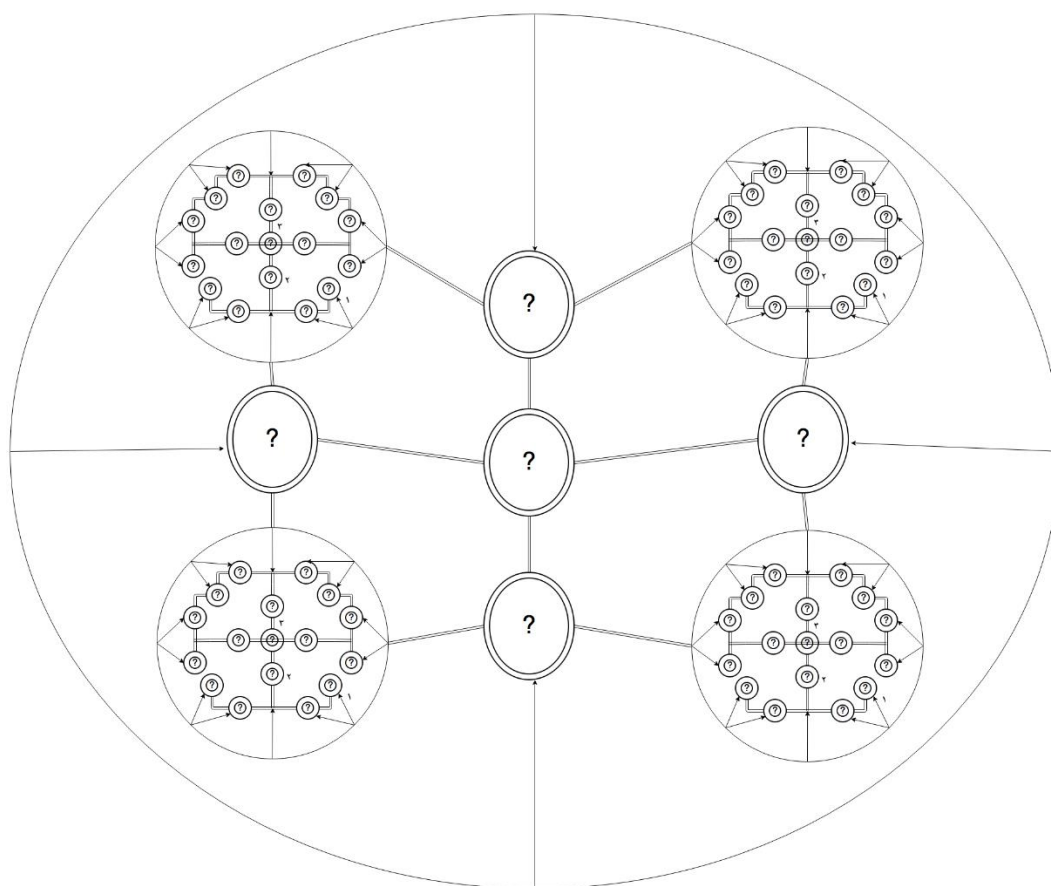
۴. بخش ۲، شکل ۳: شبکه‌ی سوالات امر سایبری

شبکه‌ی بالا (به صورت نمادین) سه سطح از سوالاتی که یک امر سایبری می‌تواند ایجاد کند را نمایان ساخته است. در سطح اول آن دسته از سوالاتی قرار دارند که مستقیماً توسط خود امر سایبری برانگیخته می‌شوند. در سطح

^۲ باید دقت داشت که در این مرحله ما هیچ شی به خصوصی را به عنوان شی سایبری ملحوظ نکرده‌ایم. تحقیق در باب این که کدام شی سایبری است و کدام شی سایبری نیست را به بخش ۶-۱ واگذار کرده‌ایم

دوم سوالاتی را مشاهده می‌کنیم که به حسب شبکه‌ی میان سوالات سطح اول ایجاد شده‌اند و در نهایت سطح سوم سوالات که باز هم به حسب نسبت‌های میان سوالات پیشینی ایجاد شده‌اند. لازم به ذکر نیست که این سطوح از سوالات می‌تواند به نحو دامن‌داری به سمت عمق حرکت کند. لکن به هر روی باید به خاطر داشت که یک امر سایبری چگونه با ایجاد سوال به سوالات سطح بعدی دامن می‌زند.^۳ ما این سطح از روابط داخل امر سایبری را سطح اتمی می‌خوانیم. چرا که در این سطح تنها خود امر سایبری (و سوالاتش) اهمیت دارد.

شبکه‌ی اتمی: مجموعه‌ی سوالاتی که یک امر سایبری ایجاد می‌کند و در سطوح مختلف عرضه می‌کند
چنین شبکه‌ای در مورد فضای سایبری نیز جاری است. هر کدام از اتم‌های زیر نمایان‌گر یک امر سایبری هستند:



۵. بخش ۲، شکل ۴: شبکه‌ی سوالات فضای سایبری

شبکه‌ی سوالات فضای سایبری نیز مانند شبکه‌ی سوالات یک امر سایبری، از سطوح گوناگونی تشکیل شده است. مهم‌ترین این سطوح عبارتند از: سطح سوالاتی که خود شبکه مستقیم ایجاد می‌کند (یعنی سوالاتی که کلیت

^۳ این امر به خصوص در طبقه‌بندی میان پرسش‌ها و تدوین روش تحقیق درست کارکرد خواهد داشت.

فضای سایبری - اعم از موبایل و اینترنت و ... ایجاد می‌کند). سطح سوالاتی که به حسب نسبت میان امرهای سایبری خاص ایجاد می‌شود و در نهایت سطح سوالات تولید شده از سوالات پیشینی.

با توجه به نکات گفته شده سه نتیجه‌گیری زیر ما را در تدوین چارچوب مفهومی یاری خواهد کرد:

اول) هر امر سایبری متشکل از شبکه‌ای از سوالات اولیه، ثانویه، الخ است.

دوم) مجموعه‌ای امور سایبری (فضای سایبری) متشکل از شبکه‌ای از سوالات اولیه، ثانویه، الخ است که دیگر همان سوال‌های درونی یک امر سایبری نیستند.

سوم) هر فلسفه‌ای که به یک امر سایبری یا فضای سایبری می‌پردازد، پاسخی است به همه یا قسمی از این سوالات.

سه نتیجه‌ی شبکه‌ی اتمی

نتیجه‌گیری سوم ما را به زیربخش بعدی یعنی «شبکه‌ی هسته‌ای مفاهیم» رهنمون می‌سازد.

۴۰ این نتیجه‌گیری مبتنی بر استدلالی است که در ۱-۴ و ۲-۱ تقویم شده است: اگر فیلسوف به امر سایبری می‌پردازد و اگر امر سایبری سوالاتی را ایجاد می‌کند، پس فلسفه‌ی فیلسوف بایست پاسخی باشد به سوالات امر یا فضای سایبری.

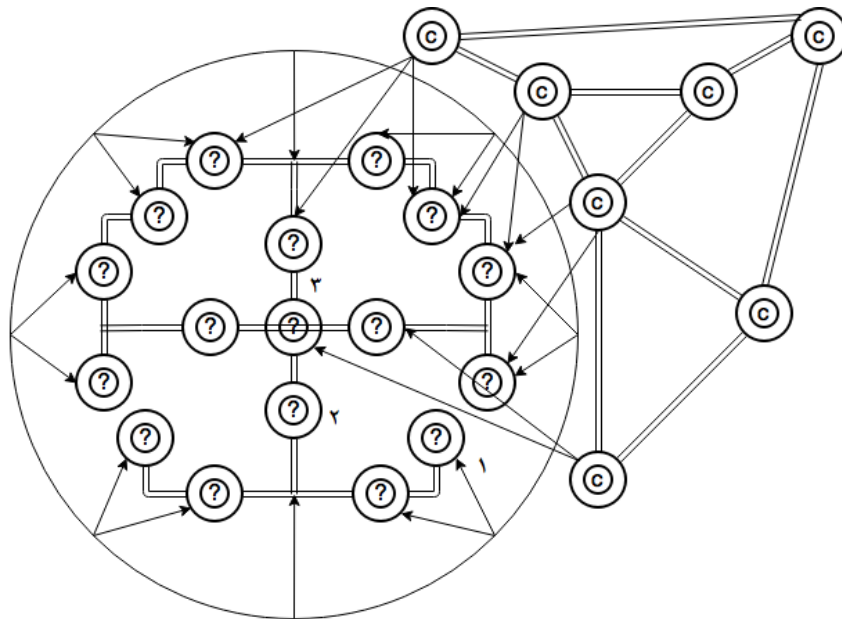
شبکه‌ی هسته‌ای مفاهیم یک فلسفه

شبکه‌ی هسته‌ای مفاهیم آن شبکه‌ای از مفاهیم است که یک فیلسوف خاص برای سوالات یک امر سایبری یا فضای سایبری تدارک دیده است. در واقع، «شبکه‌ی مفهومی یک فلسفه، مجموعه‌ای از مفهوماست که در کنار یکدیگر پاسخی به سوالات یک امر سایبری یا فضای سایبری را فراهم می‌آورند». فی‌المثل زمانی که یک فیلسوف در مورد چیستی یک امر سایبری چنین می‌گوید: «امری موجود که موجودیتش مبتنی بر اطلاعات است» ما دو سطح مفهومی از آن امر سایبری را دریافت می‌کنیم: «موجودیت» و «اطلاعات».

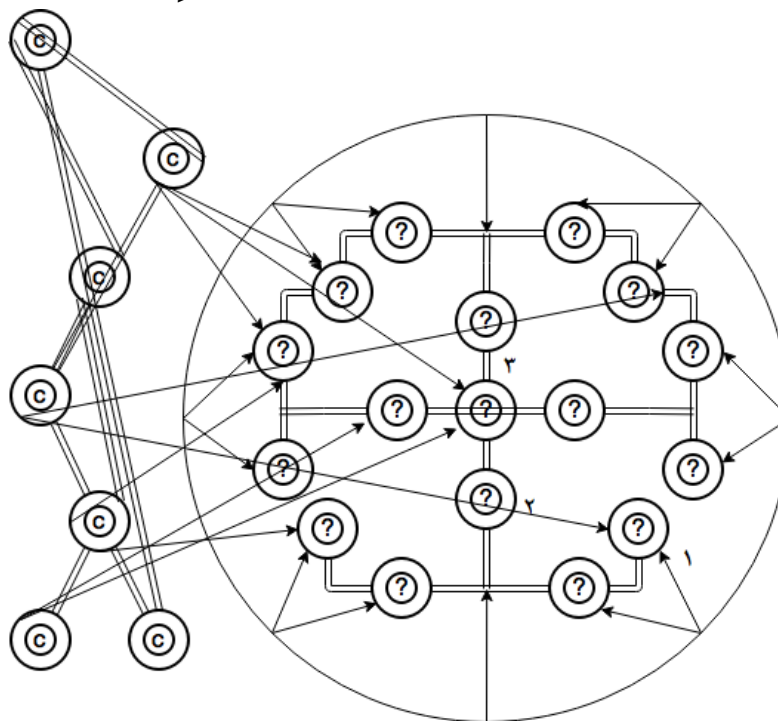
شبکه‌ی هسته‌ای، مجموعه‌ی مفاهیمی است که یک فیلسوف به طور انحصاری برای امر یا فضای سایبری ارائه می‌دهد

باید به خاطر داشت که هر فیلسوف خاص، تعاریف و ویژگی‌های منحصر به فردی به مفاهیم خویش می‌دهد. در واقع اگر از دو مفهوم «موجودیت» یا «اطلاعات» در فلسفه‌ی فیلسوف الف سخن می‌گوییم این دو مفهوم به هیچ عنوان هم‌معنا با «موجودیت» و «اطلاعات» در فلسفه‌ی فیلسوف ب نیستند. می‌توان ادعا کرد که تمایز میان معنای دو مفهوم، تمایز میان دو شبکه از مفاهیم است: یعنی در حالی که شبکه‌ی مفهومی فیلسوف الف، دو مفهوم مذکور را به طریق خاصی استفاده کرده است، آرایش و سازمان این دو مفهوم در شبکه‌ی مفهومی فیلسوف ب به طریق دیگری رقم خورده است. با توجه به این توضیحات روشن است که تمایز میان دو فلسفه، تمایز میان «دو آرایش شبکه‌ای از مفاهیم» است. این رابطه را می‌توان در دو تصویر پایین مشاهده کرد:

دو مفهوم یکسان در دو فیلسوف متمایز دو معنای متمایز را ایجاد می‌کنند



۶. بخش ۲، شکل ۵: شبکه‌ی مفهومی فیلسوف الف



۷. بخش ۲، شکل ۶: شبکه‌ی مفهومی فیلسوف ب

همان‌طور که در شمای بالا آشکار است، شبکه‌ی مفهومی این دو فیلسوف به هیچ عنوان به یکدیگر شباهت ندارد. این تفاوت‌ها ما را به نتیجه‌گیری این زیربخش می‌رساند:

اول) هر فیلسوفی به یک مجموعه‌ی خاص از سوالاتِ امرِ سایبری توجه نشان می‌دهد
دوم) هر فیلسوف مجموعه‌ی خاصی از مفاهیم را می‌آفریند که در نسبت با یکدیگر معنای خاصی دارند.
سوم) نسبت‌هایی که فلاسفه میانِ مفاهیمِ خویش برقرار کرده‌اند از منطق‌های متفاوتی تبعیت می‌کنند
(فیلسوفِ اول منتظم و سیستماتیک مفاهیم را بر رویِ یکدیگر سوار کرده است و فیلسوفِ دوم همه‌ی مفاهیم را در کنارِ یکدیگر استفاده می‌کند).^۵

سه نتیجه‌ی شبکه‌ی هسته‌ای

۵. روشن است که این سه نتیجه‌گیری در موردِ فلاسفه‌ای که به «فضای سایبری» نیز پرداخته‌اند صادق است.

شبکه‌ی پوسته‌ای مفاهیم مشترک فلسفی

تا به این جا ما منطق روابط و شبکه‌ی میان سوالات و مفاهیم یک فلسفه‌ی خاص را تبیین کرده‌ایم. بنا بر این تبیین، هر امر سایبری حامل سوالاتی فلسفی است و هر فلسفه‌ای که به امر سایبری می‌پردازد، مجموعه‌ای است از مفاهیم که کلیت این مفاهیم را می‌توان به عنوان پاسخ به کلیت یا قسمی از سوالات امر سایبری در نظر گرفت. چنین نتیجه‌ای هر چند درخور است اما کافی نمی‌نماید. مسئله‌ی ابتدایی که در ۱-۳ آن را مطرح کردیم، تبیین ساختار یک فلسفه‌ی خاص بود بلکه بنا بر این است که در این چارچوب مفهومی ما به فهمی از چیستی خود فلسفه‌ی فضای سایبری برسیم و چنین رخدادی هنوز متحقق نشده است.

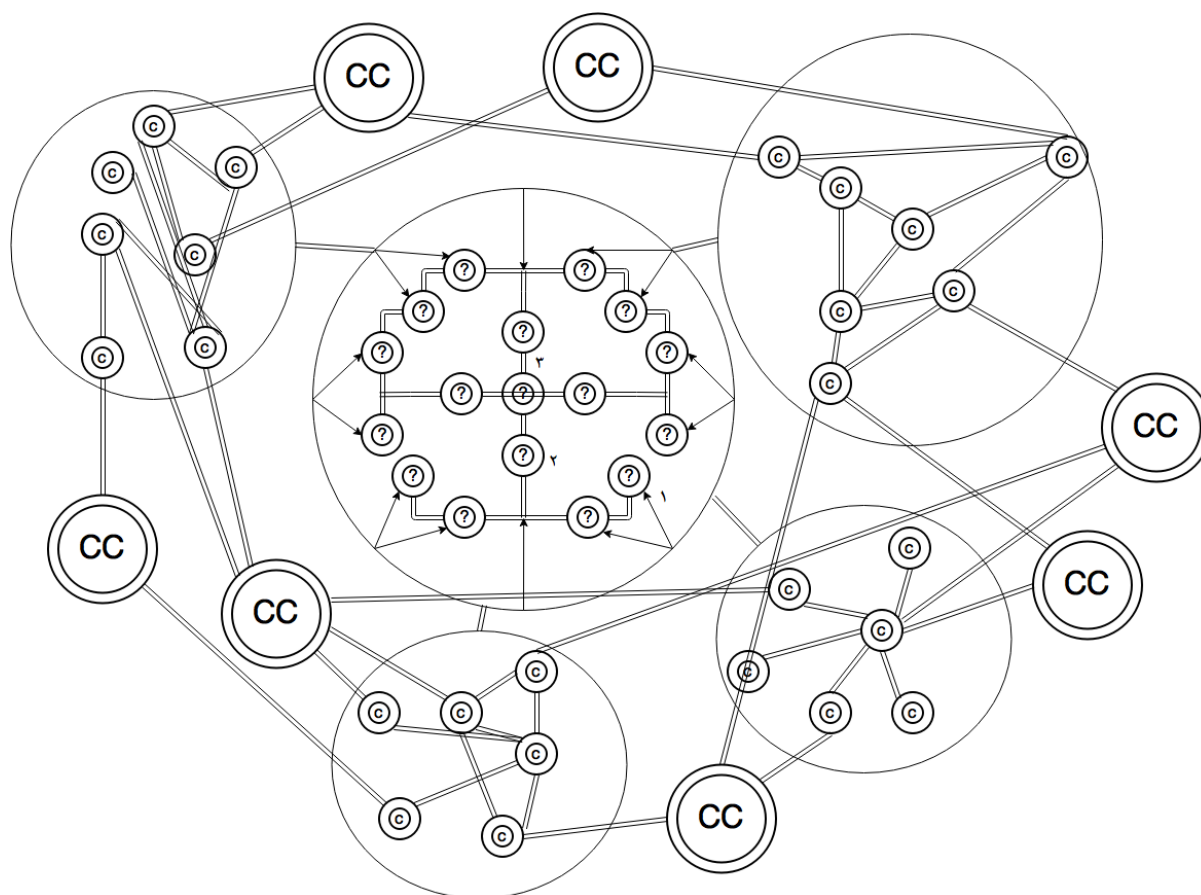
ما هنوز به چیستی فلسفه‌ی فضای سایبری دست نیافته‌ایم

برای رسیدن به چیستی فلسفه‌ی سایبری باید این پرسش را پیش کشید که آیا مفاهیم دو فلسفه‌ی خاص که به امر یا فضای سایبری می‌پردازند، با یکدیگر نسبت و رابطه‌ای دارند؟ آیا با وجود تفاوت معنایی هر مفهوم مشابه در دو فلسفه‌ی خاص (که در ۲-۲ اشاره شد)، هیچ شباهتی میان دو مفهوم برقرار نیست؟ به عبارت دیگر، اگر هیچ شباهتی نباشد، پس چگونه تفاوت ممکن شده است؟

آیا میان تمایزهای مفهومی فلاسفه، شباهت نیز وجود دارد؟

چنانچه تاریخ فلسفه به خوبی گواه این مدعاست، مفاهیم خاص هر فیلسوف به همان اندازه که مختص به وی هستند، متعلق به مجموعه‌ی بزرگ‌تری از مفاهیم نیز هستند. این مجموعه از مفاهیم مجموعه‌ی مشترکی است که در زبان تقویم می‌شود و اجازه‌ی مفاهمه و ارتباط دو فیلسوف با یکدیگر را می‌دهد. فی‌المثل فیلسوف الف و ب از مفهوم «حرکت جوهری» در شبکه‌ی فلسفه‌ی خویش استفاده می‌کنند. هر کدام از این دو فیلسوف این مفهوم را به معنای خاصی مراد می‌کنند که هیچ شباهتی با یکدیگر ندارد (فیلسوف الف می‌گوید این حرکت امکان ندارد و فیلسوف ب می‌گوید همه چیز حرکت جوهری است). اما به هر روی این مفهوم ذیل دو مفهوم عام‌تر «حرکت» و «جوهر» قرار می‌گیرد. بدین ترتیب هر کدام از این دو برای آن که بتواند به آن دیگری بگوید «وجود دارد» یا «وجود ندارد» باید دو مفهوم حرکت و جوهر را تبیین کنند. بدین ترتیب مفاهیم ناهم‌معنای دو فیلسوف در دو مفهوم واحد با یکدیگر برخورد می‌کنند.

اشتراکات مفهومی فلاسفه در تاریخ فلسفه و فلسفه‌ی فضای سایبری



۸. بخش ۲، شکل ۷: شبکه‌ی پوسته‌ای مفاهیم مشترک فلسفی میان چهار فیلسوف

شکل ۷ از بخش دوم روابط میان «مفاهیم مشترک» و «مفاهیم منحصر به فرد» را میان چهار فیلسوف نشان می‌دهد. با توجه به این شکل، در حالی که هر کدام از فلاسفه مفاهیم منحصر به فرد خودشان را وضع می‌کنند اما هر کدام از مفاهیم آن‌ها در همان حال با مفاهیم مشترک میان فلاسفه رابطه دارند. چنین رابطه‌ای می‌تواند اعم از «تفسیر»، «تنقیح»، «انکار»، «توسعه» و ... باشد. این که یک فیلسوف چه برخوردی با مفاهیم مشترک فلسفه را دارد، تنها از طریق مطالعه‌ی انضمامی و استخراج مفاهیم او میسر می‌شود. به همین ترتیب مفهوم مشترک «حرکت جوهری» به دو مفهوم عام‌تر فلسفی به نام «حرکت» و «جوهر» اتصال می‌یابد و هر کدام از دو فیلسوف فرضی، ذیل برقراری شبکه‌ای خاص از مفاهیم خودشان، مفهوم حرکت و جوهر را با «حرکت جوهری خویش» تبیین می‌کنند: یکی از آن‌ها مفهوم حرکت را به بطن جوهر می‌برد و دیگری حرکت جوهر را ممتنع می‌شمارد. با توجه به این توضیحات، نتیجه‌گیری این زیر بخش بدین شرح است:

اول) مفاهیم انحصاری هر فلسفه‌ای در رابطه با مفاهیم مشترک فلسفی تقویم می‌شود.

دوم) مفاهیم مشترک مفاهیمی هستند که در طول تاریخ فلسفه توسط فلاسفه تکرار می‌شوند

سوم) شبکه‌ی انحصاری مفاهیم هر فلسفه‌ای به نسبت شبکه‌ی مشترک مفاهیم معنا می‌یابد (رد، تفسیر، توسعه و ...).

سه نتیجه‌ی شبکه‌ی پوسته‌ای

شبکه‌ی جوی حوزه‌های فلسفه‌ی سایر

آخرین قدم از «شبکه‌ی چارچوبی مفاهیم فلسفه‌ی سایر» را باید به حوزه‌هایی اختصاص داد که مفاهیم مشترک در کنار یکدیگر جمع می‌شوند و پروژه‌های بزرگ تحقیقاتی فلسفه را ایجاد می‌کنند. این حوزه‌های بزرگ واجد دو ویژگی هستند: اول) آن‌ها حوزه‌های تحقیقاتی شناخته‌شده در فلسفه هستند (مانند معرفت‌شناسی یا آنتولوژی). دوم) آن‌ها موجب برقراری کلیه نسبت‌های میان هر مفهوم فلسفی مشترک و منحصر به فرد می‌شوند.^۶

دو ویژگی حوزه‌های فلسفه‌ی سایر

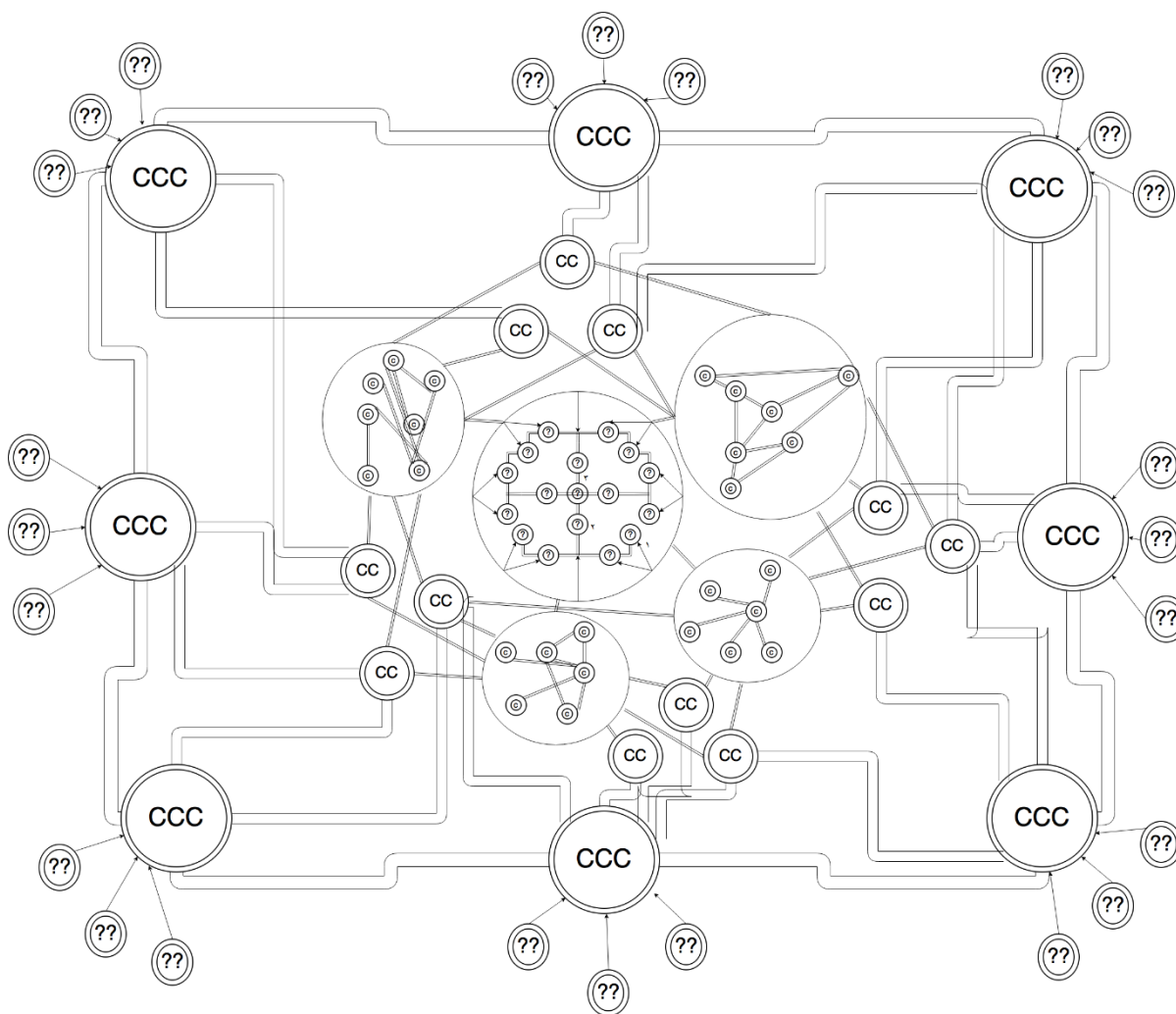
اگر بناست که یک چارچوب مفهومی به مثابه‌ی یک «چارچوب» عمل کند، این چارچوب بایست توان آن را داشته باشد که در درون خودش وحدتی را میان هر مسئله و مفهوم ممکن برقرار سازد. چنین چارچوبی وحدتی کاربردی را به کل پروژه‌ی تحقیقاتی عطا می‌کند و به واسطه‌ی آن است که می‌توان نسبت هر چیزی را با چیزهای دیگر سنجید. بدین ترتیب، چارچوب مفهومی یک دستگاه انتظام‌بخش و نسبت‌بخش است و چنین دستگاهی در فلسفه محقق نمی‌شود مگر آن که حوزه‌های فلسفی به درستی تبیین گردند و دغدغه‌های بنیادین آن‌ها مورد کنکاش قرار گیرد.

عبارت توجه به این توضیح روشن است که ما به جای استفاده از لفظ «حوزه‌های فلسفی» می‌توانیم از لفظ «کلان‌مفهوم‌ها» نیز استفاده کنیم. در واقع مفاهیمی چون «آنتولوژی سایر»، «معرفت‌شناسی سایر»، «فلسفه‌ی ذهن سایر»، «فلسفه‌ی سیاسی سایر» و ... همه کلان‌مفاهیمی هستند که تمام مفاهیم انحصاری و مشترک در ذیل آن‌ها تبیین می‌شوند.

یک چارچوب مفهومی بدون فهم شبکه‌ی نسبت‌های میانِ امورِ سایبر، مفاهیمِ منحصر به فرد و مفاهیمِ مشترک که در حوزه‌های عامِ فلسفه‌ی سایبر عرضه می‌شوند، ناکارآمد خواهد بود

تنها به واسطه‌ی چنین شبکه‌ای است که می‌توان از «فلسفه‌ی فضای سایبر» سخن راند. شبکه‌ی جویِ حوزه‌های فلسفه امری است که تمامِ سوالات، مفاهیمِ اختصاصی و مفاهیمِ مشترک در آن ملحوظ هستند. چنین شبکه‌ای وجود دارد ولو آن که هنوز به طورِ کامل کشف نشده باشد. هشتمین شکلِ بخشِ دوم این شبکه را بازنمایی می‌کند.

شبکه‌ی عامِ تمامِ نسبت‌های میانِ امرِ سایبر و فلسفه‌ی سایبر وجود دارد: شبکه‌ی جوی



۹. بخش ۲، شکل ۸: شبکه‌ی جویِ حوزه‌های فلسفه‌ی سایبر (فلسفه‌ی سایبر)

حوزه‌های فلسفه به مثابه‌ی مجموعه‌ای از مفاهیمِ مشترک، حاملِ سوالاتِ بنیادینِ خود نیز هستند. آن‌ها پرسش‌های مختص به خودشان را مطرح می‌کنند و به این ترتیب دوباره بر کلیتِ مفاهیمِ مشترک و مختص فلسفی تاثیر

می‌گذارند. در واقع هر چند که شبکه‌ی هسته‌ای مفاهیم یک فلسفه (۲-۲) پاسخ‌هایی برای سوالات امر یا فضای سایبر (۲-۱) قلمداد می‌شوند اما هنگامی که این مفاهیم با یکدیگر در شبکه‌ی پوسته‌ای مفاهیم مشترک (۲-۳) برخورد می‌کنند و سپس در حوزه‌های فلسفه گرد می‌آیند (۲-۴)، دوباره تبدیل به سوالاتی می‌شوند که به درون امر یا فضای سایبری برمی‌گردند. در حالی که شکل هشتم پیچیدگی این روابط را بیان می‌کند، سیر خطی آن را در شکل نهم از بخش دوم تبیین کرده‌ایم:

حوزه‌های عام فلسفه خود وظیفه‌ی تولید سوال از امر سایبر را بر عهده دارند



۱۰. بخش ۲، شکل ۹: سیر خطی فلسفه‌ی سایبر

با این توضیحات می‌توان تعریفی ابتدایی از فلسفه‌ی سایبر را به دست داد:

فلسفه‌ای که به سوالات درونی امر یا فضای سایبر می‌پردازد و با مفهوم‌پردازی بدین سوالات پاسخ می‌دهد؛ چنین مفاهیمی با یکدیگر اشتراکاتی دارند و در نهایت در حوزه‌های عام فلسفی به یکدیگر ملحق می‌شوند. این حوزه‌های عام خود وظیفه‌ی تولید سوالات عمیق‌تر و بنیادین‌تر از امر سایبری را بر عهده می‌گیرند. مجموعه‌ی این نسبت‌ها فلسفه‌ی سایبر است.

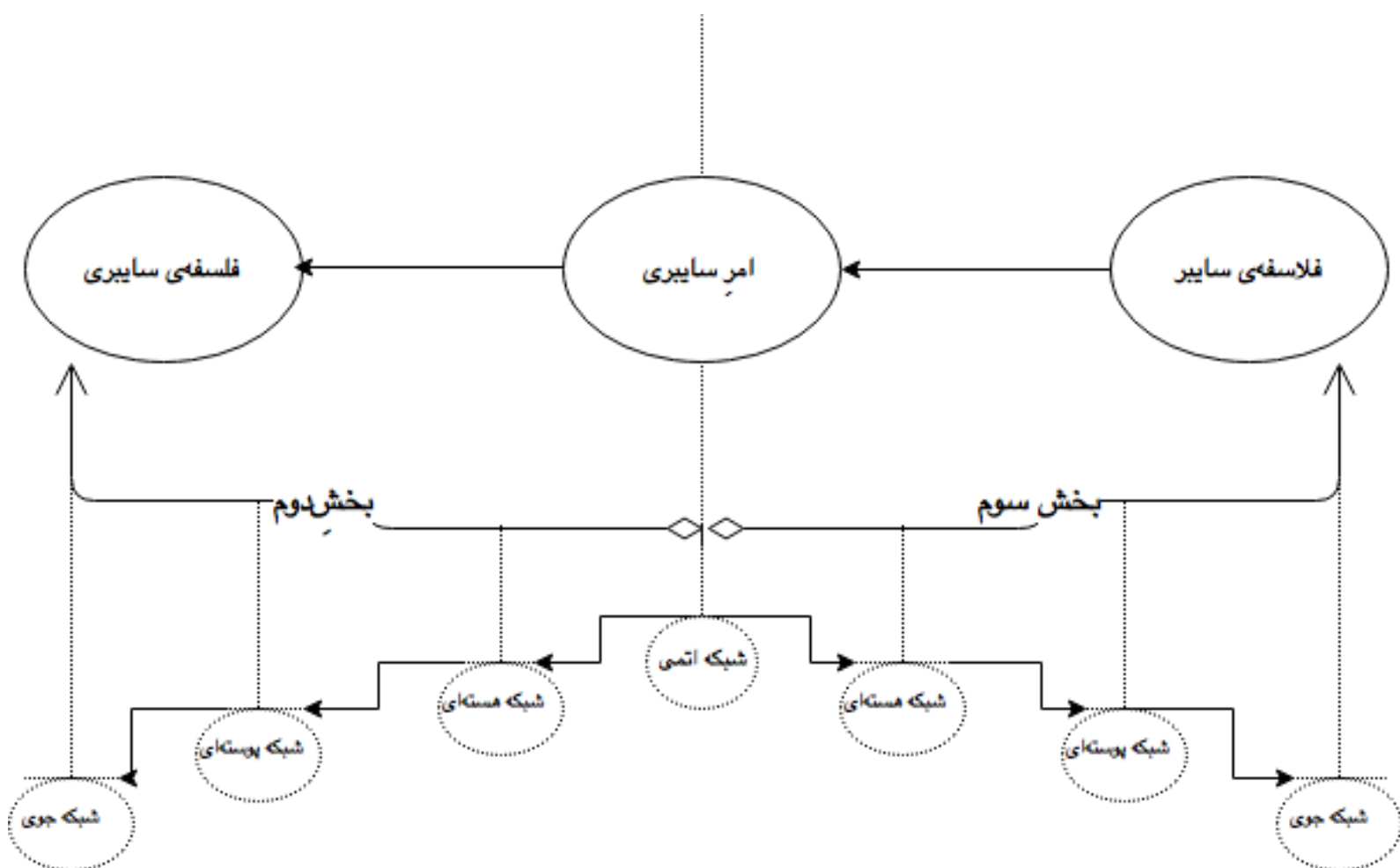
تعریف ابتدایی‌ای از فلسفه‌ی سایبر

بخش ۳: شبکه‌ی چارچوبی فلاسفه‌ی سایبر

چنانچه در ۱-۴ طرح گردید، این نوشتار مبنای خویش را بر مرکزیتِ «امر یا فضای سایبر» گذاشته است و با طرح پرسش از «چگونه فلسفه‌ی امر سایبر تولید می‌شود» قدم‌های بعدیِ خویش را تقویم می‌کند. در بخش قبل این نکات مطرح شد: اول) هر امر سایبر حامل مجموعه‌ای از سوالات است که قسمی از آن‌ها فلسفی هستند: شبکه‌ی اتمی. دوم) هر فیلسوف با مفهوم‌پردازی به قسمی از این سوالات پاسخ می‌دهد که شبکه‌ی منحصر به فردِ مفاهیم وی را می‌سازد: شبکه‌ی هسته‌ای. سوم) مفاهیم فلاسفه‌ی مختلف به واسطه‌ی امری که ما آن را «مفاهیم مشترک» خواندیم با یکدیگر نسبت پیدا می‌کنند: شبکه‌ی پوسته‌ای. چهارم) مفاهیم مشترک در کنار یکدیگر حوزه‌های عام فلسفی را شکل می‌دهند و این حوزه‌ها خود وظیفه‌ی تولید سوالات جدیدتر از امر سایبر را بر عهده می‌گیرند: شبکه‌ی جوی.

آنچه در بخش قبلی موردِ مذاقه قرار گرفت را به عنوانِ «تعریفی از فلسفه‌ی سایبر» قلمداد کردیم. لکن به نظر می‌آید که این تعریف به اندازه‌ی کافی به کمالِ خویش نزدیک نشده باشد. در واقع تعریفِ ما حامل پنج عنصر بود: ۱- فیلسوفی که می‌اندیشد. ۲- امر سایبری که سوال تولید می‌کند. ۳- مفهوم منحصر به فرد تولیدشده. ۴- مفاهیم مشترک. ۵- حوزه‌های عام. بخش دوم این نوشتار موردِ دوم تا پنجم را واکاوی کرد اما به نظر می‌آید که بدونِ در نظر گرفتن جایگاه بنیادینِ «فیلسوف» به عنوانِ آغازِ راه (بخش ۱، شکل ۱) فهمِ ما از تعریفِ فلسفه‌ی سایبر نیز ناقص خواهد بود. بدین مبنا ما باید بدانیم که «فلاسفه‌ی سایبر» نیز چه کسانی هستند و تحتِ چه ضوابط و معیار هایی به اندیشه‌ی فلسفی در بابِ یک امر سایبر دست می‌یازند. بنا بر این استدلال، هیچ فیلسوفی در خلا سخن نمی‌گوید و هیچ تولیدِ فلسفی‌ای (۲-۲) صرفن در مواجهه با سوالِ یک شی پدیدار نمی‌گردد. فلذا سنگ بنایی که ما در ۱-۴ آن را تقویم کردیم، بر ما لازم می‌دارد که در بابِ چگونگیِ روابطِ میانِ فلاسفه، مکتب‌ها، حوزه‌ها و اندیشه‌های آن‌ها نیز تحقیق کنیم. بدین مبنا، هر پاسخِ فلسفی را باید در شبکه‌ای از روابطِ میانِ فلاسفه (که شرطِ تولیدِ پاسخ هستند) فهم کرد. ما این شبکه‌ی روابط را به مثابه‌ی شبکه‌ای که در بخشِ دو تدوین شد به چهار بخشِ اتمی، هسته‌ای، پوسته‌ای و جوی تقسیم کرده‌ایم. نحوه‌ی شکل‌گیریِ این روابط در اولین شکل از این بخش بازنمایی شده‌اند:

نمی‌توان بدون در نظر گرفتن نسبت‌های میان فیلسوف و فلسفه‌ی سایبر، به فهمی از فلسفه‌ی سایبر دست یافت



۱۱. بخش ۳، شکل ۱: مراحل پژوهش در بخش سوم

بخش سوم کامل‌کننده‌ی پازل بخش دوم است و علاوه بر آن، مسیر تحقیق در بخش دوم را نیز هموار می‌کند (ر.ک بخش هشتم). ما تنها به واسطه‌ی شناخت نسبت‌های فلاسفه است که می‌توانیم شناختی از نسبت‌های شبکه‌ی مفاهیم آن‌ها (به خصوص در شبکه‌ی پوسته‌ای و جوی که هر دو تاثیرگذار بر شبکه‌ی هسته‌ای مفاهیم خاص یک فیلسوف هستند) را داشته باشیم.

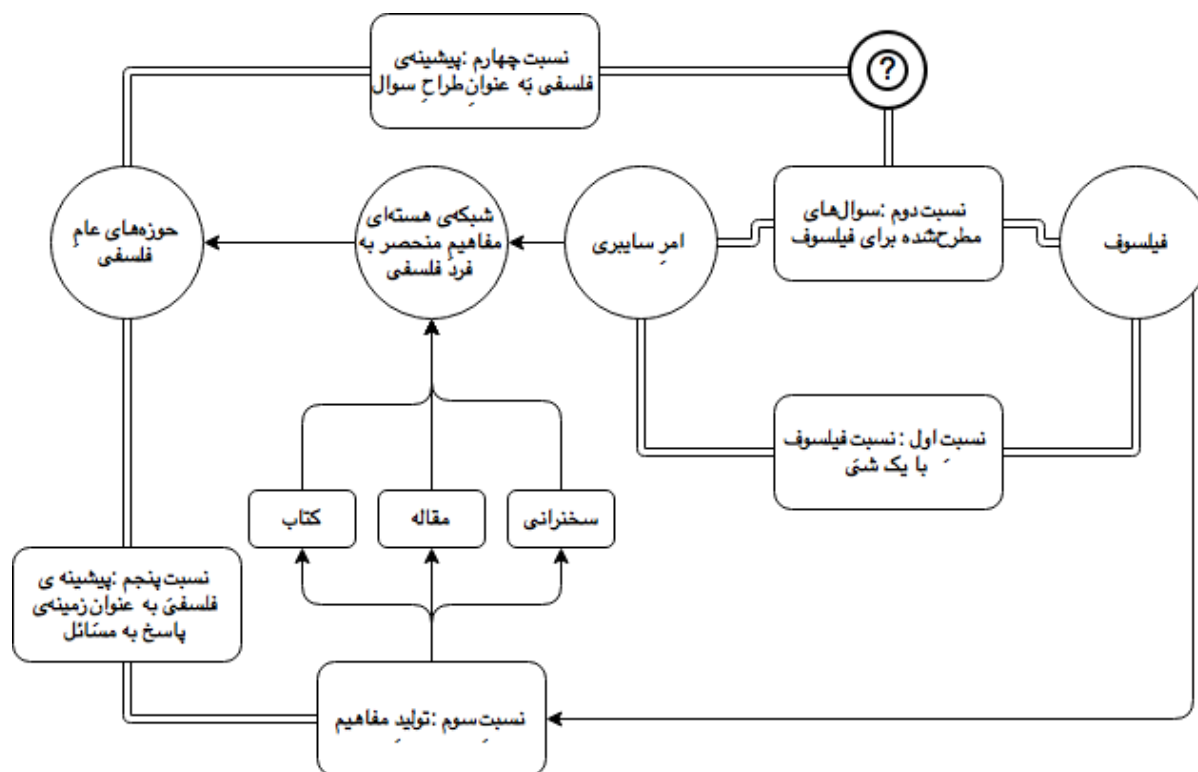
در این بخش چهار شبکه‌ی نسبت‌های میان فیلسوف و امر سایبر تحت بررسی قرار می‌گیرد:
شبکه‌ی اتمی، هسته‌ای، پوسته‌ای و جوی

شبکه‌ی اتمی فلاسفه‌ی سایبر

مراد از شبکه‌ی اتمی فلاسفه، مجموعه‌ی نسبت‌های هر فیلسوفِ سایبر با شیِ سایبری است. بنا بر این تعریف و بنا بر آن که چه در ۲-۲ گفته‌شد، سه نسبتِ پایه‌ای میانِ فیلسوفِ سایبر و شیِ سایبری را می‌توان تشخیص داد: اول) شیِ خاصِ سایبری‌ای که توسطِ فیلسوف برای مذاقه انتخاب می‌شود. دوم) سوال‌هایی که آن شی برای فیلسوف ایجاد می‌کند و در نهایت سوم) پاسخی که فیلسوف به آن سوالات در کتب، مقالات، سخنرانی‌ها و ... می‌دهد. مضاف بر این سه نسبت، نسبتی دیگر نیز وجود دارد که بدونِ درکِ اساسی از آن، نمی‌توان شبکه‌ی اتمیِ فیلسوف را به درستی فهم کرد: پیشینه‌ی فلسفی. اهمیتِ پیشینه‌ی فلسفیِ یک فیلسوف از آن روست که این عنصر در واقع نسبتِ میانِ «حوزه‌های عامِ فلسفه» با «طرحِ سوالِ از شیِ سایبر» را مطرح می‌کند. بنا بر آن چه که در ۲-۴ گفته شد، با شکل‌گیریِ حوزه‌های عامِ مانندِ آنتولوژی، معرفت‌شناسی، فلسفه‌ی سیاسی و ... هر کدام از این حوزه‌ها به کارخانه‌ی تولیدِ سوال مطرح می‌شوند و سوالاتِ جدیدی را در بابِ امرِ سایبری ایجاد می‌کنند. چه کسی این سوال‌ها را می‌پرسد؟ فیلسوف. علاوه بر این نسبتِ پنجمی نیز در کار است: پیشینه‌ی فلسفی صرفن نقشِ طرح‌ریزیِ سوال را ندارد بل آن که خودش زمینه و بستری برای پاسخ‌دهی به سوالاتِ فیلسوف است. در واقع این که فیلسوف از چه روابط و چه نسبت‌های مفهومی‌ای برای پاسخ‌دهی به یک مسئله‌ی سایبر بهره می‌برد، منوط به این پیشینه است.

مراد از شبکه‌ی اتمی فلاسفه‌ی سایبر: مجموعه‌ی نسبت‌های میانِ فیلسوف با امر و فلسفه‌ی سایبر

شکل زیر شبکه روابط اتمی یک فیلسوف با امر و فلسفه‌ی سایبری را توضیح می‌دهد:



۱۲. بخش ۳، شکل ۲: شبکه‌ی اتمی یک فیلسوف

هر فیلسوف در این شبکه از روابط است که فلسفه‌ی سایبری خودش را طرح می‌کند و برای فهم دقیق «شبکه‌ی اتمی مفاهیم یک فیلسوف» چاره‌ای جز درک صحیح «شبکه‌ی اتمی فیلسوف» نیست.

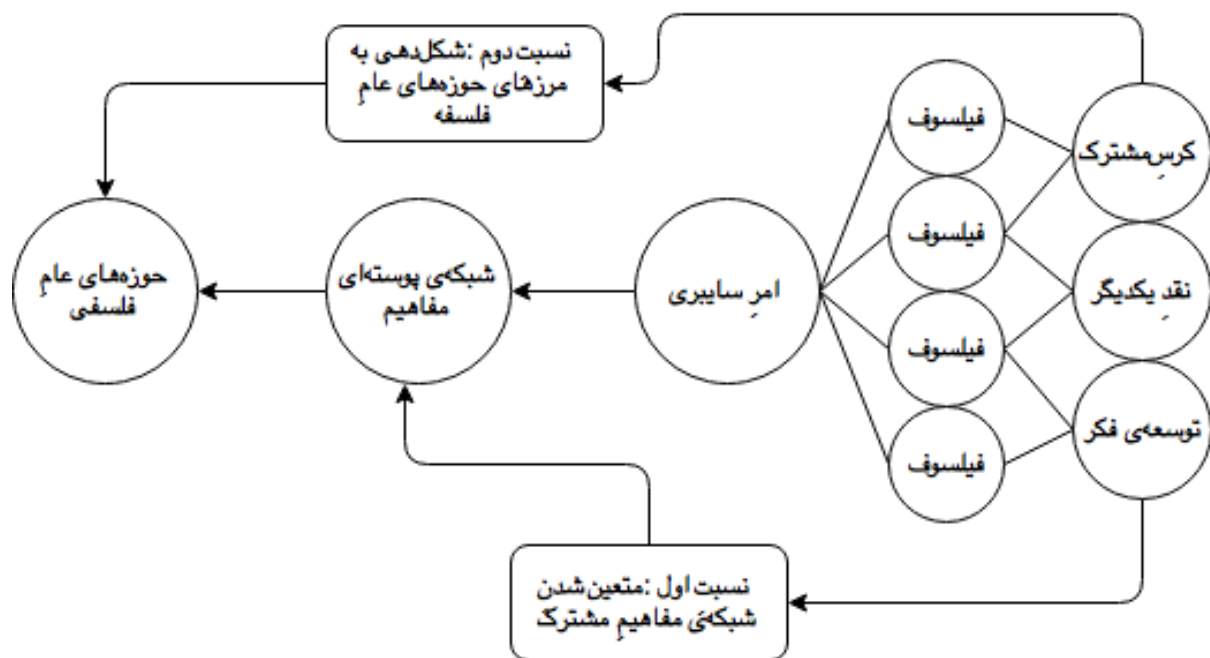
فیلسوف به یک امر سایبری می‌اندیشد، سوال‌های آن را واکاوی می‌کند، در اندرکنش با حوزه‌های عام فلسفی سوال‌های جدید طرح می‌کند و با استفاده از زمینه‌ای که این حوزه‌ها مهیا می‌کنند، دست به تولید مفاهیم منحصر به فرد می‌زند.

شبکه‌ی هسته‌ای فلاسفه‌ی سایبر

هر فیلسوف به عنوان یک اتم با دیگر فلاسفه نیز ارتباط دارد، آن‌ها را نفی می‌کند، آن‌ها را تأیید می‌کند، در کنار آن‌ها کار پژوهشی یا تدریسی انجام می‌دهد، بر آراء دیگران شرح می‌زند و خلاصه هسته‌هایی از نسبت‌ها را با دیگر فلاسفه شکل می‌دهد. ما اولین حلقه از روابط یک فیلسوف با دیگر فلاسفه را شبکه‌ی هسته‌ای فلاسفه می‌خوانیم. شناخت این شبکه کمک می‌کند که هسته‌های مرکزی تولید علم نشانه‌گذاری شوند، رصد شوند و در نهایت نسبت آن‌ها با ۲-۳ و ۲-۴ تدقیق شود. فی‌المثل چهار فیلسوف را فرض بگیریم که همه‌ی آن‌ها به فضای سایبری می‌پردازند. فیلسوف الف و ب هر دو در یک کرسی دانشگاهی فعالیت می‌کنند، فیلسوف ب و ج چند مقاله علیه یکدیگر

نوشته‌اند و فیلسوف ج و د یک پروژه‌ی تحقیقاتی مشترک را پیگیری می‌کنند. تنها از خلال این مذاقه است که شبکه‌ی مفاهیم مشترک (۲-۳: پوسته‌ای) روشن می‌شود و نقاط ارجاع و اختلاف تبیین می‌گردند. علاوه بر این، اگر این شبکه‌ی مفاهیم مشترک است که حوزه‌های عام فلسفه را شکل می‌دهد، پس شبکه‌ی هسته‌ای فلاسفه منجر به روشن‌شدن مرزهای شبکه‌ی حوزه‌های عام فلسفه (۴-۲: جوی) نیز می‌شود. شکل زیر این دو نسبت مهم را تبیین کرده است:

شبکه‌ی هسته‌ای فلاسفه، مجموعه‌ی نسبت‌های میان فلاسفه‌ی سایبر با یکدیگر (اعم از تقابل، نفی، تایید، هم‌پژوهش و ...) است



۱۳. بخش ۳، شکل ۳: روابط شبکه‌ی هسته‌ای فلاسفه

شبکه‌ی پوسته‌ای بسترهای فلاسفه‌ی سایبر

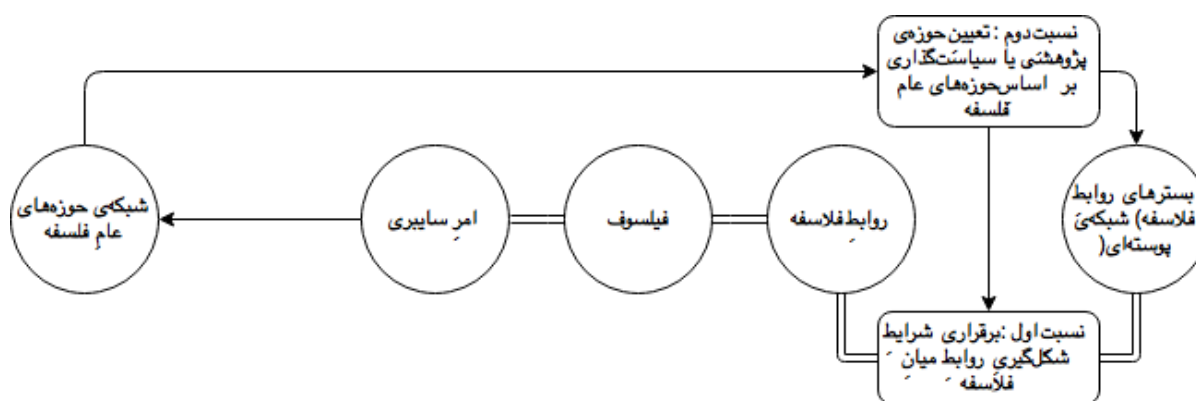
آن‌چه در شبکه‌ی هسته‌ای میان فلاسفه رخ می‌دهد، مبتنی بر بسترهایی است که افعال فیلسوفان در آن رخ می‌دهد. چه این که اگر دو فیلسوف با یکدیگر کرس مشترکی داشته باشند، نیاز به بستری به نام «دپارتمان» یا دانشگاه است و اگر آن دو یک دیگر را نقد کنند، ژورنال یا انتشاراتی‌ای لازم است و قس علی هذا. ما به بسترهایی که روابط میان فلاسفه در آن‌ها محقق می‌شود «شبکه‌ی پوسته‌ای بسترهای فلاسفه» می‌گوییم.

بسترهای فلاسفه روابط میان فلاسفه را مقدور می‌سازند

هر چند شبکه‌ی پوسته‌ای فلاسفه در بدو امر تنها به عنوان یک بستر منفعل به نظر می‌آید اما بایست دانست که هر بستر فعل و انفعالی (به عنوان شرط فعل و انفعال) منجر به جهت‌گیری و سوگیری‌های مختلف می‌شود. فی‌المثل اگر از «موسسه‌ی آینده‌ی انسان» در «دانشکده‌ی فلسفه‌ی آکسفورد» سخن می‌گوییم (موسسه‌ای که تنی چند از فلاسفه را گرد هم آورده است و به آن‌ها وظیفه‌ی پژوهش فلسفی در باب آینده‌ی انسان را محول کرده است) یا از ژورنال «فلسفه‌ی ذهن» دانشگاه هاروارد حرف می‌زنیم، هر کدام از این دو بستر مجموعه‌ای از شروط و سوگیری‌ها را متعین می‌کنند (اولی حکم به تحقیق در آینده‌ی انسانی می‌دهد و دومی حکم به تحقیق در ماهیت ذهن) و این سوگیری‌ها بر کلیت روند پژوهش تاثیرگذار هستند. بنابراین بسترهای پژوهشی و سیاست‌گذاری بسترهای منفعل محض نیستند: آن‌ها بسترهایی هستند که بنا بر اهداف خود موجب شکل‌گیری روابط هسته‌ای فلاسفه با یکدیگر می‌شوند.

شبکه‌ی پوسته‌ای یک شبکه‌ی انفعالی محض نیست: آن‌ها فعالانه به مسیر پژوهش فلسفه‌ی سایبر جهت می‌دهند

همان‌طور که از دو مثال بالا برمی‌آید، سوگیری‌های بسترهای پژوهشی و سیاست‌گذاری، مستقیم با شبکه‌ی حوزه‌های عام فلسفه در ارتباط است و هر بستر پژوهشی در فلسفه‌ی سایبر معطوف به یک یا چند حوزه از مباحث عام شبکه‌ی جوی فلسفه است!



۱۴. بخش ۳، شکل ۴: شبکه‌ی پوسته‌ای حوزه‌های پژوهشی و سیاست‌گذاری فلسفه

۱. با توجه به توضیحاتی که داده شد روشن است که در این مرحله مراد ما از «سوگیری» یا «سیاست‌گذاری»، صرفن سوگیری‌های فلسفی و مبتنی بر حوزه‌های عام فلسفه (آنتولوژی، آینده‌پژوهی، معرفت‌شناسی، فلسفه‌ی ذهن و ...) است. سوگیری‌های دیگری چون «سیاست‌های اقتصادی»، «سیاست‌های حکومتی» و ... را در بخش ۶ واکاوی خواهیم کرد.

شبکه‌ی جوی مکاتبِ فلاسفه‌ی سایبر

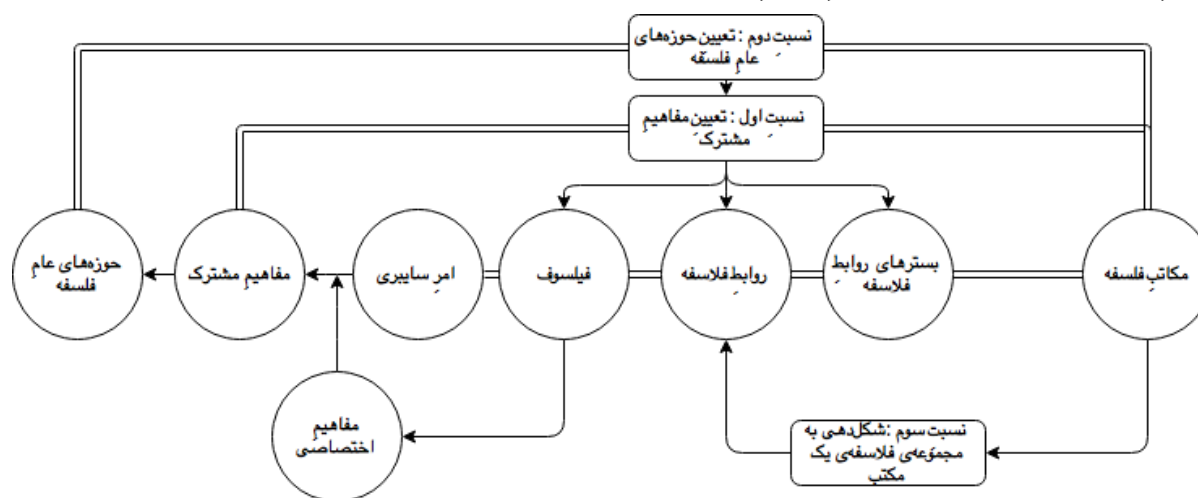
آخرین بستری که می‌توان آن را شرطِ روابطِ میانِ فلاسفه در نظر گرفت، شبکه‌ی مکاتبِ فلسفه است. هر کدام از مکتب‌های فلسفی (مارکسیسم، پست‌مدرنیسم، ایده‌آلیسم و ...) مجموعه‌ای از ایده‌ها هستند که هر فیلسوف کم یا بیش به آن ایده‌ها وفادار است. مانند شبکه‌ی پوسته‌ای حوزه‌های پژوهشی و سیاست‌گذاری، مکاتبِ فلسفی نیز به جهتِ تاکیداتِ خاصِ خود بر برخی از مفاهیم، روش‌ها و سویه‌های فلسفی یک فیلسوف در مواجهه با اشیاء جهان را تعیین می‌کنند. فی‌المثل ایده‌آلیسمِ کانت هر چند مربوط به قرونِ گذشته است اما یک فیلسوفِ نوکانتی، بر مبنایِ کشفیاتِ کانت است که به بررسی و تحقیق در بابِ امرِ سایبری می‌پردازد.

شبکه‌ی جویِ فلاسفه‌ی سایبر، مکاتبی هستند که فلاسفه در آن‌ها و به واسطه‌ی آن‌ها اندیشه می‌کنند همان‌طور که در ۱-۳ گفتیم، در مواجهه‌ی حوزه‌های عامِ فلسفی (۲-۴) با فیلسوف دو نسبت برقرار می‌شود: اول) حوزه‌های عامِ فلسفی موجبِ زایش‌گریِ سوال می‌شوند و دوم) حوزه‌های عامِ فلسفی موجبِ یافتنِ راهی برای پاسخ به سوالِ مذکور می‌شوند. اکنون باید گفت که مهم‌ترین ساز و کارِ شبکه‌ی مکاتبِ فلسفی معنادهی به حوزه‌های عامِ فلسفی (۲-۴) و مفاهیمِ مشترکِ فلاسفه (۲-۳) است. در حقیقت این مکاتبِ فلسفی هستند که با پیشینه‌ی تاریخیِ خودشان، به مفاهیمِ مشترکِ فلسفه‌ی سایبر و حوزه‌های عامِ آن معنا می‌دهند و بدین طریق بر هر فیلسوفِ حوزه‌ی سایبر (۱-۴)، روابطِ میانِ آن‌ها (۲-۴) و همچنین بسترهای این روابط (۳-۴) تاثیر می‌گذارند. هر چند نباید از این نکته غافل شد که خودِ مکاتبِ فلسفی نیز از حوزه‌های عامِ فلسفه یا مفاهیمِ مشترکِ تاثیر می‌پذیرند و تغییر و تحول می‌یابند (بنابراین رابطه‌ی میانِ مکاتب با مفاهیمِ مشترک و حوزه‌های عام رابطه‌ای است دو طرفه).

مکاتبِ فلسفی به مفاهیمِ مشترک و حوزه‌های عامِ فلسفه‌ی سایبر معنا می‌بخشند

می‌توان چنین ادعا داشت که مکاتبِ فلسفی «پیشینه‌ی حوزه‌های عام و مفاهیمِ مشترک» هستند و حوزه‌های عامِ فلسفه و مفاهیمِ مشترک (در حوزه‌ی فلسفه‌ی سایبر)، اموری هستند که مکاتب را بالنده، پویا و به روز می‌سازند. مکاتبِ فلسفی چارچوب‌های اندیشه را فراهم می‌سازند و به همان اندازه بر کلیتِ فلسفه‌ی سایبر، تولیدِ آن، روابطِ مفاهیمِ درونِ آن و حوزه‌های عامِ فلسفی درونِ آن تاثیر می‌گذارند. مضاف بر این‌ها، مکاتبِ فلسفی ساختارهایی هستند که فلاسفه در آن‌ها با یکدیگر به اشتراک می‌رسند و به همین جهتِ فکری هم‌سو را می‌توان به حسبِ مکاتبِ فلسفه سنجید و این نسبتِ سومِ میانِ مکاتبِ فلسفه با حوزه‌های دیگرِ چارچوب است:

مکاتب فلسفی کلان ترین اشتراک میان فلاسفه قلمداد می شوند



۱۵. بخش ۳، شکل ۵: شبکه‌ی جوی مکاتب فلسفه

با توجه به آن چه که در این بخش گفته شده است، به نظر می آید که بایست عناصر جدیدی به تعریف فلسفه‌ی فضای مجازی اضافه کرد:

فلسفه‌ای که به سوالات درونی امر یا فضای سایبر می پردازد و با مفهوم پردازی بدین سوالات پاسخ می دهد؛ چنین مفاهیمی با یکدیگر اشتراکاتی دارند و در حوزه های عام فلسفی به یکدیگر ملحق می شوند. این حوزه های عام خود وظیفه‌ی تولید سوالات عمیق تر و بنیادین تر از امر سایبری را بر عهده می گیرند. هر فیلسوف مشارکت کننده در این فلسفه، حامل سوالات و مفاهیم منحصر به فردی است و از حوزه های عام فلسفه برای شکل دهی به نظریه‌ی خودش تاثیر می پذیرد. فلاسفه‌ی مشارکت کننده در این فلسفه نیز با یکدیگر ارتباطات مشخصی دارند که در بسترهای پژوهشی و سیاست گذاری متحقق می شوند. در نهایت هر مکتب فلسفی به عنوان امور مشارکت کننده در تعیین مفاهیم مشترک فلاسفه و حوزه های عام فلسفی به مسیر اندیشه و برپایی فلسفه‌ی فضای سایبر جهت می دهند.

مجموعه‌ی این نسبت ها فلسفه‌ی فضای سایبر است.

تعریف نهایی از فلسفه‌ی سایبر

بخش ۴: رابطه‌ی دو شبکه‌ی چارچوبی فلسفه‌ی سایبر و فلاسفه‌ی سایبر

سوالی که در ۱-۳ طرح شد (چگونه فلسفه‌ی سایبر تولید می‌شود؟) ما را به شبکه‌ی پیچیده‌ای از روابط رساند. در وهله‌ی اول (بخش دوم) دریافتیم که چگونه مفاهیم منحصر به فرد یک فیلسوف، مفاهیم مشترک فلاسفه و هم چنین حوزه‌های عام فلسفه شکل می‌گیرند. لکن چنین کشفی به هیچ عنوان کامل نمی‌نمود چه آن که بایست به روابط فلسفی خود فیلسوف (به مثابه‌ی «تولیدکننده‌ی فلسفه‌ی سایبر») نیز توجه کرد. پرسش اخیر ما را به چهار حوزه‌ی دیگر کشاند و دریافتیم که فیلسوف چهار ارتباط مهم را برقرار می‌کند: (۱) فیلسوف با امر سایبر نسبت برقرار می‌کند، (۲) فیلسوف با دیگر فلاسفه ارتباط برقرار می‌کند، (۳) فیلسوف با مراکز پژوهشی حوزه‌ی فلسفه‌ی سایبر ارتباط برقرار می‌کند و (۴) فیلسوف با مکاتب فلسفی نسبتی برقرار می‌سازد. علاوه بر این‌ها دانستیم که هر کدام از این نسبت‌ها در نهایت بر سوال‌ها، مفاهیم اختصاصی، مفاهیم مشترک و حوزه‌های عام امر یا فضای سایبر نیز تاثیر می‌گذارند.

در این بخش بر آن هستیم که روابط میان این دو چارچوب را بررسی کنیم و نسبت «پیش» (فیلسوف می‌اندیشد به...) و «پس» (فلسفه‌ی...) امر یا فضای سایبر را تبیین کنیم.

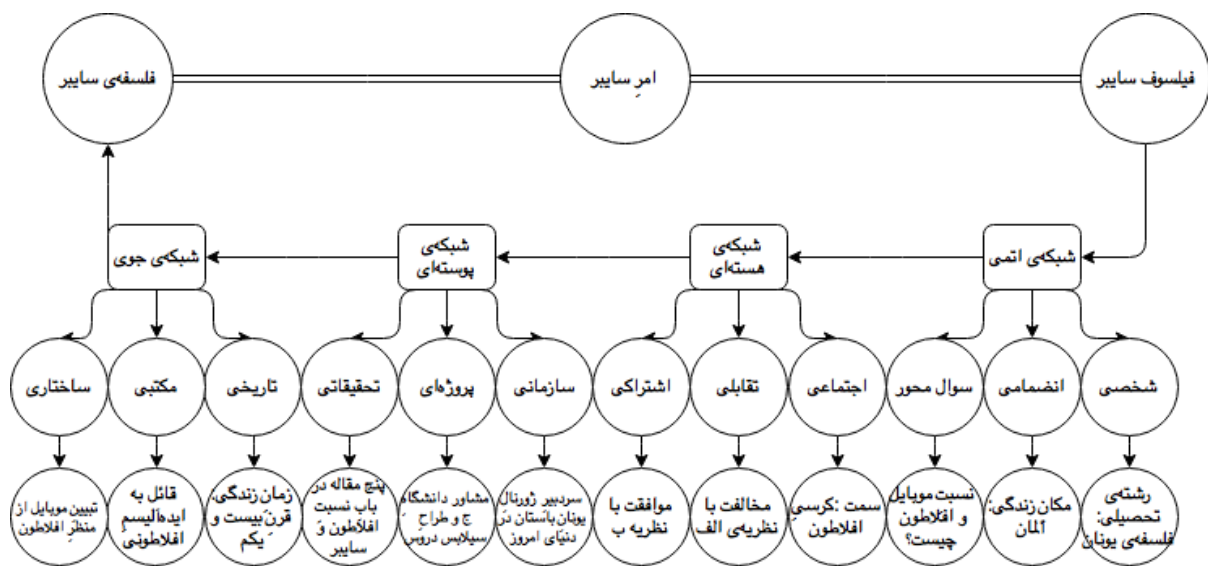
تولید فلسفه‌ی سایبر

ما مجموعه‌ی (۱) شرط‌های انضمامی، (۲) زمینه‌های فکری، (۳) بسترهای اندیشه و (۴) ساختارهای فلسفه‌ورزی را عناصری می‌دانیم که منجر به تولید فلسفه‌ی سایبر می‌شوند. این چهار عنصر را می‌توان به ترتیب مساوی با (۱) شبکه‌ی اتمی، (۲) شبکه‌ی هسته‌ای، (۳) شبکه‌ی پوسته‌ای و (۴) شبکه‌ی جوی دانست.

توضیح آن که هر فیلسوف (به مثابه‌ی موجودی که می‌اندیشد و فلسفه تولید می‌کند) در زمینی از «اندیشه» قرار دارد. این زمین را بایست حامل شرط‌های انضمامی شخصی (فی‌المثل سوالات شخصی)، زمینه‌های فکری اجتماعی (فی‌المثل تقابل با دیگر فلاسفه)، بسترهای اندیشه‌ی سازمانی (فی‌المثل پروژه‌ی سازمانی) و ساختارهای فلسفه‌ورزی تاریخی (فی‌المثل فلان مکتب فکری) دانست. تنها از خلال مجموعه‌ی این عناصر است که اندیشه‌ی یک فیلسوف «به» امر سایبر منجر به تولید یک فلسفه‌ی فضای سایبر می‌شود. همان‌طور که در بخش دوم به تفصیل بیان شده است، فلسفه‌ی فضای سایبری مجموعه‌ای است از سوالات، مفاهیم منحصر به فرد، مفاهیم مشترک و مفاهیم عام. لکن اکنون می‌دانیم که هیچ کدام از این چهار مجموعه به خودی خود به وجود نیامده‌اند بلکه تولید چنین فلسفه‌ای مشروط به چهار عنصر شخصی، اجتماعی، سازمانی و تاریخی است. پس در پاسخ به این که فلسفه

ی سایر چگونه تولید می‌شود، می‌توان این پاسخ را ارائه داد: مجموعه‌ی عناصرِ شخصی، اجتماعی، سازمانی و تاریخی در مواجهه با امرِ سایر منجر به تولیدِ مجموعه‌ای از مفاهیم، مفاهیمِ مشترک و حوزه‌های عامِ فلسفی می‌شوند. آنچه در زیر می‌آید نسبتِ یک فیلسوفِ فرضیِ سایر با فلسفه‌ی سائیری است که او تولید کرده است:

چگونگی تولیدِ فلسفه‌ی سائیر: مجموعه‌ی عناصرِ شخصی، اجتماعی، سازمانی و تاریخی در مواجهه با امرِ سایر منجر به تولیدِ مجموعه‌ای از مفاهیمِ منحصر به فرد، مفاهیمِ مشترک و حوزه‌های عامِ فلسفی می‌شوند



۱۶. بخش ۴، شکل ۱: مسیر تولیدِ یک فلسفه‌ی فرضیِ سائیر

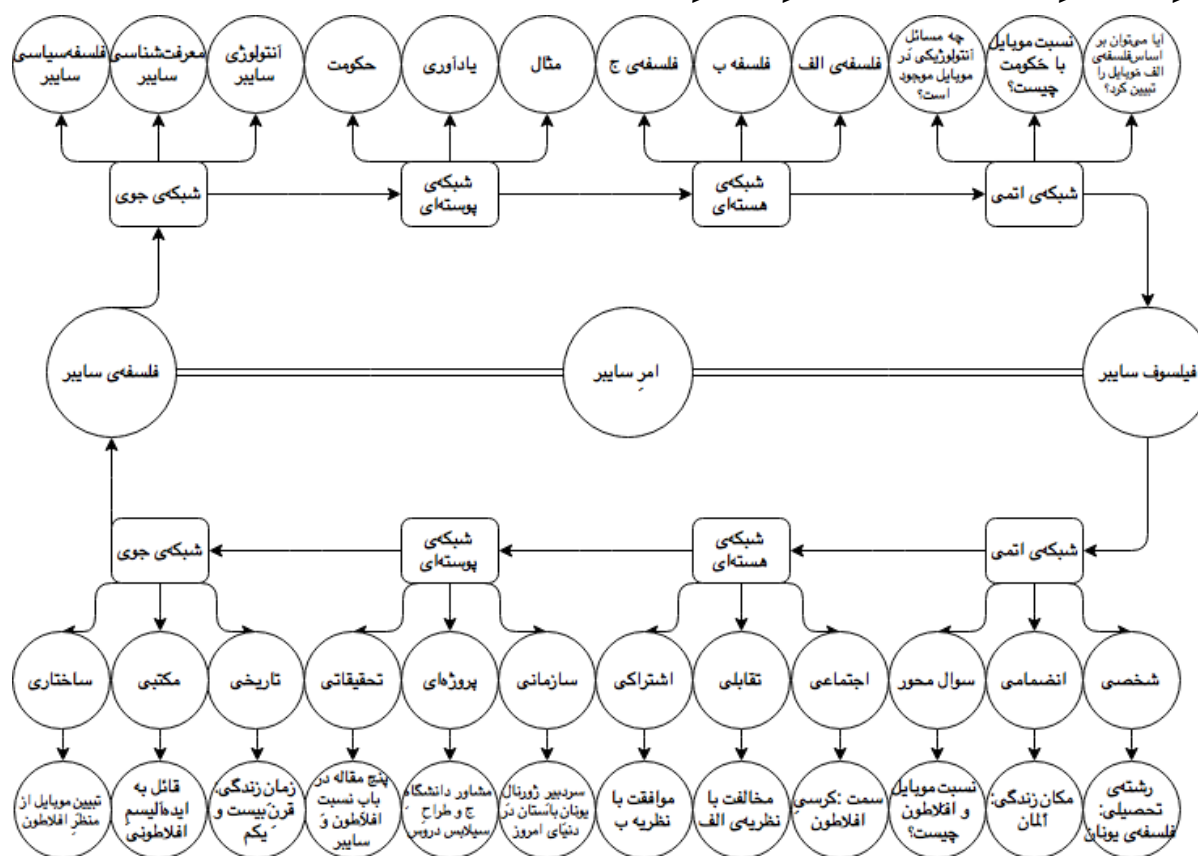
چنانچه از شکل ۱ از بخش ۴ بر می‌آید، شبکه‌ی چارچوبیِ فیلسوفِ مجموعه‌ای از روابط است که منجر به تولیدِ یک فلسفه‌ی سائیر می‌شود و همان‌طور که گفتیم مجموعه‌ی فلسفه‌های سائیر (مفاهیمِ مشترک و حوزه‌های عامِ فلسفی) منجر به تولیدِ شدنِ «فلسفه‌ی سائیر» می‌شوند.

گسترشِ فلسفه‌ی سائیر

همان‌طور که در بخش ۲ و ۳ به تفصیل بیان شد، فلسفه‌ی سائیر را نباید به عنوانِ یک «محصولِ صرف» یا «امرِ تولیدشده‌ی محض» در نظر گرفت بلکه خودِ فلسفه‌ی سائیر (مانندِ هر فلسفه‌ی دیگری) بسترهای مناسبی برای رشد و گسترشِ خودش را فراهم می‌آورد.

بر اساس منطقی که در دو بخش پیشین پی‌ریزی کردیم، منطق گسترش فلسفه ی سایبر را بایست «منطق تولید سوال» دانست. زمانی که یک فیلسوف در مقابل شبکه‌های جوی، پوستانه‌ای و هسته‌ای فلسفه ی سایبر قرار می‌گیرد و آن‌ها را در کنار امر سایبر می‌سجد، سوالات جدیدی برای وی شکل می‌گیرد. در واقع، هر کدام از شبکه‌های مذکور (به حسب عناوین خاص خودشان) در شکل‌گیری و تدوین سوالات یک فیلسوف نقش بازی می‌کنند و بدین ترتیب، به نحو غیر مستقیم (یعنی از طریق فلسفه‌ای که آن فیلسوف عرضه می‌کند) موجب رشد خودشان می‌شوند. با توجه به آن‌چه که از فیلسوف فرضی مان می‌دانیم، شکل زیر گسترش فلسفه ی سایبر از طریق خود این فلسفه در فیلسوف سایبر است:

منطق گسترش فلسفه ی سایبر منطق «تولید سوال» است



۱۷. بخش ۴، شکل ۲: مسیر گسترش فلسفه ی سایبر در یک فیلسوف فرضی

این فلسفه ی سایبری است که موجب زایش سوالات سایبری برای فیلسوف می‌شود شبکه‌ی پیچیده‌ای مانند شبکه‌ی بالا متضمن تولید و گسترش خویش‌تن است: فیلسوف فلسفه ی سایبری را تولید می‌کند و فلسفه ی سایبری موجب شکل‌گیری فیلسوف می‌شود. این روند به نحو بی‌امان ادامه دارد

(کما حوزه‌های دیگر فلسفه چون فلسفه‌ی علم و ...) و ما در آینده‌ای نه چندان دور شاهد انفجار این فلسفه خواهیم بود: سوالاتِ بیش‌تر، فیلسوفانِ بیش‌تر، فلسفه‌ی های بیش‌تر.

فیلسوف فلسفه‌ی سایبری را تولدی می‌کند و فلسفه‌ی سایبری موجب شکل‌گیری فیلسوف می‌شود
 اکنون زمانِ مناسبی است که علتِ «ضعفِ ادبیاتِ فلسفه‌ی سایبر» را تبیین کنیم. می‌دانیم که این شاخه از فلسفه بر خلاف شاخه‌های دیگر به هیچ عنوان فلسفه‌ی پرباری محسوب نمی‌شود. عمده‌ی متفکرین در این حوزه فلاسفه‌ی دسته دوم و سوم قلمداد می‌شوند و فکرِ آن‌ها نیز در قیاس با اعظمِ تاریخِ فلسفه، کودکانه و سطحی قلمداد می‌شود. با توجه به منطقِ گسترشی که وضع کردیم، علتِ این امر را بایست در سلسله مراتبی از مسائل دید:

اول) امرِ سایبری امری است جدید: بنابراین باید به آن فرصت داد تا سوالاتِ خودش را به درستی تفهیم کند.
 دوم) هنوز امرِ سایبری به امرِ انضمامی در شبکه‌ی اتمیِ بسیاری از فلاسفه تبدیل نشده است: بسیاری از فلاسفه ترجیح می‌دهند که به مسائلِ دیگری از جهان بپردازند و آموزش‌هایی که آن‌ها دیده‌اند نیز این ترجیح را تقویت می‌کنند.

سوم) از آن رو که شبکه‌ی اتمیِ فلاسفه‌ی سایبر گسترش نیافته است، شبکه‌ی هسته‌ای آن، تعدادِ مقالاتِ چاپ شده، کرس‌های دانشگاهی و ... محدود به چند کشورِ جهانِ اول است.

چهارم) اختصاصِ پروژه برای فعالیت‌های فلسفه‌ی سایبر در بسیاری از سازمان‌ها و بسترهای پژوهشی توجیه‌نشده است: بنابراین شبکه‌ی پوسته‌ای فلاسفه هنوز نحیف است.

پنجم) هیچ مکتبِ منحصر به فردِ فلسفه‌ی سایبر به مثابه‌ی عضوی از شبکه‌ی جوی وجود ندارد که به اذهانِ فلاسفه‌ی سایبر انسجام و جهت ببخشد: بنابراین اکثرِ آن‌ها از مکتب‌های پیشین بهره می‌برند و فلسفه‌ی سایبر را در چارچوبِ آن افکار می‌سجند.

ششم) شبکه‌ی جویِ فلسفه‌ی سایبر به موضوعاتِ محدودی چون آنتولوژی، فلسفه‌ی ذهن، معرفت‌شناسی و ... محدود می‌شود: تنها از خلالِ گسترشِ این شبکه است که می‌توان انتظارِ انفجارِ سوالات و تولیدِ فلسفه‌های بیش‌تر را داشت.

هفتم) شبکه‌ی پوسته‌ای فلسفه‌ی سایبر (به خصوص با توجه به موردِ پنجم) هنوز قوام نگرفته است و عمده‌ی مفاهیمِ مشترک در این زمینه بیش از آن که مربوط و مختص به خودِ فلسفه‌ی سایبر باشند، مربوط به مکاتبِ قدیمی هستند.

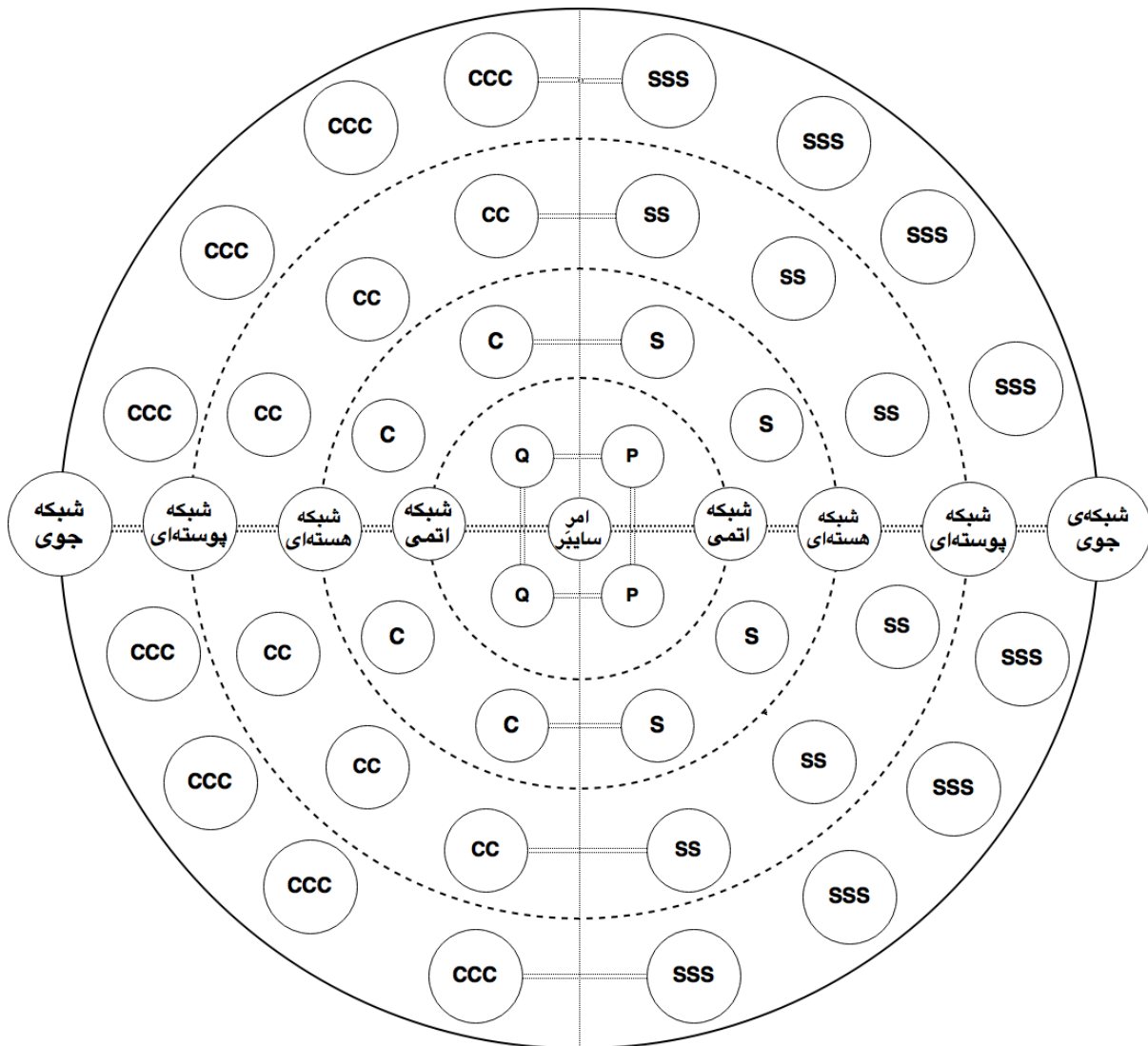
هشتم) فلسفه‌هایی که در شبکه‌ی هسته‌ای سایبر وجود دارند و به طور اختصاصی به امر سایبر پرداخته‌اند بسیار محدودند: بنابراین باید منتظر ماند تا با افزایش این این فلسفه‌ها، شبکه‌های پوسته‌ای و جوی فلسفه‌ی سایبر تقویت شوند و به این ترتیب سوال‌ها افزایش یابد.

نهم) با توجه به هشت بند پیشین، روشن است که شبکه‌ی اتمی فلسفه‌ی سایبر به مثابه‌ی شبکه‌ی تولید سوال و پرورش فیلسوف هنوز زایایی کامل را از خودش نشان نداده است.

۹ علت ضعف ادبیات فضای سایبری

چارچوب مفهومی فلسفه‌ی فضای سایبری

آنچه در دو بخش پیشین گفتیم ما را یاری می‌کند تا چارچوب فلسفه‌ی فضای سایبری را به درستی وضع کنیم و تمام روابط را در کنار یکدیگر ملحوظ داریم. این چارچوب امر سایبری را در مرکز خودش قرار می‌دهد و آن را به دو قسمت «شروط تولید فلسفه‌ی سایبر» و «فلسفه‌ی سایبر» تقسیم می‌کند. همان‌طور که گفته شد، تمام سطوح این چارچوب با یکدیگر ارتباطی وثیقی دارند و شبکه‌ای که میان آن‌ها شکل می‌گیرد، هم به بالندگی خود این فلسفه و هم به فهم صحیح‌تر آن کمک می‌کند. چنانچه در بخش ۷ و ۹ تبیین خواهیم کرد، این چارچوب به ما اجازه‌ی تحقیق و اکتشاف در حوزه‌ی فلسفه‌ی سایبری را خواهد داد:



۱۸. بخش ۴، شکل ۳: چارچوب مفهومی فلسفه فضای سایبری

نیم‌دایره‌ی راستِ شکلِ بالا (شامل P, S, SS, SSS) شبکه‌ی چارچوبیِ فلسفه‌ی سایبر را شامل می‌شود و نیم‌کره‌ی چپ (شامل Q, C, CC, CCC) شبکه‌ی چارچوبیِ فلسفه‌ی سایبری را در می‌گیرد. هنگامی که این دو شبکه را توأمان بنگریم و آن‌ها را چون پروسه‌ی تولیدِ فلسفه‌ی فضای سایبری قلمداد کنیم (چنان‌چه در بخش ۲، ۳ و چهار شرح داده شده است)، چارچوبِ مفهومیِ فلسفه‌ی سایبری شکل گرفته است. این شبکه به ما می‌گوید که تمام سطوح آن با یکدیگر رابطه‌ی هم‌بود دارند: همه‌ی آن‌ها بر روی یکدیگر تأثیر می‌گذارند و از هم تأثیر می‌گیرند و در نهایت موجبِ بسطِ کلیِ چارچوب می‌شوند. بدین بیان، این چارچوب (به جهتِ ذاتِ تجربی و اکتشافی‌اش) به نحوی برپاشده است که تمام انبساط‌های که در آینده در فلسفه‌ی فضای سایبر رخ خواهد داد را در برگیرد.

چارچوب مفهومی فلسفه‌ی سایبر، مجموعه‌ی نسبت‌های میان فیلسوف سایبری با فلسفه‌ی سایبری است

امر ثالث؟

مسئله‌ی ابتدایی این نوشتار بر آن بود که چارچوب مفهومی‌ای از فلسفه‌ی سایبر را به دست آورد و بدین منظور، با محور قرار دادن «امر سایبری» و تکفیک دو ساحت «فلاسفه‌ی سایبر» و «فلسفه‌ی سایبر» توانست به این هدف نائل آید. لکن آیا هر شی‌ای از اشیاء جهان امر یا فضای سایبری است و آیا تنها فلسفه‌ی موجود در جهان فلسفه‌ی سایبری است؟ اگر ما میان مفاهیم فلسفه‌ی سایبری و یا روابط فلاسفه‌ی سایبری چنین شبکه‌ی پیچیده‌ای از نسبت‌ها را یافتیم، نمی‌توان فرض کرد که اگر پای «شی ثالث» (یعنی چیزی به غیر از امر سایبری یا فضای سایبری) یا فلسفه‌ی دیگری به میان آید، این نسبت‌ها به نحو چشم‌گیری دست‌خوش تغییر می‌گردند و کل چارچوب به دست آمده بی‌محتوا می‌شود؟ به بیان دیگر، چه نسبتی میان این چارچوب با باقی جهان اشیاء و فلسفه برقرار است؟ چگونه این چارچوب مفهومی می‌تواند خودش را به عنوان چارچوب صحیحی از نسبت شبکه‌های فلسفه‌ی سایبری وضع کند و چگونه میان این چارچوب و باقی اشیاء و فلسفه‌ها نسبتی برقرار می‌شود؟

آیا غیر از امر سایبری اشیاء و امور دیگری نیز موجود هستند؟

ما می‌دانیم که اشیائی به غیر از امر سایبری در جهان وجود دارند و می‌دانیم که فلسفه‌ای به غیر از فلسفه‌ی سایبری نیز موجود است. تحقیق در این روابط را به بخش آتی واگذار کرده‌ایم.

آیا غیر از فلسفه‌ی سایبری، فلسفه‌های دیگری نیز موجود هستند؟

چه نسبتی میان اشیاء غیر سایبری با اشیاء سایبری و هم‌چنین فلسفه‌های غیر سایبری با فلسفه‌های سایبری وجود دارد؟

بخش ۵: نقشه‌ی فلسفه و انسان

در پایانِ بخشِ پیش این مسئله مطرح شد که بایست دو نسبتِ مهم را تشخیص داد: (۱) نسبتِ فلسفه‌ی فضایِ سایبر با همه‌ی فلسفه‌ها، (۲) نسبتِ امرِ سایبر با همه‌ی اشیاء. این بخش عهده‌دارِ تحققِ همین هدف است.

برای رسیدن به این هدف ما پروژه‌ی اکتشافیِ دیگری را مدِ نظر قرار می‌دهیم که آن را «نقشه‌ی فلسفه» خوانده ایم. بنا بر این نقشه ما نسبتِ تمامیتِ فلسفه با تمامِ اشیاء جهان را موردِ مطالعه قرار خواهیم داد تا در ذیلِ این رابطه، نسبتِ فلسفه‌ی فضایِ سایبری با دیگر فلسفه‌ها و هم‌چنین شیِ سایبری با دیگر اشیاء روشن گردد.

α این بخش وظیفه‌ی تولیدِ نقشه‌ی مفهومیِ فلسفه را دارد: نسبتِ میانِ فلسفه‌ی سایبر با کلیتِ فلسفه

ما سنگِ بنایِ چارچوبِ حاضر را بر سه پیش‌فرض گذاشتیم که اول) امرِ سایبری وجود دارد، دوم) فیلسوفان به این امر می‌اندیشند و سوم) راه‌آوردِ این اندیشه «فلسفه» است. بنا بر همین سنگِ بنا، ما در این بخش نیز فرض‌های مشابهی را در نظر می‌گیریم: اول) همه‌ی اشیاء جهان وجود دارند، دوم) فیلسوفان به این اشیاء می‌اندیشند و سوم) راه‌آوردِ این اندیشه «فلسفه» است.

β سه پیش‌فرضِ اولیه‌ی این نوشته

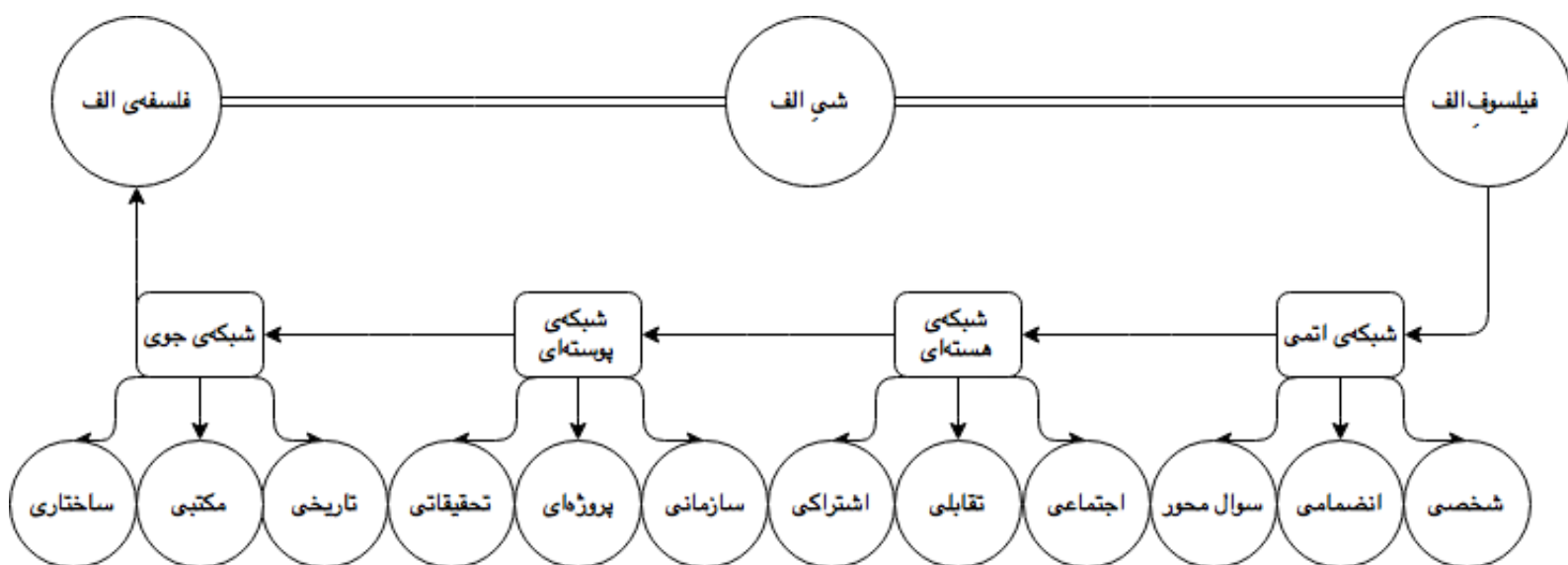
علاوه بر این سه پیش‌فرض، ما دو پیش‌فرضِ دیگر را نیز در این مرحله مفروض می‌گیریم: چهارم) تولیدِ تمامِ فلسفه‌های تاریخ بنا بر منطقیِ مشابه با منطقِ ۴-۱ است و پنجم) گسترشِ تمامِ فلسفه‌های تاریخ بنا بر منطقیِ مشابه با منطقِ ۴-۲ است. این پنج پیش‌فرض نقشه‌ی روابطِ همه‌ی فلسفه با همه‌ی اشیاء جهان را به دست خواهد داد.

γ دو پیش‌فرضِ کمکی

شبکه‌ی روابطِ فلسفه با تمامِ اشیاء جهان

این زیر بخش پیش‌فرضِ اول، دوم، سوم و چهارمی که در مقدمه‌ی این بخش گفته شد را به کار می‌بندد تا نقشه‌ای از شبکه‌ی روابطِ فلسفه با تمامِ اشیاء جهان را تبیین کند. بنا بر این چهار پیش‌فرض هر حوزه‌ای از فلاسفه (فلاسفه ی سایبر، علم، وجود، اقتصاد و ...) بر اساسِ همان روابطِ ۴-۳ (یعنی شبکه‌ی اتمی، هسته‌ای، پوسته‌ای و جوی) فلسفه‌های گوناگونی را تولید می‌کنند. بدین مبنا هر فلسفه‌ی قابلِ فرضی گذری است میانِ مکاتبِ فلسفی تا آن فلسفه‌ی خاص. اولین شکلِ بخشِ پنجم این رابطه را نشان می‌دهد:

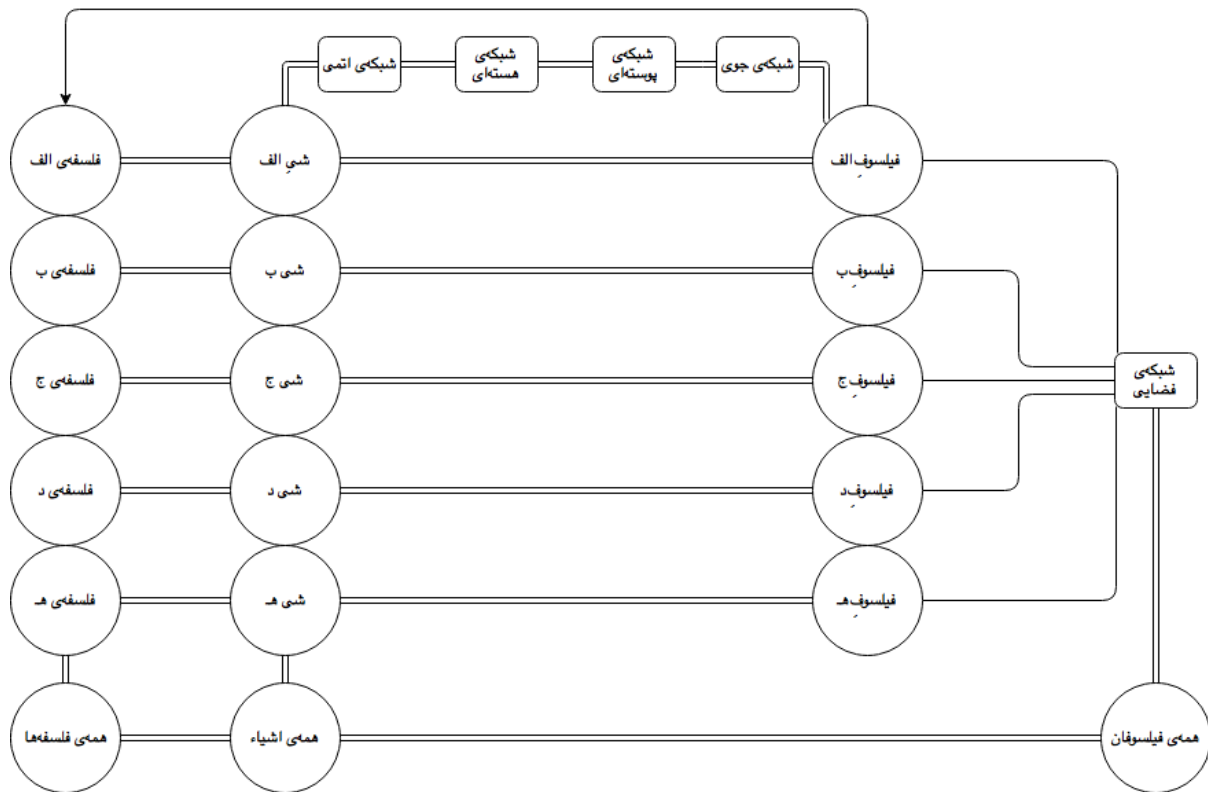
چارچوب مفهومی هر فلسفه‌ی فرضی



۱۹. بخش ۵، شکل ۱: رابطه‌ی هر فیلسوف خاص با فلسفه‌ی خاص

در حالی که این شکل روابط هر فیلسوف خاصی با شی و فلسفه‌ی خاصی را نشان می‌دهد، اما روابط میان «همه‌ی فیلسوف‌ها» با «همه‌ی اشیاء» و سپس «همه‌ی فلسفه‌ها» را نشان نمی‌دهد. در همین نقطه است که علاوه بر چهارشبکه‌ی پیش‌گفته، بایست شبکه‌ی پنجمی از روابط را نیز تقویم کرد: شبکه‌ی فضایی. مراد ما از شبکه‌ی فضایی، شبکه‌ای نامتناهی است که در آن همه‌ی فلاسفه به حسب «فیلسوف‌بودن» با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند:

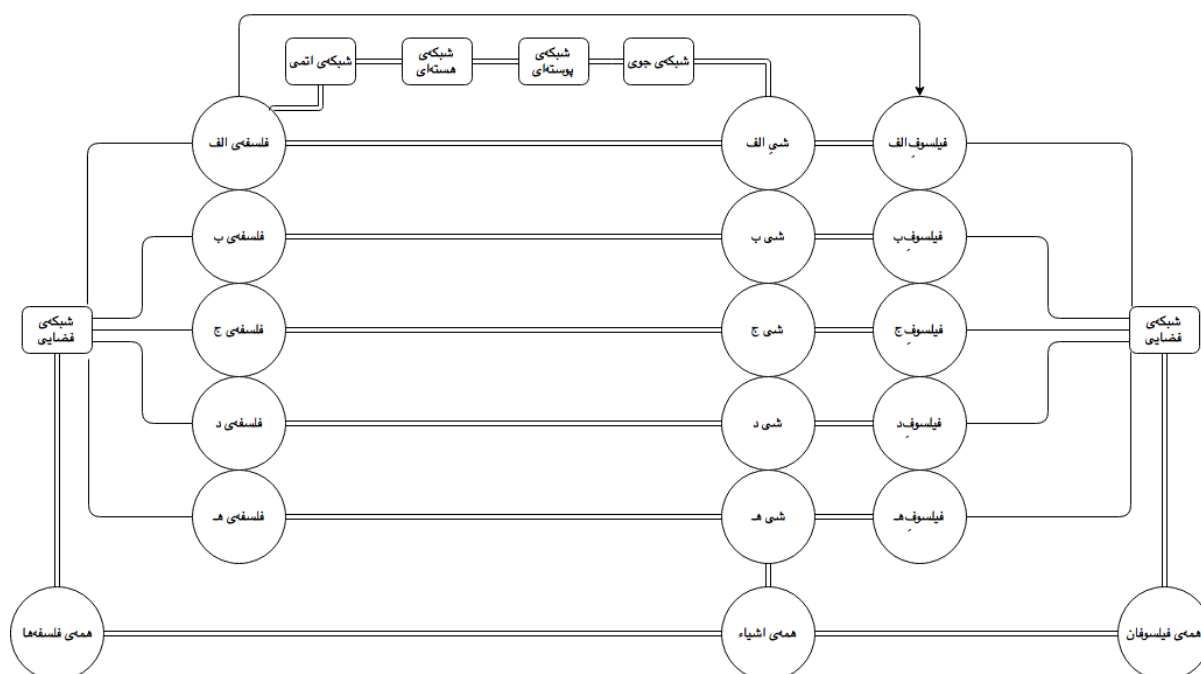
شبکه‌ی فضایی فلاسفه: شبکه‌ای نامتناهی که در آن همه‌ی فلاسفه به حسبِ فیلسوف بودن با یکدیگر در ارتباط هستند



۲۰. بخش ۵، شکل ۲: شبکه‌ی فضایی فلاسفه

شبکه‌ی فلسفه‌های تولید شده از تمام اشیاء جهان

با توجه به پیش‌فرض اول، دوم، سوم و پنجم شبکه‌ای مشابه با شبکه‌ای که در بخش دو تدوین گردید را در این زیربخش معرفی می‌کنیم:

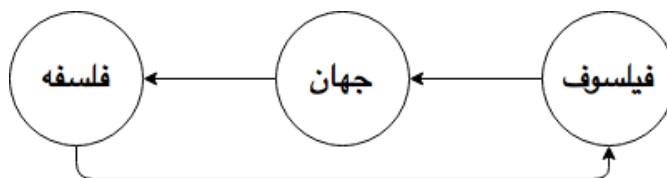


۲۱. بخش ۵، شکل ۳: شبکه‌ی فضایی فلسفه

این نقشه به ما مجموعه‌ی روابط میان هر فلسفه‌ای را نشان می‌دهد که این مجموعه را شبکه‌ی فضایی فلسفه‌ها خوانده‌ایم. این شبکه کلیتی از فلسفه را متعین می‌کند و روابط میان هر فلسفه‌ی خاص (چون فلسفه‌ی سایبر یا فلسفه‌ی کانت) را با یکدیگر ایضاح می‌نماید؛ بدین بیان شبکه‌ی فضایی فلسفه را چنین تعریف می‌کنیم: شبکه‌ای نامتناهی که در آن همه‌ی فلسفه‌ها به حسب فلسفه‌بودن با یکدیگر در ارتباط هستند

شبکه‌ی فضایی فلسفه: شبکه‌ای نامتناهی که در آن همه‌ی فلسفه‌ها به حسب فلسفه‌بودن با یکدیگر در ارتباط هستند

بنا بر نتایجی که تا کنون به آن رسیده‌ایم ما اکنون توان آن را می‌یابیم که نقشه‌ی فلسفه را ترسیم کنیم:



۲۲. بخش ۵، شکل ۴: نقشه‌ی فلسفه

شاید این طور به نظر بیاید که شکل بالا هیچ رنگ و بویی از یک نقشه‌ی جامع و مانع را برده است اما به واقع که تنها نقشه‌ی موجود از فلسفه همین نقشه است. برای تبیین این ادعا بایست تمایز اساسی میان چارچوب و نقشه که در تمام این نوشتار رعایت شده است را برای اولین بار تبیین کنیم. از ذیل این تبیین است که مفهوم «شبکه‌ی فضایی» نیز ایضاح خواهد شد.

نقشه‌ی فلسفه: فیلسوف به جهان می‌اندیشد و فلسفه را تولید می‌کند

تمایز چارچوب و نقشه

مجموعه‌ی نسبت‌های فلاسفه، جهان و فلسفه مجموعه‌ای است نامتناهی. هیچ روش و متدی در دست نیست که بتواند این مجموعه را شاکله‌سازی کند و اقسام و حالات آن را استنتاج کند. هر تلاشی لاجرم به بن بست می‌رسد و هر حرکتی در روش‌مندسازی چنین تحقیقی از ابتدا چیزی جز یک شکست در جنگِ اتفاق‌نیفتاده نیست. استدلال ما در این مقطع استدلالی بسیار ساده و قابل فهم است: آیا مراد ما از «مجموعه‌ی فلاسفه» که به «مجموعه‌ی جهان» می‌نگرد و سپس «مجموعه‌ی فلسفه» را می‌سازد، مبتنی بر زمان گذشته است یا آینده؟ در واقع آیا مراد ما «مجموعه‌ی فلاسفه (جهان و فلسفه) تا به کنون» است یا خیر، مرادمان «تمام مجموعه‌های ممکن در هر زمانی چه گذشته و چه آینده» است؟ پر واضح است که فهم چنین مجموعه‌ای در آینده ناممکن و غیر قابل حصول است. چنین فهمی تنها از آن علم پروردگار است و لاغیر. بنابراین در قدم اول، باید بدانیم که رابطه‌ی «فلاسفه، جهان و فلسفه» در معنای مطلق خودش (شامل گذشته و آینده) غیر قابل حصول است. اما آیا این به آن معناست که می‌توان این رابطه را به نحو غیر مطلق و به عنوان امر ماضی به چنگ آورد؟ آیا می‌توان شاکله‌ای برای تمام رخدادها و فعالیت‌های فلاسفه و نسبت‌های آن‌ها با دیگران طرح ریخت و این رخدادها را در یک «چارچوب» بازنمایی کرد؟ چنین کاری نیز غیر قابل حصول است و از توان هیچ انسانی بر نمی‌آید و باز هم از آن علم پروردگار است. زمانی که از شبکه‌ی فضایی سخن می‌گوییم، از شبکه‌ی تودرتو و نامتناهی‌ای سخن می‌گوییم که هر نسبتی در آن ممکن است و هر نسبتی به نسبت دیگر منتسب می‌شود: مجموعه‌ی تمام فلسفه‌هایی که تا به کنون گفته شده است، مجموعه‌ای است شامل تمام مفاهیم، کلمات، جمله‌ها، ارتباطات فکری، ریشخندهای جدلی، مناظره‌ها، ایمان‌های دینی و چنین مجموعه‌ای از اساس نامتناهی است و نمی‌توان امر نامتناهی را دسته‌بندی کرد و در یک چارچوب شکل داد.

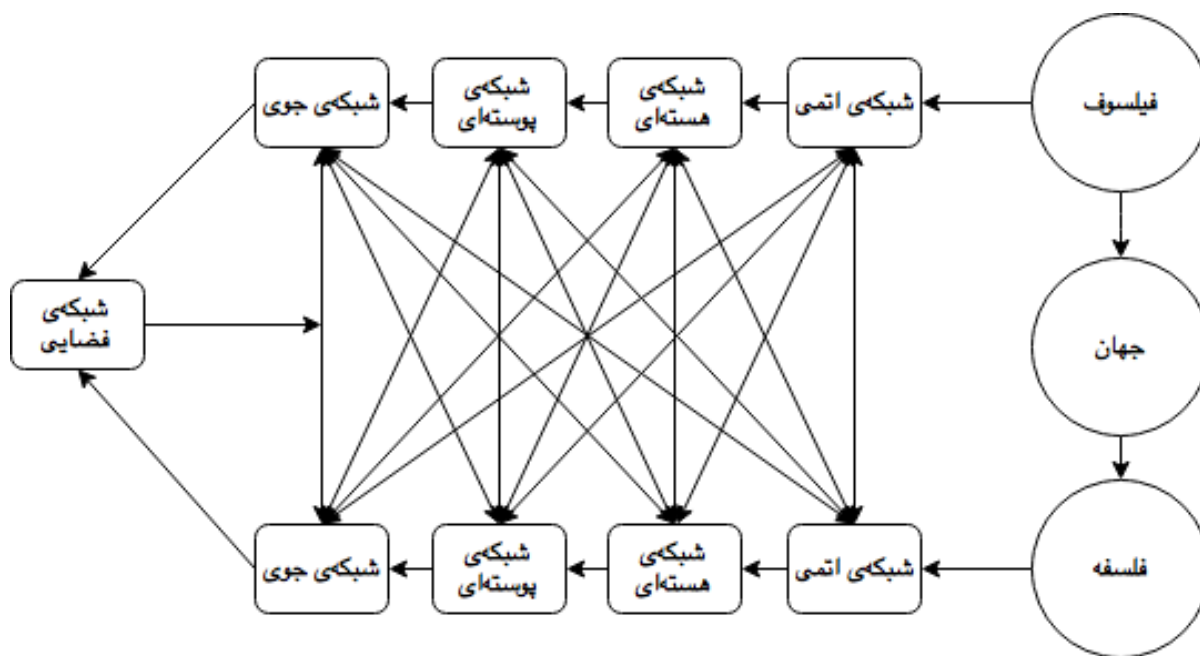
مراد از نقشه: مجموعه‌ی روابط نامتناهی

مراد ما از نقشه، آن مجموعه‌ای از نسبت‌هاست که نمی‌توان به نحو پیشینی آن‌ها را در یک چارچوب مدون مورد مطالعه قرار داد. فی‌المثل یک فیلسوف سایبری (مانند فیلسوف فرضی ۴-۲) در مواجهه با «شبکه‌ی هسته‌ای افلاطون» (مثلن رابطه‌ی افلاطون با سقراط) نسبتی عاطفی را برقرار می‌کند و این منش را منشی راستین در فلسفه می‌پندارد. او در هیچ کدام از آثار خودش به این نسبت اشاره نمی‌کند و این باور خودش را آشکار نمی‌کند اما نمی‌توان ادعا کرد که این باور در کلیت فلسفه‌ی او بی‌تاثیر بوده است. به همین ترتیب می‌توان بی‌نهایت نسبت دیگر را فرض کرد که هیچ راهی برای دسترسی به آن‌ها یا طبقه‌بندی آن‌ها نیست: مفهوم «وجود» در تمام تاریخ فلسفه

هزاران بار چرخ خورده است و هزاران بار در مکتب‌ها و فلسفه‌های مختلف مورد کنکاش و بررسی قرار گرفته است. هر چند تمام این چرخ‌ها و تمام نسبت‌هایی که مکتب‌های مختلف با این مفهوم بنیادین (حاضر در شبکه‌ی پوسته‌ای مفاهیم) برقرار کرده‌اند در هر پژوهش فلسفی تاثیرگذار است، اما به قطع که نمی‌توان تمام این نسبت‌ها را گردآوری کرد. بدین ترتیب «شبکه‌ی فضایی» شبکه‌ای است که به چارچوب در نمی‌آید و مفهوم‌سازی برای آن بی‌معناست. این شبکه از اساس شبکه‌ای است اکتشافی و مبتنی بر سوالات خرد: به طور مثال ممکن است که در یک پژوهش فلسفه‌ی سایبر مفهوم «وجود امر سایبری» به تاریخ کلی مفهوم وجود در فلسفه پیوند بخورد. آن‌گاه است که می‌توان به دنبال این نسبت رفت و تا حدودی گرد غبار را از آن شست (و به قطع که دست‌رسی به تمام محتوای چنین نسبتی ناممکن است)؛ چه این که ممکن است از خلال این تحقیق و گرفتن گرد و غبار تمام مسئله‌ی سایبر زیر و رو شود.

بدون توجه به نقشه‌ی فلسفه (مجموعه‌ی نسبت‌های نامتناهی فلسفه) نمی‌توان چارچوب فلسفه‌ی سایبر را به درستی فهم کرد

مجموعه‌ی روابط نامتناهی نقشه‌ی فلسفه را می‌توان این‌چنین نمایان ساخت:



۲۳. بخش ۵، شکل ۵: نقشه‌ی شبکه‌ی فضایی فلسفه

در چنین شبکه‌ای دیگر نمی‌توان بر اساس شاخه‌های چارچوبی به پیش رفت. این شبکه از اساس خودش سوالات خودش را طرح می‌کند و پژوهش‌گر را هدایت می‌کند. در حقیقت تفاوت میان چارچوب با نقشه نیز چنین است: ما چارچوب‌های خانه‌ی خودمان را خودمان وضع می‌کنیم و فضاها را داخلی آن را خودمان شکل می‌دهیم. این ما

هستیم که در چارچوبِ خانه تعیین می‌کنیم که چه چیزی کجا برود، کجا قرار گیرد و چگونه با دیگر چیزها مرآمده داشته باشد. اما زمانی که از نقشه سخن می‌گوییم چنین چیزی ممکن نیست. نقشه هیچ چارچوبی را نمی‌شناسد و هیچ تعیینِ پیشینی‌ای را به خودش نمی‌پذیرد. نقشه از اساس کشف شدنی است. مانند نقشه‌ی زمین، نقشه‌ی منظومه‌ی شمسی، راهِ شیری و کیهان. هر بار که ما در خیالِ رسیدن به اتمامِ نقشه دمی می‌آساییم، به ناگهان در می‌یابیم که هنوز بی‌نهایت حوزه‌ی ناشناخته وجود دارد که باید به داخلِ نقشه کشیده شوند. این خودِ نقشه است که ما را به کشف و به پیش رفتن فرا می‌خواند.

نقشه امری کشف‌شدنی است که چارچوب بر روی آن بنا می‌شود و وظیفه‌ی اکتشاف را بر عهده می‌گیرد

به همین ترتیب نقشه‌ی فلسفه جهانی نامتناهی را به ما عرضه می‌کند که در آن همه چیز با دیگر چیزها نسبتی برقرار می‌کنند و شبکه‌ای نامتناهی به نام «شبکه‌ی فضایی فلسفه» را می‌سازند. هر چند چنین شبکه‌ای در علمِ پروردگار ملحوظ است اما ما انسان‌ها برای حرکتِ قدم به قدم، نیازمندِ چارچوب‌ها و شاکله‌سازی‌هایی هستیم که بتوان به واسطه‌ی آن‌ها کشفیات و مواردِ مطالعاتی را احصا، طبقه‌بندی و مطالعه کرد. به همین منظور، همان‌طور که ما در بی‌نهایت مکانِ کیهان خانه‌ی خودمان را بر تکه زمینی کوچک بنا می‌کنیم و دورِ آن را حصار می‌کشیم، در تحقیقات و پژوهش‌های معرفتی نیز نیاز به چنین کاری داریم. چارچوبِ مفهومی‌ای که در ۳-۴ معرفی شد، حکمِ بناکردنِ همان خانه در نقشه‌ی بی‌کرانِ فلسفه را دارد. این خانه را می‌توان گسترش داد، قلمرواش را افزود، حدودش را روشن کرد و حتی قاره‌هایش را شناخت اما به قطع که هنوز بی‌نهایت ستاره در آسمان می‌درخشند: هر کدام از آن‌ها این قابلیت را دارد که روزی در قلمروی خانه‌ی ما قرار گیرند اما تا به آن روز تنها باید به ستاره‌ها چشم دوخت و به راهِ واردکردنِ آن‌ها به قلمروی خانه اندیشید.

به واسطه‌ی ویژگی نامتناهی و کشف‌شدنی نقشه، هر چارچوبی که بر روی آن قرار می‌گیرد در طیِ پروسه‌ی کشف بسط می‌یابد

با توجه به این توضیحات روشن است که «چارچوبِ مفهومی فلسفه‌ی سایبر» یک چارچوبِ متناهی مطالعاتی در بابِ نسبت‌هایی است که در فلسفه‌ی سایبر موجود هستند. این نوشتار ادعا ندارد که چارچوبِ ارائه شده در ۳-۴ به قطع هر نوع نسبتی در فلسفه‌ی سایبر را پوشش می‌دهد چرا که بنا بر استدلالی که در این زیربخش عرضه شد، این چارچوب بر روی نقشه‌ی نامتناهی‌ای از نسبت‌های فلسفی قرار گرفته است و بنا بر پژوهش‌ها و تامل‌های بعدی این امکان وجود دارد که مجموعه‌ی جدیدی از نسبت‌ها کشف شود و به این چارچوب اضافه شود.

می‌توان از دو نسبتِ جدید در چارچوبِ فلسفی‌ای که در ۳-۴ عرضه شد سخن گفت: **نسبتِ عمقی و نسبتِ رشدی**. مراد ما از نسبتِ عمقی افزایشِ جرمِ داخلِ آن دایره‌ی تهی است: یعنی زمانی که به حسبِ نسبت‌هایی که چارچوب با نقشه برقرار می‌کند، محتوای جدیدی به داخلِ آن اضافه می‌شود و بارِ این چارچوب را سنگین‌تر می‌سازد (در واقع نسبتِ عمقی را همان چارچوبِ تحقیقی است که در بخشِ ۷ موردِ مذاقه قرار گرفته است: تحقیق در جهانِ فلسفی این اجازه را به پژوهش‌گر این چارچوب می‌دهد که این مدلِ صوری را واجدِ محتوا کند و جرمِ علمیِ آن را افزایش دهد). مراد از نسبتِ رشدی، پیداشدنِ شبکه‌های جدیدی از نسبت‌های متناهی (مانند شبکه‌ی اتمی، هسته‌ای، پوسته‌ای و جوی) است. وضع کردنِ این شبکه‌ها حاصلِ اکتشافِ کنونیِ پژوهش‌گرانِ این نوشته هستند و همواره قابلِ فرض است که به حسبِ روابطِ نامتناهیِ نقشه‌ی فلسفه، شبکه‌های جدیدی ایضاً شوند و به چارچوبِ کلیِ ارائه‌شده اضافه شوند. ^۱نسبتِ عمقی و رشدی به ترتیب در بخشِ ۶ (چارچوبِ تحقیقی) و ۷ (نقشه‌ی تحقیقی) موردِ مذاقه قرار گرفته‌اند.

دو نسبتِ نقشه و چارچوب: نسبتِ عمقی (پرشدنِ چارچوب در پروسه‌ی تحقیقاتی) و نسبتِ رشدی (تکاملِ مفهومیِ چارچوب)

شی و انسان

ما در ۱-۴ این سوال را مطرح کردیم که چگونه فلسفه‌ی سایبر تولید می‌شود و چگونه می‌توان کلیتِ این فلسفه را واردِ یک چارچوبِ مفهومی کرد؟ برای رسیدن به پاسخِ این سوال و برای دوری از پارادوکسِ چارچوبِ فلسفی، ما به جای استفاده از روشِ «حملی» از روشِ «کشفی» بهره بردیم. بنا بر این روش، ابتدا وجودِ «امرِ سایبر» را فرض گرفتیم و سپس پروسه‌ی تولیدِ فلسفه‌ی سایبر را به اندیشه‌ی فیلسوف در بابِ امرِ سایبر تقلیل دادیم. این تقلیل به ما اجازه داد که با ره‌گیریِ قدم به قدم، در نهایت در بخشِ ۳-۴ به چارچوبِ مفهومیِ مدِ نظر برسیم.

آیا یک شی یا امر تنها سوالِ فلسفی را ایجاد می‌کند؟

از آن رو که روشِ کشفی هیچ گاه متوقف نمی‌شود، در بخشِ ۴-۴ سوالی دیگر را مطرح کردیم: اگر رابطه‌ی میانِ شیِ سایبر و فلسفه آن‌چنان که ما پیش رفتیم قابلیتِ چارچوب‌سازی را دارد، آیا می‌توان از همین خاستگاه برای کشفِ چارچوبِ «کلِ فلسفه» بهره برد؟ به عبارتِ بهتر، آیا می‌توان با مبنا قرار دادنِ «وجودِ مجموعه‌ی جهان» به

^۱واضح است که مبنای اضافه‌شدنِ چنین شبکه‌هایی بایست همان مبنایی باشد که در ۱-۳ و ۴-۱ عرضه شده است.

نسبت چارچوبی میان «همه‌ی فلاسفه‌ی جهان» و «همه‌ی فلسفه‌های جهان» دست یافت؟ در پی کنکاش این سوال ما دریافتیم که چنین چارچوبی ناممکن است چرا که نسبت «همه» با «همه» با «همه» نسبتی است نامتناهی و غیرقابل دسته‌بندی. با این حال این پرسش برای ما ارمغان دیگری داشت: از خلال این پرسش بود که ما «نقشه‌ی فلسفه» را درک کردیم. نقشه‌ای که در آن نسبت‌های نامتناهی چون اقیانوسی بی‌کران می‌خروشد و هر چیزی را به هر چیز دیگر متصل می‌سازند. فهمیدیم چارچوب مفهومی‌ای که به آن رسیده بودیم، جایی بر روی این پهنه‌ی بی‌کران است و به همین جهت از نعمت بی‌کرانگی این نقشه بهره می‌برد: این چارچوب می‌تواند بنا بر روند حرکت نامتناهی نسبت‌های شبکه‌ی فضایی فلسفه، همواره عمق یا رشد پیدا کند.

حال اگر سوال اول پرسش از نسبت شی‌سایبری با فیلسوف بود و سوال دوم پرسش از همه‌ی اشیاء با همه‌ی فلاسفه بود، آیا اکنون می‌توان مطلق‌ترین سوال ممکن را تهیه و ارائه کرد؟ آیا می‌توان از پرسش «نسبت همه‌ی اشیاء جهان با همه‌ی انسان‌های جهان» سخن راند؟ به بیان دیگر، آیا نقشه‌ی بزرگ‌تری نسبت به نقشه‌ی فلسفه وجود دارد؟

آیا نقشه‌ی بزرگ‌تری نسبت به نقشه‌ی فلسفه وجود دارد؟ یعنی نقشه‌ای که شبکه‌ی روابط فلسفه با

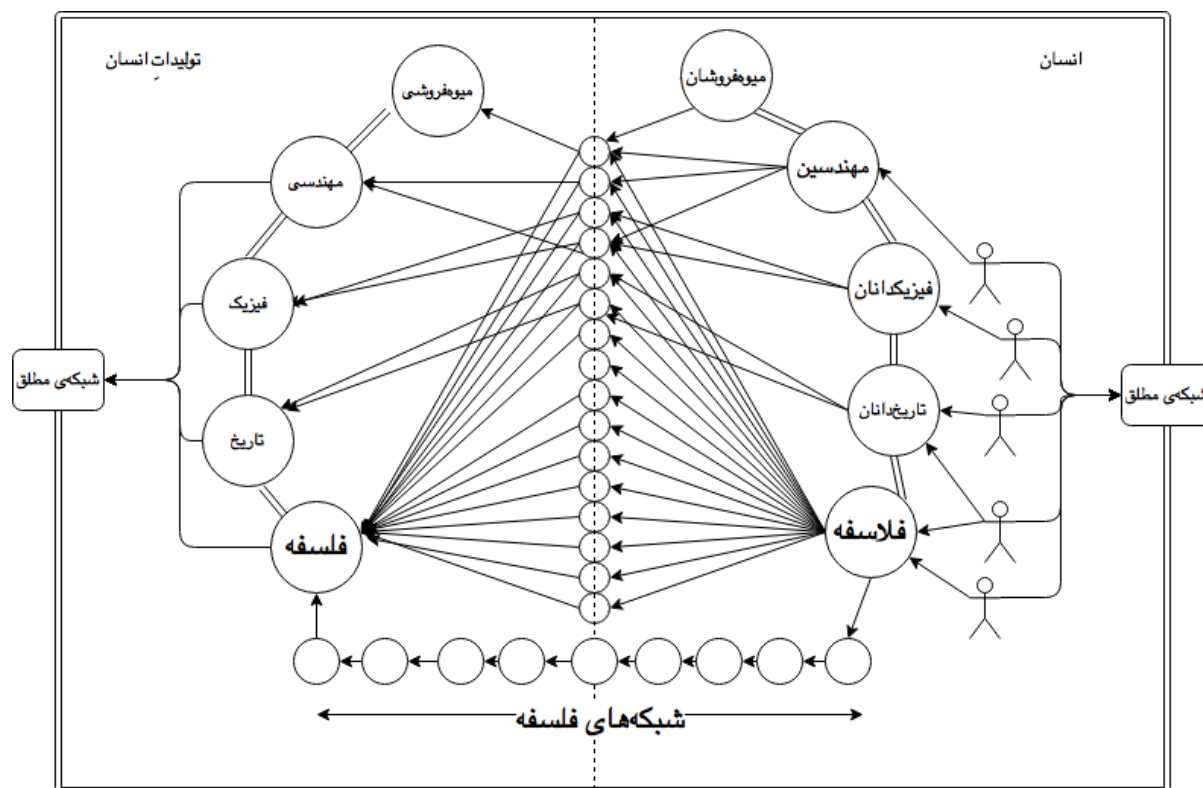
دیگر امور بشری را پوشش دهد؟

این نقشه (ولو مبهم و بسیار ابتدایی) وجود دارد و «نقشه‌ی شبکه‌ی نامتناهی تمام روابط انسانی با تمام اشیاء جهان» است که ما آن را به اختصار «شبکه‌ی مطلق» می‌خوانیم. بنا بر این شبکه، «همه‌ی انسان‌ها» (تا به حال و در آینده) با تمام اشیاء جهان (تا به حال و آینده) نسبتی برقرار می‌کنند و موجب تولید محصولات بشری می‌شوند. فلسفه تنها یکی از این محصولات و فلاسفه تنها یک دسته از انسان‌ها هستند که با اشیاء جهان رابطه برقرار می‌کنند. علاوه بر این هر انسان منحصر به فرد می‌تواند در حوزه‌های مختلفی به اشیاء جهان بنگرد: فی‌المثل انسان الف می‌تواند فیلسوف الف و فیزیک‌دان الف باشد و به همین ترتیب در مواجهه با جهان فلسفه و فیزیک را تولید کند. از همین مثال سطح ویران‌کننده‌ی بی‌کرانگی این نقشه روشن می‌شود: همان‌طور که گفتیم تمام نقشه‌ی فلسفه با یک فلسفه‌ی خاص در نسبت است و به همین ترتیب، تمام نقشه‌ی فلسفه با نقشه‌ی فلسفه‌ی الف در نسبت است، حال از آن رو که انسان الف فیزیک الف را گفته است و از آن رو که هر فیزیکی (من جمله فیزیک الف) با تمام فیزیک نسبت دارد (مانند رابطه‌ی فلسفه‌ی الف با تمام فلسفه)، پس به واسطه‌ی فرد الف که هم فیزیک

۲. ذکر این تذکر نیز لازم است که افاده‌ی ما از «شی» در تمام این نوشتاریک افاده‌ی حداکثری است: بدین معنا چیزهایی که وجود ندارند (مانند سیمرغ) یا در این جهان نیستند (مانند فرشتگان) را نیز به عنوان شی محسوب کرده‌ایم. توضیح آن که هر کدام از این دو در ذهن انسان تصویری را ایجاد می‌کنند و این تصور (تصور سیمرغ یا فرشته) خودش شی است از اشیاء جهان. ما گاه به اشیاء محسوس می‌نگریم و تأمل می‌کنیم و گاه به اشیاء ذهنی می‌نگریم و در باب آن‌ها تأمل می‌کنیم. به هر روی هر دوی این‌ها، با چنین تعریف حداکثری‌ای، شی‌ای از اشیاء جهان محسوب می‌شوند.

گفته است و هم فلسفه گفته است، همه‌ی فیزیک و همه‌ی فلسفه با یکدیگر در نسبت هستند. به بیان دیگر: نمی‌توان بدون دانستن تمام فیزیک، همه‌ی فلسفه را فهمید و بدون دانستن تمام فلسفه، فهم همه‌ی فیزیک غیر ممکن است؛ به همین ترتیب تاریخ و ریاضی و آینده‌پژوهی و ... پر واضح است که چنین فهمی تنها از آن علم پروردگار است.

شبکه‌ی مطلق: مجموعه‌ی روابط میان تمام انسان‌ها و تمام حوزه‌های دانش با تمام امور و اشیاء جهان



۲۴. بخش ۵، شکل ۶: شبکه‌ی مطلق انسان و شی

آن‌چه تا کنون گفته‌ایم در شکل‌شش بازنمایی شده است. لکن ذکر این نکته لازم است که در این تصویر، شبکه‌های مابین «فلاسفه و فلسفه» (یعنی شبکه‌های فضایی، جوی، پوسته‌ای، هسته‌ای و اتمی) تنها مختص به خود فلاسفه هستند و ربطی به دیگر حوزه‌ها و رشته‌های انسانی ندارد. چه این که در باب هر حوزه و ساز و کار آن بایست چارچوب مفهومی متمایزی طرح ریخت و شبکه‌های متمایزی را در آن بازشناسی کرد و چنین وظیفه‌ای بر عهده‌ی این نوشتار نیست.

بخش ۶: چارچوب تحقیقی فلسفه ی سایبر: نسبت عمقی

این نوشتار با بنیان گذاشتن سوال «فلسفه ی سایبر چگونه تولید می شود» (۳-۱) توانست به چارچوب مفهومی فلسفه ی سایبر (۳-۴)، نقشه ی فلسفه (۵-۳) و همچنین نقشه ی روابط انسانی با اشیاء (۵-۴) دست یابد. آن چه که ما تا کنون به آن دست یافته ایم، مجموعه ای از شبکه های صوری و انتزاعی است که شاکله ای فرمال را بر می سازند. در حقیقت، شاکله های فرمال (چه چارچوب و نقشه) اموری تهی هستند که هیچ اطلاعاتی در باب واقعیت انضمامی و آن چه که در جهان فلسفه ی سایبر، فلسفه و انسان رخ می دهد را به دست نمی دهند. آن ها صرفن طبقه بندی های کلی از مناسبات کلی میان رخدادها را به دست می دهند و خودشان را چون قوانین یا ساختارهای نسبت ها مطرح می کنند.

چارچوب مفهومی شاکله ای فرمال است که هیچ اطلاعاتی از جهان به ما نمی دهد

همان هنگام که ما چارچوب ها را چون قوانین یا ساختارهای نسبت های موضوع مورد پژوهش به رسمیت شناختیم، آن ها به ما اجازه می دهند که به جای ماندن در سطح صوری و انتزاعی، به سطح عمقی و انضمامی (یعنی دنیای واقعی) حرکت کنیم: آن ها به ما چارچوبی از تحقیق را عطا می کنند.

چارچوب مفهومی منجر به تولید چارچوب تحقیقی می شود

بنابراین تمایز میان چارچوب مفهومی و چارچوب تحقیقی (حداقل در این نوشتار) را چنین می توان تبیین کرد: زمانی که چارچوب مفهومی ساختارهای نسبت های موجود در موضوع مورد پژوهش را روشن ساخت، چارچوب تحقیقی بر اساس این ساختارها، موردهای انضمامی را بر روی میز تحلیل قرار می دهد و چارچوب مفهومی را از سطح انتزاعی به سطح انضمامی و واقعی منتقل می کند. ما چنین روندی را «نسبت عمقی» یا «پروسه ی عمقی» می خوانیم. در نهایت پروسه ی عمقی تا بدان جا پیش می رود که جرم نقشه ی انتزاعی ۳-۴ مساوی با تمامیت جرم فلسفه ی سایبر شود. در چنین حالتی ما به یک چارچوب انضمامی دست خواهیم یافت که مانند یک آینه عمل می کند و تا جزئی ترین سطوح، فلسفه ی فضای سایبر را بازنمایی می کند.^۱ ما چارچوب سوم

۱. آیا رسیدن به چنین چارچوبی که تمام رخدادها و اتفاق های فلسفه ی سایبر را در خودش منعکس سازد ممکن است؟ علی الفرض آری. ما در ۴-۵ و ۳-۵ به تفصیل بیان کردیم که چارچوب مفهومی، بنا بر فرض، چارچوبی است از روابط متناهی که قابل مطالعه، پی گیری، جمع آوری و احصاء است. گره گاه فهم این مسئله تمایز میان فرض متناهی و نامتناهی است. ما چارچوب مفهومی فلسفه ی سایبر را به گونه ای وضع کرده ایم که به نحو متناهی عمل کند و در همان حال، آن را بر روی پهنه ی نامتناهی ای قرار داده ایم (نقشه) که به آن توان رشد و بالندگی را عطا کند. بدین ترتیب، چارچوب مفهومی به مثابه ی امر متناهی همواره قابل احصاء و دست یازی است و نقشه ی مفهومی همواره خارج از دسترس ما قرار می گیرد. تمایز این دو سیستم طبقه بندی مانند تمایز عدد ۱۰۰۰۰۰۰ با عدد نامتناهی است. عدد اول عددی است متناهی که قابل دسترس است: می توان از عدد ۱ شروع کرد، به عدد ۲ رسید، ۳ را به چنگ آورد و در نهایت (دیر یا زود، در مشقت یا به سادگی) به عدد ۱۰۰۰۰۰۰ رسید. اما در همان حال، رسیدن به عدد نامتناهی هیچ گاه ممکن نیست. ما هر چقدر هم که بشماریم، هر چقدر هم که به پیش رویم و هر چقدر هم که عدد بر روی عدد بگذاریم، هیچ گاه به عدد نامتناهی نخواهیم رسید. تمایز چارچوب مفهومی و نقشه

را «چارچوب توصیفی» می‌خوانیم. این چارچوب نتیجه و گزارش کل پروسه‌ی پژوهش در باب فلسفه‌ی فضای سایر است؛ به بیان دیگر، تمام این نوشتار و دو چارچوب مفهومی و تحقیقی‌ای که در آن تعیین می‌شوند در جهت تولید چارچوب توصیفی قرار گرفته‌اند. ویژگی‌های این سه چارچوب به شرح زیر است:

چارچوب تحقیقی منجر به پرشدن و انضمامی شدن چارچوب مفهومی می‌شود

اول) چارچوب مفهومی: انتزاعی، ساختاری، قانون‌گذار، جهت‌بخش، متناهی، قابل احصا

دوم) چارچوب تحقیقی: کاوشی، احصاء‌کننده، تبعیت از قوانین چارچوب مفهومی، پرکننده

سوم) چارچوب توصیفی: انضمامی، احصاء‌شده، حامل روابط متعین و مشخص، انعکاس جهان واقعی، سوال‌ساز

چارچوب مفهومی‌ای که توسط چارچوب تحقیقی پر شده است و به آینده‌ی جهان واقعی بدل شده است

چارچوب توصیفی است

در این بخش ما چهار حوزه از چارچوب تحقیقی را مورد مذاقه قرار خواهیم داد: تحقیق اتمی، تحقیق هسته‌ای، تحقیق پوسته‌ای و تحقیق جوی. این چهار حوزه بنا بر ساختارهای کلی چارچوب انتزاعی مفهومی بنا شده است و از همان منطق تبعیت می‌کنند: تحقیق و شناخت پدیده‌ها، سوالات و فلاسفه‌ی اتمی، تحقیق و شناخت مفاهیم منحصر به فرد و روابط فلاسفه، تحقیق و شناخت مفاهیم مشترک و بسترها و حوزه‌های سیاست‌گذاری فلسفه‌ی سایر و در نهایت، تحقیق و شناخت حوزه‌های عام فلسفه‌ی سایر و مکاتب آن‌ها. پیش از وارد شدن به بحث تذکر دوباره‌ی این امر لازم می‌آید: هیچ کدام از سطوح و یا سوالاتی که در چارچوب زیر تدوین شده‌اند، به معنای اتمام پروژه‌ی تحقیق نیستند بلکه می‌توان با مذاقه‌ی بیش‌تر و تحلیل بیش‌تر (به خصوص با توجه به نقشه‌ی فلسفه‌ی سایر) این سطوح و سوالات را بسط داد.

ی مفهومی همان تمایز عدد ۱۰۰۰۰۰۰ و عدد نامتناهی است. در حالی که اولی با تعین خودش به ما ساختاری از پژوهش را می‌دهد (شمردن از یک و رسیدن به ۱۰۰۰۰۰۰) تنها چیزی که دومی به ما عطا می‌کند بی‌کرائگی پژوهش است. فلذا چارچوب مفهومی مانند عدد ۱۰۰۰۰۰۰ تعداد مشخصی از نسبت‌ها را فرض می‌گیرد که قابل احصاء و طبقه‌بندی است: می‌توان به سراغ فلاسفه‌ی مختلف رفت، فلسفه‌های مختلف را واکاوی کرد، آن‌ها را تبیین کرد و در نهایت به هدف مورد نظر (یعنی آینه ساختن چارچوب مفهومی) دست یافت. منتهی ما همواره می‌دانیم همان‌گاه که به عدد ۱۰۰۰۰۰۰ رسیدیم، همواره عددی بزرگ‌تر هم وجود دارد. بنابراین روند پژوهش هیچ‌گاه تمام نمی‌شود و هر گاه که چارچوب مفهومی ما به کمال خودش رسید، دوباره نسبت‌ها و روابط جدیدی ظاهر می‌شوند که چرخه‌ی پژوهش را ثابت نگاه می‌دارند. در نهایت ذکر این تذکر لازم می‌آید: هر چند میان عدد ۱ تا ۱۰۰۰۰۰۰ سلسله مراتبی از مراحل وجود دارد اما چارچوب مفهومی تدوین شده (و به حسب آن چارچوب تحقیقی و توصیفی) نه یک مسیر سلسله‌مراتبی (حرکت از A به سمت B و C الی Z) بلکه مسیری است که می‌توان آن را مسیر پازلی خواند. این نقشه مانند یک پازل عمل می‌کند که قطعه‌های محدودی از پازل در آن موجود هستند و می‌توان با آزمون و خطا، مطالعه و مشاهده، تحقیق و توسعه، این پازل را کامل کرد. به قطع، لازم به ذکر نیست که این پازل متناهی با فی‌المثل ۱۰۰۰۰۰۰ تکه، بر روی بستر بزرگ‌تر یک پازل با بی‌نهایت تکه قرار گرفته است.

این بخش چهار شبکه‌ی تحقیقی را تبیین می‌کند: شبکه‌ی تحقیق اتمی، شبکه‌ی تحقیق هسته‌ای، شبکه‌ی تحقیق پوسته‌ای و شبکه‌ی تحقیق جوی

تحقیق اتمی

بنا بر چارچوبی که در ۳-۴ عرضه شد، ما با دو شبکه‌ی اتمی روبرو هستیم: شبکه‌ی اتمی امور سایبر و شبکه‌ی اتمی فلاسفه. در این زیر بخش چارچوب تحقیقی هر کدام از این دو را بررسی می‌کنیم.

شبکه‌ی تحقیق اتمی شامل دو شبکه است: شبکه‌ی تحقیق اتمی امر سایبر و شبکه‌ی تحقیق اتمی فلاسفه‌ی سایبر

شبکه‌ی اتمی امور سایبر

همان‌طور که در ۱-۴ و ۲-۱ بیان کردیم، آغازگه چارچوب مفهومی تدوین شده شی سایبر است. بنا بر همین قاعده، آغازگر چارچوب تحقیقی نیز شی سایبر است. در این مکانیزم، تنها از خلال توجه به اشیاء سایبر، سوالات آن‌ها و هم‌چنین بسترها و اهمیت آن‌هاست که می‌توان مرحله‌های بعدی پژوهش را به پیش برد. پیش‌تر نیز اشاره داشتیم که تمایزی میان امر سایبر و فضای سایبر وجود دارد. مراد از امر سایبر هر پدیده‌ای است که در فهم عرفی سایبر خوانده می‌شود و مراد از فضای سایبر مجموعه‌ی این پدیده‌هاست.

بنا بر این مقدمات ما شش سوال اصلی را در سه سطح معرفی می‌کنیم که پژوهش‌گر را در چارچوب تحقیقی و رسیدن به چارچوب توصیفی یاری می‌کنند:

سطح اول) احصاء اشیاء سایبر: این سطح اولین سطح چارچوب تحقیقی است و سنگ بنای دست یافتن به چارچوب توصیفی است. بدون توجه صحیح به این سطح و عدم دقت در ویژگی‌های تجربی آن، تمام مراحل تحقیقی آتی بی‌معنا خواهند بود. بنابراین ابتدا لازم است که لیست و پژوهشی در باب انواع و اقسام اشیاء سایبر تهیه شود. رسیدن به این لیست از دو طریق میسر است: (۱) چشم‌دوختن به جامعه و احصاء آن‌چه که امر سایبر خوانده می‌شود و (۲) توجه به متون فلاسفه و استخراج امور سایبر از نگاه آن‌دو. به نظر می‌آید که این دو در کنار یکدیگر بتوانند چارچوب توصیفی را به تمامه اعطا کنند. بنابراین سوال ابتدایی این سطح را می‌توان این‌چنین صورت‌بندی کرد: **اول) چه امری در میان افواه و فلاسفه امر سایبر تلقی می‌شود؟** لکن سطح اول در همین جا خاتمه نمی‌یابد بل آن که با پیش کشیدن پرسش از زمان، ما ما سوال دیگری نیز روبرو می‌شویم: **دوم) چه اموری از امور سایبر، مربوط به حال هستند و چه اموری مربوط به آینده هستند؟** چنین سوالی به خصوص زمانی مطرح

می‌شود که در مراجعه به آثار فلاسفه یا افواه عمومی، با اشیاء سایبری‌ای روبرو می‌شویم که تنها در تخیل موجود هستند: شبکه‌های زندگی مجازی، هوش‌های مصنوعی قوی، ترنس هیومنیتی و ...

سطح اول تحقیق (احصاء اشیاء سایبر): اول) چه امری در میان افواه و لاسفه امر سایبر تلقی می‌شود؟ و دوم) چه اموری از امور سایبر، مربوط به حال هستند و چه اموری مربوط به آینده هستند؟

سطح دوم) استخراج سوالات: همان‌هنگام که اولین شیء سایبری شناخته شد، سوالات فلسفی پیرامون آن بایست مورد کنکاش قرار گیرد. می‌توان این سوالات را از دو منظر نگریست: منظر اول، منطقی است که به خود شیء می‌پردازد و سوالات ذاتی آن را استخراج می‌کند (منظر ذات‌نگر) و منظر دوم منطقی است که در پی سوالات پنهان‌شده‌ای است که تنها در متون فلسفی یافت می‌شوند (منظر پدیداری). بدین مینا در حالی که منظر اول نحوه ظهور سوالات خود شیء را مد نظر قرار می‌دهد، منظر دوم سوالاتی را مد نظر قرار می‌دهد که با واسطه به امر سایبری چسبیده‌اند. جهت نیل به این مقصود دو سوال کلی راهنما خواهند بود: اول) استخراج سوال از خود شیء و دوم) استخراج سوالات فلاسفه از یک شیء.^۲

سطح دوم تحقیق (استخراج سوالات): اول) استخراج سوال از خود شیء و دوم) استخراج سوالات فلاسفه از یک شیء

سطح سوم) استخراج شبکه‌ای اتمی: پس از احصاء اشیاء سایبری و همچنین سوالات این اشیاء این سطح شبکه‌ای روابط این اشیاء و سوالات آن‌ها را مورد بررسی قرار می‌دهد. دو سوال اساسی این فصل بدین شرح هستند: اول) نسبت‌های میان امور سایبر با یکدیگر چه نسبتی است؟ (فهم نسبت‌های فضای سایبر) و دوم) نسبت میان سوال‌های یک شیء سایبر منحصر به فرد با اشیاء دیگر چیست و آیا منطق جامعی در این سوالات موجود است؟ سوال اول در خدمت شناخت روابط میان امور سایبر با یکدیگر است (یعنی روابطی چون «تکامل»، «گسترش»، «نقض» و ...) و سوال دوم در خدمت شناخت کلی‌ترین سوالات فلسفه‌ی سایبر است.

^۲ می‌توان به مکانیزمی اندیشید که طبقه‌بندی‌ای از سوالات را به دست دهد. این مکانیزم به خصوص می‌تواند در نسبت با «شبکه‌ی پوستانه‌ای» یا «شبکه‌ی جوی» مورد مذاقه قرار گیرد.

سطح سوم تحقیق (استخراج شبکه‌ی اتمی): (اول) نسبت‌های فضای سایبر و دوم) نسبت‌های سوالاتِ سایبر

شبکه‌ی اتمی فلاسفه

در کنار شناخت شبکه‌ی اتمی امور سایبر، شناخت شبکه‌ی اتمی فلاسفه نیز اهمیت بسزایی دارد. در واقع چنان‌چه در ۱-۳ و همچنین ۵-۱ به تفصیل مورد بررسی قرار گرفت، این فلاسفه هستند که به امر سایبر می‌اندیشند: آن‌ها زمینه‌سازان اصلی تولید فلسفه‌ی سایبر هستند. ما برای شناخت شبکه‌ی فلاسفه نیز سه سطح اساسی را مطرح می‌کنیم:

سطح اول) شناخت و احصاء فلاسفه‌ی سایبر: فلاسفه‌ی تاثیرگذار در فلسفه‌ی سایبر را می‌توان به دو دسته‌ی مهم تقسیم کرد: دسته‌ی نخست آن قسم از فلاسفه هستند که در مواجهه با پدیده‌های سایبر نسبت به آن واکنش نشان می‌دهند و بر اساس مشرب فلسفی خودشان، چپستی، چگونگی، تکوین یا موهبات و مخاطرات امر سایبر را تحلیل می‌کنند. بدین بیان، دسته‌ی اول فلاسفه آن‌هایی هستند که امر سایبر برای آن‌ها تفاوتی با جنگ سوریه یا بحران کم‌آبی ندارد: هر کدام از این سه پدیده‌هایی هستند که با ورود به دستگاه فلسفی، ابعاد آن‌ها روشن می‌شود و پاسخ‌های فلسفی برای آن‌ها یافت می‌شود. از سوی دیگر، دسته‌ی دوم آن دسته از فلاسفه‌ای هستند که تمام فلسفه‌ی خودشان را بر امر سایبری استوار کرده‌اند. آن‌ها با نگرستن به این امر دستگاه تحلیلی خودشان را کاملن دگرگون کرده‌اند: در واقع آن‌ها بیش از آن که به دنبال پاسخ دادن به مسائل امر سایبری باشند، در پی پاسخ گرفتن از امر سایبری (آن هم به سوالات فلسفی خودشان) هستند. بنابراین در وهله‌ی اول و در این سطح باید دو سوال را مطرح کرد: اول) چه فلاسفه‌ای امر سایبری را به عنوان پدیده‌ای کهنه می‌بینند؟ و دوم) چه فلاسفه‌ای با نو انگاشتن امر سایبری، فلسفه‌ی خودشان را بر روی آن بنا می‌کنند؟ ما پیشنهادهایی برای حصول بهتر این دو دسته از فلاسفه را در زیر تقدیم می‌کنیم:

سطح اول تحقیق (احصاء فلاسفه): (اول) فلاسفه‌ی کهنه‌نگر و دوم) فلاسفه‌ی نونگر

- ✓ دارای علایق و زمینه‌های پژوهشی مرتبط با فضای سایبری باشند.
- ✓ صاحب‌نظر و مورد ارجاع در زمینه مورد نظر باشند. (کلاسیک و معاصر)
- ✓ ترجیح‌دارای آثار و تألیفات متعدد و به‌روز باشند.
- ✓ ترجیح‌جوان و در قید حیات باشند.
- ✓ ترجیح‌قابلیت دسترسی و ارتباط داشته باشند.
- ✓ ترجیح‌داران دانشگاه‌ها و دپارتمان‌های برجسته و پیشرو دنیا مشغول به فعالیت باشند.
- ✓ ترجیح‌با مراکز پژوهشی و سیاست‌گذاری خارج از فضای آکادمیک نیز ارتباط داشته باشند.

سطح دوم) شناخت منابع تولیدشده توسط فیلسوف: این منابع می‌توانند شامل سخنرانی، مقاله، کتاب، درس گفتار و ... باشند. در واقع هر چیزی که بتوان آن را «صورت‌بندی مفهومی امر سایبر» قلمداد کرد، در زمره‌ی منابع چارچوب تحقیقی فلسفه‌ی سایبر قرار می‌گیرد. در مواجهه با منابع یک فیلسوف دو سوال اساسی مطرح است: اول) کدام آثار محوریت نظریه‌ی او را در بر می‌گیرند؟ دوم) کدام آثار در حکم شبکه‌های استحکامی نظریه‌ی او هستند؟^۳

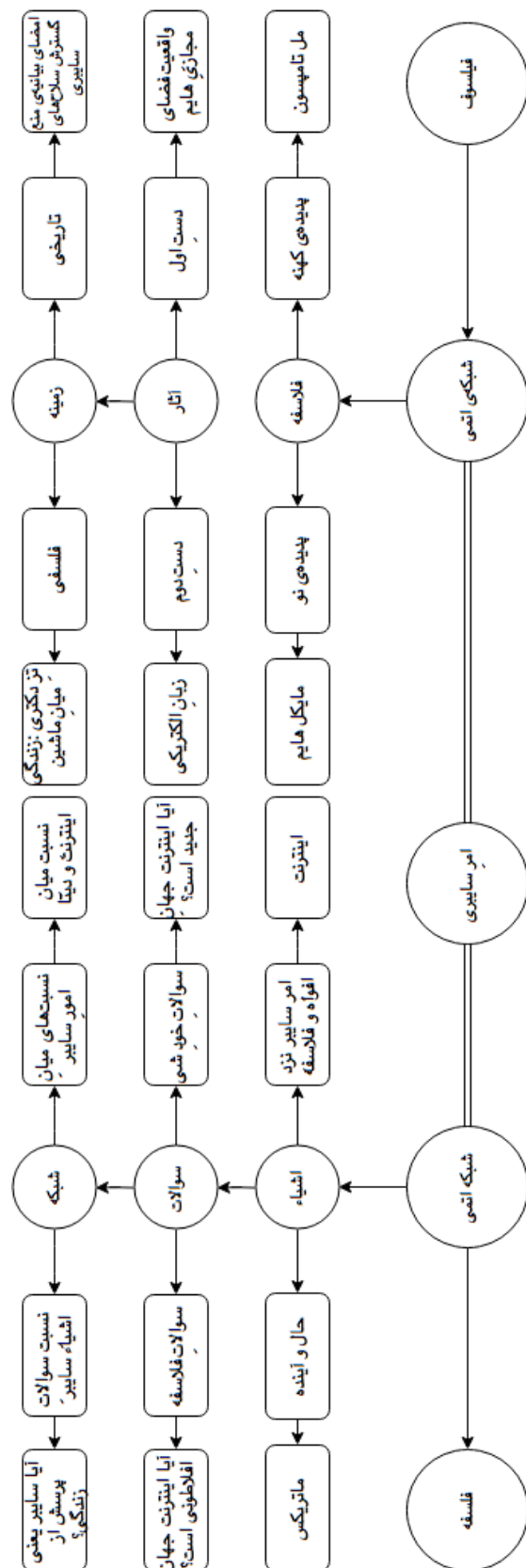
سطح دوم تحقیق (شناخت منابع تولیدشده): (اول) منابع دست اول و دوم) منابع دست دوم

سطح سوم: شناخت زمینه‌ی فکری: همان‌طور که پیش‌تر اشاره کردیم، یک فیلسوف در خلا تولید نمی‌شود بل آن که در یک زمانه و زمینه‌ی فکری بارور می‌گردد. شناخت این زمینه و زمانه بر عهده‌ی این سطح از تحقیق است. در این سطح می‌توان دو سوال مهم را از یکدیگر بازشناخت: اول) بیوگرافی تاریخی فیلسوف چیست؟ و دوم) بیوگرافی فلسفی فیلسوف چیست؟ در حالی که سوال اول شرایط شکل‌گیری فیلسوف را عرضه می‌کند، سوال دوم دغدغه‌های فلسفی و همچنین گره‌گاه‌های بحث او را مورد تبیین قرار می‌دهد.

سطح سوم تحقیق (شناخت زمینه‌ی فکری): (اول) تاریخ زیستی فیلسوف و دوم) تاریخ فلسفی فیلسوف

شبکه‌ی تحقیقی (همراه با مثال) در صفحه‌ی بعد بازنمایی شده است:

۳. ذکر این نکته لازم است که اگر یک فیلسوف دو دوره‌ی فکری متفاوت داشت، یعنی حداقل در یکی از آثارش دست‌آوردهای گذشته‌ی خودش را نفی کرد، ما هر دو دوره‌ی فکری او را به عنوان یک فیلسوف متمایز به رسمیت خواهیم شناخت. فی‌المثل می‌توانیم از «مایکل هایم اول» و «مایکل هایم دوم» سخن بگوییم. اگر بنا بر آن بود که نسبت این دو فیلسوف مورد مذاقه قرار گیرد، شبکه‌ی هسته‌ای این وظیفه را بر عهده می‌گیرد.



تحقیق هسته‌ای

به مانند ۶-۱ این زیربخش نیز به دو شبکه‌ی هسته‌ای می‌پردازد: شبکه‌ی هسته‌ای مفاهیم یک فلسفه‌ی خاص و شبکه‌ی هسته‌ای روابط فلاسفه.

شبکه‌ی هسته‌ای مفاهیم یک فلسفه‌ی خاص

چارچوب تحقیقی باید بتواند که تز بنیادین، ساختارهای این تز و همچنین جایگاه آن را در کلیت فلسفه‌ی سایر و همچنین فلسفه تبیین کند. بدین منظور سه سطح زیر پیشنهاد می‌شود:

سطح اول) مفاهیم بنیادین: هر فیلسوف خاص در فلسفه‌ی خاص خویش پیرامون امر سایر مجموعه‌ای از مفاهیم بنیادین را در کنار یکدیگر گرد می‌آورد تا تز بنیادین خویش را بر سازد. این تز معمولن حامل اصلی‌ترین ادعای فیلسوف است و نظر او را در مورد چیستی امر سایبری یا جایگاه امر سایبری در فلسفه آشکار می‌کند. در مواجهه با این تز می‌توان دو سوال عمده را مطرح کرد: اول) فیلسوف برای تبیین نظر خودش چه مفاهیم بدیعی را به فلسفه‌ی فضای سایبری اضافه کرده است؟ و دوم) فیلسوف برای تبیین تز بنیادین خودش از چه مفاهیم کهنه‌ای (استفاده‌شده توسط فلاسفه‌ی دیگر) بهره برده است؟ سوال اول از یک سو به ما کمک می‌کند که عمق بخشی فیلسوف در چارچوب مفهومی طرح شده را بسنجیم و از سوی دیگر به ما کمک می‌کند که بعد ها تکرار مفهوم او و چرخه‌ی تبدل معنایی این مفهوم در دیگر ادبیات فلسفی را تحت رصد قرار دهیم. سوال دوم نیز ما را به نقشه‌ی فلسفه و همچنین تاثیر تاریخ فلسفه در فهم امور سایبر می‌رساند.

سطح اول تحقیق (شناخت مفاهیم بنیادین یک فلسفه): اول) مفاهیم بدیع و دوم) مفاهیم کهنه

سطح دوم) مفاهیم پوسته‌ای: هر تز بنیادین از شبکه‌ی دیگری از مفاهیم پوسته‌ای تشکیل می‌شود. فی‌المثل زمانی که یک فیلسوف مفهوم «متافیزیک مجازی» را به عنوان یکی از مفاهیم بنیادین خودش پیش می‌کشد، او برای توضیح این مفهوم از مفاهیم پوسته‌ای دیگری چون «وجود»، «واقعیت» یا «هستی» بهره می‌برد. بنابراین در هر پژوهش خاص بر روی یک فیلسوف، بایست این دسته از مفاهیم احصا شوند تا سپس در چارچوب تحقیقی شبکه‌ی پوسته‌ای مورد تحلیل قرار گیرند. مانند سطوح دیگری که در گذشته مطرح شد، این سطح نیز حامل دو سوال اساسی است: اول) کدام یک از این مفاهیم منحصرن متعلق به فلسفه‌ی سایبر هستند؟ دوم) کدام یک از این مفاهیم غیر سایبری هستند؟

سطح دوم تحقیق (شناخت مفاهیم پوسته‌ای): (اول) مفاهیم سایبری و دوم) مفاهیم غیر سایبری

سطح سوم) مفاهیم مکتبی: در این سطح از بررسی، نظریه‌ی فیلسوف در ساختار مکتبی که او در آن می‌اندیشد مورد مذاقه قرار می‌گیرد. فی‌المثل یک فیلسوف مارکسیست در مواجهه با امر سایبری از مفاهیم وضع‌شده و آشنای مارکسیسم بهره می‌برد. بایست این مفاهیم را شناسایی کرد و نسبت فیلسوف با مکتبی که او به آن متعهد است را تبیین ساخت. برای رسیدن به چنین دست‌آوردی دو سوال را مطرح می‌کنیم: (اول) فیلسوف تا چه اندازه از ساختار مکتب مورد نظر خودش بهره برده است؟ دوم) فیلسوف تا چه اندازه مکتب مورد نظر را گسترش داده است؟ این دو سوال از آن رو لازم هستند که به ما کلیتی از رفتار مکتب مورد نظر (شبکه‌ی جوی فلاسفه) در مواجهه با امر سایبری را به دست می‌دهند. فی‌المثل اگر فرض کنیم که چهار فیلسوف هگلی به امر سایبر می‌اندیشند، از خلال نسبت هر کدام با فلسفه‌ی هگل و هم‌چنین امر سایبر، ما توان آن را خواهیم داشت که شمایی از مواجهه، پاسخ‌دهی و هم‌چنین گسترش فلسفه‌ی هگل در مقابل امر سایبر را به دست آوریم.

سطح سوم تحقیق (شناخت مفاهیم مکتبی): (اول) استفاده‌ی ساختاری از مکتب و دوم) گسترش مکتب

شبکه‌ی هسته‌ای روابط فلاسفه

شبکه‌ی روابط میان فلاسفه نیز سه سطح از تحقیق را ایجاب می‌کند:

سطح اول) روابط اجتماعی: هر فیلسوف به حسب آن که موجودی در اجتماع است مجموعه‌ای از روابط اجتماعی را با دیگر فلاسفه شکل می‌دهد. روابطی چون «تدریس در یک گروه فلسفی» یا «فعالیت در کمپین عدم تولید هوش مصنوعی قوی». ما می‌توانیم این روابط را در دو حیطه‌ی آکادمیک و غیر آکادمیک تقسیم‌بندی کنیم. بنابراین دو سوال این سطح به شرح زیر است: (اول) یک فیلسوف سایبر چه روابط آکادمیکی با دیگر فلاسفه‌ی سایبر دارد؟ دوم) یک فیلسوف سایبر چه روابط غیر آکادمیکی با دیگر فلاسفه‌ی سایبر دارد؟

سطح اول تحقیق (روابط اجتماعی فیلسوف): (اول) روابط آکادمیک و دوم) روابط غیر آکادمیک

سطح دوم) روابط تقابلی: هر فیلسوف به مثابه‌ی یک اندیشمند موافق یا مخالف نظریات دیگر اندیشمندان است. این رابطه را می‌توان تحت دو سوال اول) یک فیلسوف سایبر پشتیبان کدام دست از فلاسفه است؟ و دوم) یک فیلسوف سایبر مخالف کدام نظریات فلاسفه است؟ صورت‌بندی کرد.

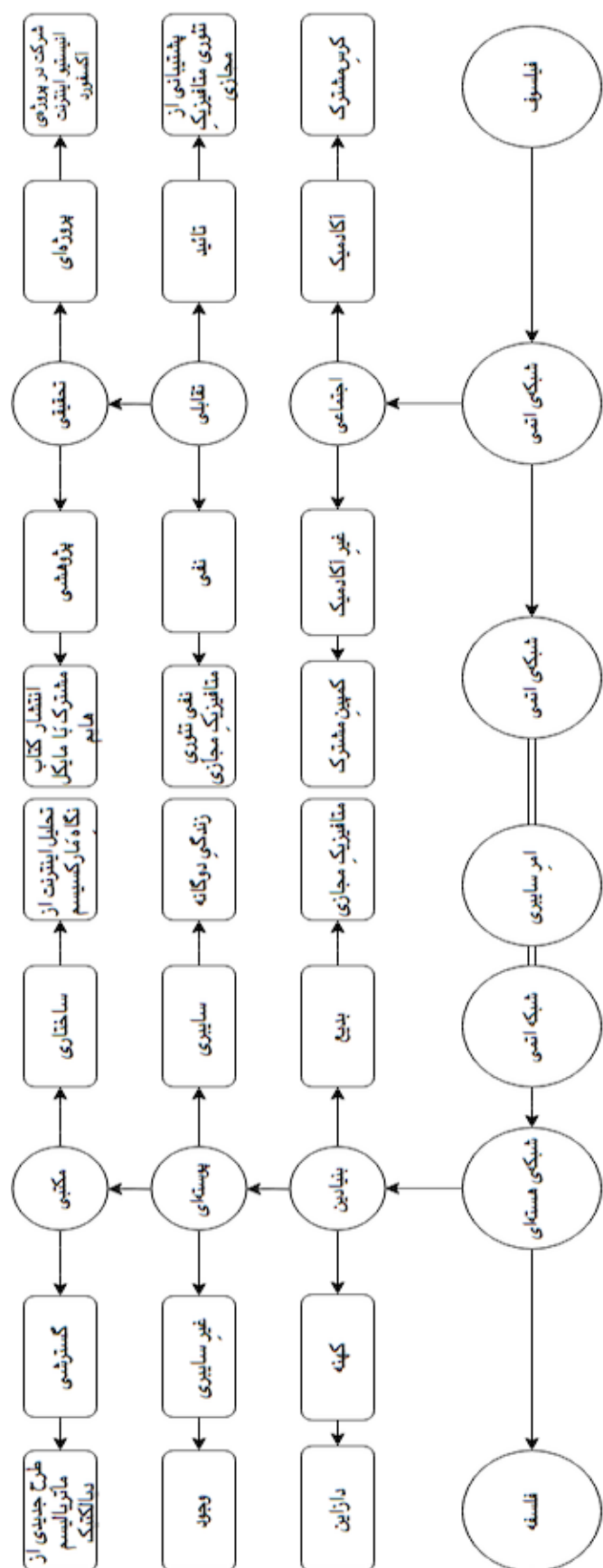
سطح دوم تحقیق (شناخت روابطِ تقابلی): (اول) نفی و دوم) تأیید

سطح سوم) روابطِ تحقیقی: مراد ما از روابطِ تحقیقی، پژوهش‌های مشترک و هم‌چنین پروژه‌های مشترک میان حداقل دو فیلسوف است. ما میان پژوهش و پروژه این چنین تفاوت می‌گذاریم: در حالی که پروژه، تحقیقی مقطعی و منفرد است، پروژه‌های تحقیقاتی، سیر و گستره‌ای از تحقیقات و آثاری را شامل می‌شوند که با یکدیگر در نسبت هستند و همدیگر را کامل می‌کنند. این پروژه‌ها به خصوص در شبکه‌های پوسته‌ای فلاسفه (یعنی شبکه‌های سازمان‌دهی‌شده‌ی آکادمیک و موسساتی) نمود می‌یابند و راهی برای شناخت و هم‌چنین احصاء آن شبکه را فراهم می‌آورند. بدین بیان، دو سوالِ اساسی سطح سومِ روابطِ فلاسفه چنین است: (اول) آیا فیلسوف در پژوهشی مشترک شرکت داشته است؟ دوم) آیا فیلسوف در پروژه‌ای مشترک حضور داشته است؟

سطح سوم تحقیق (شناخت روابطِ تحقیقی فیلسوف): (اول) پژوهش مشترک و دوم) پروژه‌ی مشترک

نقشه‌ی تحقیقی پوسته‌ای به شرح زیر است:

۲۶. بخش ۶، شکل ۲: چارچوب تحقیقی شبکه‌ی هسته‌ای



تحقیق پوسته‌ای

آن‌چه در زیربخش ۱-۶ و ۲-۶ گفته شد فاز اول چارچوب تحقیقاتی است. در حقیقت این دو چارچوب در کنار یکدیگر و به مثابه‌ی یک فاز واحد به پیش می‌روند تا آن‌که تمام فلسفه‌های خاصِ سایبری احصاء شوند و مفاهیم اختصاصی آن‌ها واکاوی شود. فاز دوم تحقیق که ۳-۶ و ۴-۶ را شامل می‌شود، اندکی پس از فاز اول آغاز می‌شود و وظیفه‌ی برقراری نسبت‌های کلی‌تر از سطح فلسفه‌های خاص را بر عهده می‌گیرد. در واقع این فاز ابتدا به عنوان یک پوسته فلسفه‌ی فضای سایبر را در برمی‌گیرد و سپس در تحقیق جوی، کلیت فضای سایبر را متعین می‌کند. بدین مبنا، در پایان فاز دوم است که در چارچوب توصیفی به دست آمده، می‌توان ادعای شناخت کلیت فضای سایبری را داشت.

تحقیق اتمی و هسته‌ای فاز اول چارچوب تحقیقی هستند و تحقیق پوسته‌ای و جوی فاز دوم تحقیق هستند

در تحقیق پوسته‌ای نیز مانند دو تحقیق گذشته، شبکه‌ی پوسته‌ای مفاهیم و شبکه‌ی پوسته‌ای فلاسفه را واکاوی می‌کنیم.

شبکه‌ی پوسته‌ای مفاهیم

پس از آن که مفاهیم منحصر به فرد فلاسفه گردآوری شد، زمان آن فرا می‌رسد که با توجه به سطح دوم تحقیق در شبکه‌ی هسته‌ای مفاهیم منحصر به فرد، مفاهیم مشترک فلسفه‌ی فضای سایبر استخراج شوند و نسبت آن‌ها با یکدیگر مشخص شود. ما برای این تحقیق سه سطح از مفاهیم مشترک را پیشنهاد می‌دهیم. مفاهیمی که به ما در شناخت حوزه‌های فلسفی (۲-۴) کمک شایانی می‌کنند.

سطح اول) مفاهیم مشترک فلسفی: در این سطح ما آن مفاهیمی در فلسفه‌های سایبری را مورد مذاقه قرار می‌دهیم که منحصرن متعلق به فلسفه هستند. مفاهیمی چون «وجود سایبری»، «انسان سایبری»، «معرفت سایبری» و ... حال همان‌طور که در ۲-۶ به آن اشاره شد، برخی از این مفاهیم متعلق به نقشه‌ی «فلسفه» هستند و برخی از آن‌ها تنها در چارچوب مفهومی فلسفه‌ی سایبر حضور دارند. بنابراین در مواجهه با مفاهیم مشترک فلسفی، دو سوال ابتدایی مطرح می‌شود: اول) کدام مفاهیم مشترک فلسفی در حوزه‌های دیگر فلسفه نیز وجود دارند دوم) کدام مفاهیم مشترک فلسفی صرفن منحصر به حوزه‌ی سایبر هستند؟

سطح اول تحقیق (شناخت مفاهیم مشترک فلسفی): اول) مفاهیم سایبری و دوم) مفاهیم غیر سایبری
سطح دوم) مفاهیم مشترک با علوم انسانی: برخی دیگر از مفاهیم دیگر بر خلاف مفاهیم منحصرن فلسفی،
میان فلسفه و دیگر علوم انسانی مشترک هستند. مفاهیمی چون «اخلاق سایبری»، «ایمان سایبری»، «سیاست
سایبری»، «اقتصاد سایبری»، «انقلاب توییتری» و ... بر همان منطق سطح اول، این مفاهیم را در دو حوزه می
توان بررسی کرد: اول) کدام مفاهیم منحصر به حوزه ی سایبر هستند؟ دوم) کدام مفاهیم عام هستند؟

سطح دوم تحقیق (مفاهیم مشترک علوم انسانی): اول) مفاهیم سایبری و دوم) مفاهیم غیر سایبری
سطح سوم) مفاهیم مشترک با علوم غیر انسانی: در این سطح ما به مفاهیم مشترکی که میان فلسفه با دیگر
علوم برقرار است را تدقیق می کنیم. مفاهیمی چون «فیزیک سایبری»، «تکنولوژی سایبری»، «پردازنده در فضای
سایبر» و ... به همان طریق گفته شده، این مفاهیم دو سوال بزرگ را طرح می کنند: اول) کدام مفاهیم منحصرن
سایبری هستند و دوم) کدام مفاهیم عام هستند؟

سطح سوم تحقیق (مفاهیم مشترک تمام علوم): اول) سایبری و دوم) غیر سایبری

شبکه ی پوسته ای فلاسفه

ما در این پروژه ی تحقیقی مراکز پژوهشی، مراکز سیاست گذاری و حوزه های تکنیکی را مورد مذاقه قرار خواهیم
داد. سه سطح آن به شرح ذیل است:

سطح اول) مراکز پژوهشی: همان طور که در ۳-۳ اشاره شد، مراکز پژوهشی و سیاست گذاری بسترهایی هستند
که فلسفه در آنها متولد می شود و جهت داده می شود. شناخت این بسترها از سویی ما را به سمت شناخت بهتر
فضای فلاسفه رهنمون می کند و از سوی دیگر جهت گیری های عمده در فضای سایبری را نمایان می سازد. در
مواجهه با این مراکز و زمینه ها، ما دو قسم خاص را می توانیم تمیز دهیم: مراکز پژوهش گاهی و مراکز نشر محور.
دسته ی اول مراکزی هستند که فعالانه عمل می کنند و پشتیبان فلاسفه هستند و دسته ی دوم مراکزی هستند که
آثار فلاسفه (چه کتاب و چه مقاله) را عرضه می کنند. بنابراین در مواجهه با سطح، می توان دو سوال ابتدایی را
 مطرح نمود: اول) کدام مراکز فعال و پژوهشگاه محور هستند؟ و دوم) کدام مراکز منفعل و نشردهنده
هستند؟ در باب سوال اول ما پیشنهادات تحقیقی زیر را می دهیم:

سطح اول تحقیق (شناختِ مراکزِ پژوهشی): (اول) مراکزِ فعال و دوم) مراکزِ منفعل

- ✓ دارای علایق و زمینه‌های پژوهشی مرتبط با فضای سایبری باشند.
- ✓ ترجیح صاحب جایگاه تخصصی و مورد ارجاع در زمینه مورد نظر باشند.
- ✓ ترجیح قابلیت دسترسی و ارتباط داشته باشند.
- ✓ ترجیح در دانشگاه‌ها و دپارتمان‌های برجسته و پیشرو دنیا مشغول به فعالیت باشند.
- ✓ ترجیح فیلسوفان و محققان صاحب‌نظر و مورد ارجاع در آن مشغول به فعالیت باشند.
- ✓ ترجیح دارای سمینارها و همایش‌های تخصصی و دوره‌ای باشند.
- ✓ ترجیح با نهادهای بین‌المللی و حاکمیتی در ارتباط باشند.

در باب سوال دوم ما پیشنهادات تحقیقی زیر را می‌دهیم:

- ✓ تألیف صاحب‌نظران برجسته حوزه‌های مرتبط باشند.
- ✓ به‌روز و دارای بیشترین ارجاعات باشند.
- ✓ از سوی برجسته‌ترین ناشران، دانشگاه‌ها و دپارتمان‌های دنیا منتشر شده باشند.

سطح دوم) مراکز سیاست‌گذاری: مراکز سیاست‌گذاری آن دسته از مراکزی هستند که جهت و سمت و سوی فضای سایبر و هم‌چنین فلسفه‌ی سایبری را تعیین می‌کنند. شناخت این مراکز ما را در شناخت سیاست‌های کلان فلسفه‌ی سایبر روز دنیا یاری می‌رساند. قسمی از این سیاست‌گذاری‌ها را می‌توان در مسئله‌ی بودجه‌ی دولتی یا دانشگاهی در حوزه‌ی فلسفه‌ی سایبر مشاهده کرد. بنابراین این مراکز می‌توانند دولتی یا غیر دولتی باشند: (اول) کدام مراکز سیاست‌گذاری دولتی هستند و سیاست‌های کلان فلسفی آن‌ها چیست؟ دوم) کدام مراکز سیاست‌گذاری غیر دولتی هستند و سیاست‌های کلان فلسفی آن‌ها چیست؟

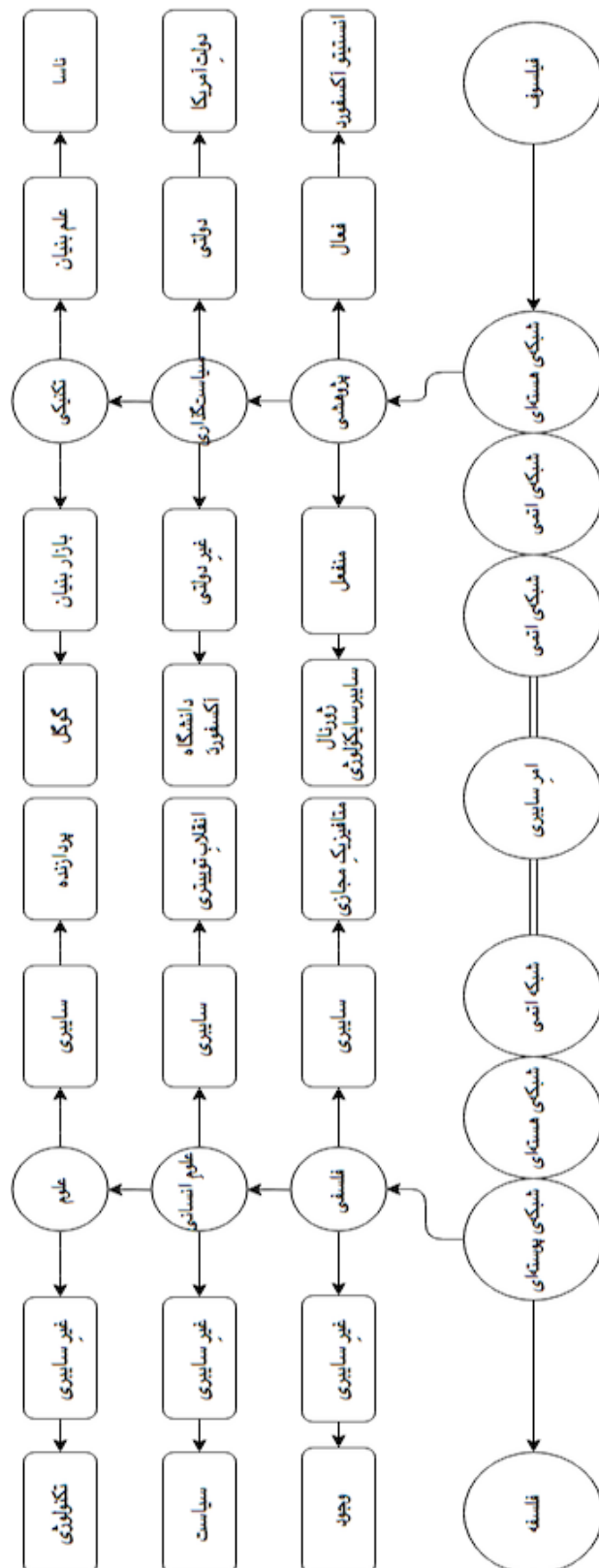
سطح دوم تحقیق (شناختِ مراکزِ سیاست‌گذاری): (اول) دولتی و دوم) غیر دولتی

سطح سوم) مراکز تکنیکی: این تنها مراکز پژوهشی و سیاست‌گذاری نیستند که جهت‌گیری‌های کلی فلسفه‌ی سایبر را تعیین می‌کنند بلکه مراکز تکنیکی (که تکنولوژی در آن‌ها تولید می‌شود) نیز به این جهت‌گیری‌ها دامن و آن‌ها را سویه می‌بخشد. بسیاری از مراکز تکنیکی واحدهای فلسفی را تدارک دیده‌اند و محققان فلسفه در این حوزه‌ها به عنوان اولین اشخاصی که به تکنولوژی‌های جدید دسترسی دارند، بر روی امر سایبر اندیشه می‌کنند. بنابراین این مراکز از سویی تولیدکننده‌ی امر سایبر هستند (بنابراین بر تمام فیلسوفان سایبر تاثیر می‌گذارند) و از

سوی دیگر خودشان به عنوانِ مراکزِ پژوهشی تعریف می‌شوند. ما می‌توانیم دو سنخ از این مراکز را از یکدیگر تمیز دهیم: مراکزِ علم‌بنیان مانندِ ناسا و مراکزِ بزار بنیان مانندِ گوگل. نقشه‌ی تحقیقیِ این بخش را در صفحه‌ی بعد می‌بینیم:

سطح سوم تحقیق (شناخت مراکز تکنیکی): (اول) مراکز علم بنیان و دوم) مراکز بازار بنیان

۲۷. بخش ۶، شکل ۳: چارچوب تحقیقی شبکه‌ی پوشته‌ای



تحقیق جوی

در آخرین زیربخش این بخش، ما مسئله‌ی «حوزه‌های عام فلسفه» و «مکاتب فلاسفه» را مورد بررسی قرار خواهیم داد. با چنین تحقیقی است که کلیت فضای سایر به امری مفهوم بدل خواهد شد و به مثابه‌ی یک فلسفه‌ی خاص خودش را نمایان خواهد ساخت. علاوه بر این، در شبکه‌ی جوی است که نسبت چارچوب مفهومی ما با نقشه‌ی مفهومی روشن می‌شود: فلسفه‌ی سایر چه رابطه‌ای با کلیت فلسفه دارد؟

شبکه‌ی جوی حوزه‌های عام فلسفه‌ی سایر

هنگامی که ما در تحقیق پوسته‌ای حالت‌های مختلف مفاهیم مشترک میان فلاسفه را احصا کردیم، آن‌گاه زمان آن فرا می‌رسد که این مفاهیم با یکدیگر در نسبت قرار گیرند و حوزه‌های عام فلسفه‌ی سایر (چون آنتولوژی سایر یا معرفت‌شناسی سایر) را ایجاد کنند. این حوزه‌های عام در اولین قدم به ما شناختی از تراکم مفاهیم مشترک را می‌دهند. آن‌ها به ما خواهند گفت که چه حوزه‌های عامی در فلسفه‌ی سایر مورد استقبال است، چه حوزه‌هایی فراموش شده است و کدام حوزه‌های عام فلسفه قابلیت اکتشاف بیش‌تری دارند (مسئله‌ای که در بخش ۸ واکاوی خواهیم کرد). بدین ترتیب ما مانند سه بخش پیشین سه سطح را پیش‌بینی کرده‌ایم:

سطح اول) احصای حوزه‌های عام: در این سطح از تحقیق بنا بر آن است که حوزه‌های عام فلسفه‌ای که از خلال مفاهیم مشترک برمی‌خیزند، دسته‌بندی و احصاء شوند. ما در اولین قدم با همان حوزه‌های عام فلسفه روبرو هستیم؛ حوزه‌هایی چون «آنتولوژی سایر» یا «فلسفه‌ی ذهنی سایر». این حوزه‌ها نه تنها در باب امرسایبری کاربرد دارند بل آن که می‌توانند در باب هر امر دیگری اطلاق شوند: آنتولوژی نظام صنعتی یا فلسفه‌ی ذهن نظام صنعتی. اما آیا مسئله به همین جا ختم می‌شود؟ آیا نمی‌توان فرض کرد که فلسفه‌ی سایر به مثابه‌ی یک حوزه از اندیشه، خودش دست به تولید حوزه‌های عام فلسفه بزند؟ فی‌المثل چند دهه پیش با افزایش و گسترش امور مبتنی بر دیتا (مانند تلویزیون و تلفن) فلسفه‌هایی ذیل عنوان «فلسفه‌ی دیتا» شکل گرفتند. این فلسفه‌ها پس از گذشت چند سال آن چنان رشد داشتند که مفاهیم مشترک آن‌ها اکنون خودشان به یک حوزه‌ی عام فلسفی بدل شده‌اند و از آن‌ها با عنوان «فلسفه‌ی اطلاعات» یاد می‌شود. آیا همان‌طور که «فلسفه‌ی دیتا» (دیتا به مثابه‌ی یک شی) توانست به یک حوزه‌ی عام فلسفه بدل شود، فلسفه‌ی سایر هم می‌تواند به چنین رهیافتی برسد؟ هنوز دلیلی در دست نیست که ظهور چنین حوزه‌ای را اعلام کنیم اما «امکان ظهور چنین حوزه‌ای» را می‌توان به عنوان یک منطق و سوال تحقیقی در نظر گرفت. بنابراین در مسئله‌ی احصاء حوزه‌های عام، ما با دو سوال روبرو هستیم: **اول) چه حوزه‌های عام فلسفی‌ای در فلسفه‌ی سایر حضور دارند؟ دوم) آیا فلسفه‌ی سایر توانایی ساختن یک حوزه‌ی عام فلسفی را دارد؟**

سطح اول تحقیق (احصاء حوزه‌های عام): (اول) پیشینی و دوم) پسینی

سطح دوم) تاثیر حوزه‌های عام: از آن جایی که حوزه‌های عام شامل مجموعه‌ای از مفاهیم مشترک هستند، می‌توان پروژه‌ای تحقیقاتی را سامان داد که به تحلیل و بررسی تاثیر حوزه‌های عام در فلسفه‌ی فضای سایر بپردازد. این تحقیق امکان تاثیرسنجی و جرم‌سنجی حوزه‌های عام فلسفه در فلسفه‌ی سایر را می‌دهد و به ما کمک می‌کند که گره‌گاه‌های مسئله‌های فلسفی در حوزه‌ی فلسفه‌ی سایر را شناسایی کنیم. بنابراین در این سطح می‌توان دو سوال را مطرح کرد: اول) چه حوزه‌های عامی در فلسفه‌ی سایر پررنگ هستند؟ دوم) چه حوزه‌هایی کمرنگ هستند؟

سطح دوم تحقیق (شناخت تاثیر حوزه‌های عام): (اول) حوزه‌های پررنگ و دوم) حوزه‌های کمرنگ

سطح سوم) نسبت حوزه‌های عام: در نهایت بایست این تحقیق را سامان داد که حوزه‌های عام فلسفه چگونه با یکدیگر نسبت برقرار می‌کنند و به مثابه‌ی اجزاء تشکیل‌دهنده‌ی جو فلسفه‌ی سایر، کلیت فلسفه‌ی سایر را تقویم می‌کند؟ چگونه هر حوزه‌ای مفاهیمی را به حوزه‌های دیگر قرض می‌دهد و این کلجی‌های موضعی چگونه بر پهنه‌ی دریای سایر به پیش می‌روند؟ خلاصه آن که فلسفه‌ی سایر دقیقن چیست؟ هنگامی که ما این شبکه‌ی جوی را وضع کردیم و به پاسخی درخور رسیدیم، زمان آن فرا می‌رسد که نسبت این شبکه‌ی جوی با شبکه‌ی فضایی فلسفه (۲-۵) را مورد بررسی قرار دهیم و دریابیم که چگونه فلسفه‌ی سایر به مثابه‌ی عضوی از فلسفه، کلیت فلسفه را به پیش می‌برد. بنابراین دو سوال این سطح بدین شرح هستند: اول) حوزه‌های عام فلسفه‌ی سایر چگونه فلسفه‌ی سایر را برمی‌سازند؟ دوم) فلسفه‌ی سایر چه ارتباطی با فلسفه برقرار می‌کند؟

سطح سوم تحقیق (شناخت نسبت‌های حوزه‌های عام): (اول) درونی و دوم) بیرونی

شبکه‌ی جوی مکاتب فلاسفه:

در این شبکه‌ی جوی نیز سطوحی مشابه با شبکه‌ی جوی پیشین مطرح می‌شود:

سطح اول) احصاء مکتب‌ها: در این بخش تحقیقی بایست این دو سوال را مطرح کرد: اول) چه مکتب‌هایی در فلسفه‌ی فضای سایر نقش بازی می‌کنند و دوم) آیا به حسب فلسفه‌ی فضای سایر مکتب جدیدی در فلسفه تولید شده است؟

سطح اول تحقیق (احصاء مکتب‌های فلسفه‌ی سایبر): اول (پیشینی و دوم) پسینی

سطح دوم) تاثیر مکتب‌ها: در این سطح نیز سوالات مشابهی با سطح دوم شبکه‌ی جوی پیشین مطرح می‌گردد:

اول) چه مکاتبی در فلسفه‌ی سایبر پررنگ هستند؟ و دوم) چه مکاتبی کم‌رنگ هستند؟

سطح دوم تحقیق (شناخت تاثیر مکتب‌ها): اول) مکتب‌های پررنگ و دوم) مکتب‌های کم‌رنگ

سطح سوم) نسبت مکتب‌ها: در این سطح از تحقیق نیز پرسش‌های مشابهی طرح می‌گردد: اول) چگونه مکاتب

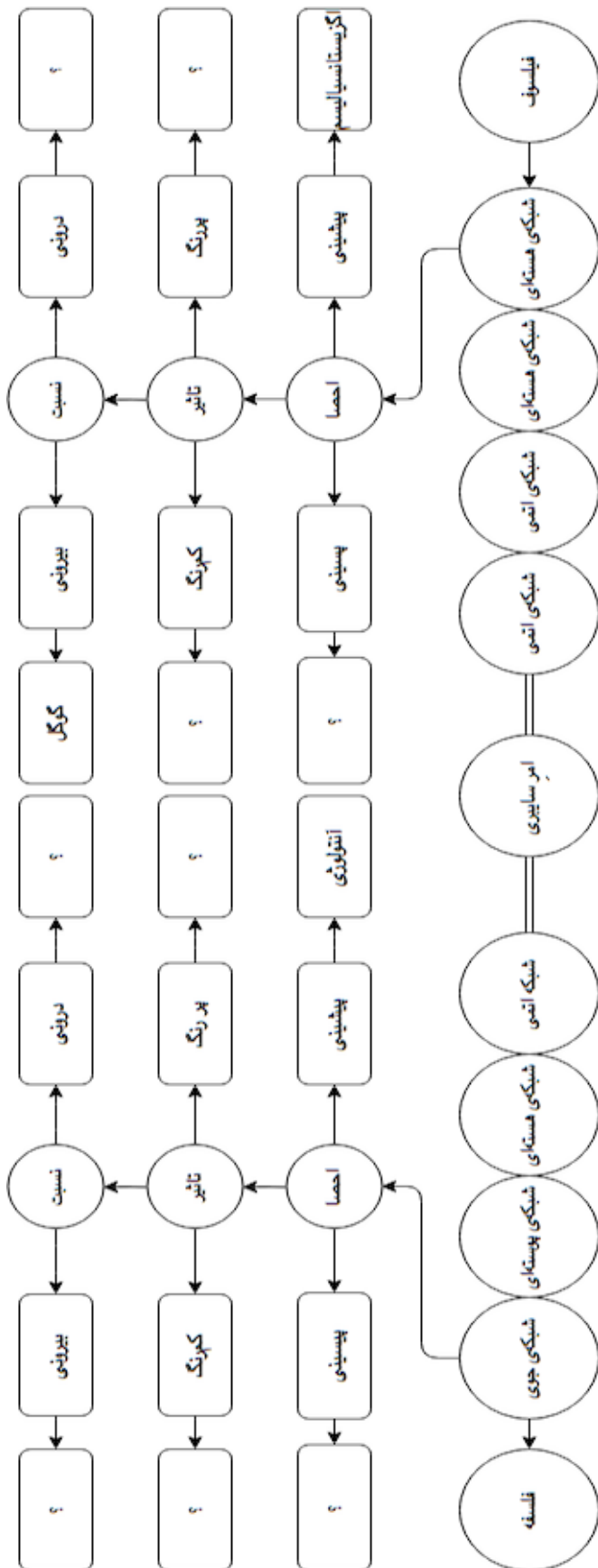
فلسفی در کنار یکدیگر کلیت فلاسفه‌ی سایبر را رقم می‌زنند؟ و دوم) مکاتب حاضر در فلسفه‌ی سایبر

چه نسبتی را با کلیت مکاتب فلسفی برقرار می‌کنند؟

سطح سوم تحقیق (شناخت نسبت مکتب‌ها): اول) نسبت‌های درونی و دوم) نسبت‌های بیرونی

در صفحه‌ی آتی چارچوب تحقیقاتی جوی را مشاهده می‌کنیم:

۲۸. بخش ۶، شکل ۴: چارچوب تحقیقی شبکه‌ی جوی



بخش ۷: نقشه‌ی تحقیقی فلسفه‌ی سایبر: نسبتِ رشدی

در بخش چهارم و پنجم، دو ساحت از پروژه‌ی پژوهشی پیرامون «فلسفه‌ی فضای سایبری» موردِ تدقیق قرار گرفت. ما این دو پروژه را با عنوان «چارچوب مفهومی فلسفه‌ی امر یا فضای سایبری» و «نقشه‌ی مفهومی امر یا فضای سایبری» نام‌گذاری کردیم. ادعا داشتیم که این چارچوب و نقشه به ما پروسه‌ای تحقیقاتی را عطا می‌کند و اجازه می‌دهند که بنا بر این کلیت مفهومی، گره‌گاه‌هایی که در آن سوال‌های بنیادین مطرح می‌شود را شناسایی کرده و حول محور آن‌ها تحقیق انجام داد.

تمایز چارچوب و نقشه‌ی مفهومی

بخش ششم بر سطوح تحقیقاتی‌ای که «چارچوب مفهومی فلسفه‌ی امر یا فضای سایبر» به ما ارائه می‌داد تمرکز کردیم. بنا بر این چارچوب، ۴۸ سوال بنیادین، ۲۴ سطح تحقیقاتی و چهار حوزه‌ی بنیادین تحقیقی (تحقیق اتمی، هسته‌ای، پوسته‌ای و جوی) را شناسایی کردیم. اشاره داشتیم که این چارچوب تحقیقاتی می‌تواند ما را در ارائه‌ی «چارچوب توصیفی» یاری کند: یعنی آن چارچوبی که رخدادها، نظریات، ایده‌ها، مفاهیم، مکتب‌ها (و خلاصه هر آن چه که در فلسفه‌ی فضای سایبری طرح می‌شود) را بازنمایی می‌کند و شمایی از آن چه که «در» فلسفه‌ی فضای سایبری می‌گذرد را عطا می‌کند.

تعریف چارچوب تحقیقی

در این بخش بر آن هستیم تا با دقت دو شبکه‌ی ارائه‌شده در نقشه‌ی مفهومی بخش پنجم، سطوح تحقیقاتی دیگری که مربوط به این نقشه هستند را بازشناسی کنیم تا از خلال این پروژه‌ی تحقیقاتی، بتوانیم به «نقشه‌ی توصیفی» نیز دست‌یابیم.

این بخش به نقشه‌ی تحقیقی می‌پردازد

بار دیگر بایست بر این نکته پافشاری کرد که تمایز شگرفی میان چارچوب و نقشه وجود دارد. اهمیتی ندارد که ما از چارچوب یا نقشه‌ی مفهومی سخن می‌گوییم یا چارچوب و نقشه‌ی تحقیقی یا توصیفی. در هر کدام از این مناطق کلان پژوهش، چارچوب‌ها روابط و نسبت‌های متناهی را در بر می‌گیرند و نقشه‌ها روابط و نسبت‌های نامتناهی. بدین ترتیب، همان‌طور که در بخش پنجم دیدیم، نقشه‌ی مفهومی حوزه‌ای شگرف و بزرگ از نسبت‌ها را شامل می‌شود که به قطع، نمی‌توان دسته‌بندی و کلان‌نگری انسانی را بر آن بار کرد. احصاء چنین شبکه‌ای از توان انسانی خارج است. لکن بدون در نظر گرفتن چنین نقشه‌ای، هیچ پژوهش فلسفی نمی‌تواند به حقیقت نزدیک شود. تنها

با التفات به این نکته که چارچوب بر روی نقشه قرار گرفته است و قسمتی متناهی از روابط نامتناهی را عرضه می‌کند، پژوهش می‌تواند خودش را نزدیک به حقیقت بیابد.

یادآوری: تمایز چارچوب و نقشه

با توجه به این توضیحات، چارچوب تحقیقاتی‌ای که در بخش پیشین مد نظر قرار گرفت را نیز بایست حیطه‌ای متناهی از نقشه‌ی تحقیقاتی فلسفه‌ی فضای سایبری قلمداد کرد. ما چارچوب تحقیقاتی‌ای را وضع کردیم که نسبت امور متناهی داخل آن به خوبی با یکدیگر تبیین شده‌اند، سطوح تحقیق به دقت رسم شده‌اند و نقطه‌ی یک تا پایان آن ایضاح شده است. اما این چارچوب تحقیقاتی از آن رو که بر بستر بزرگ‌تری از «نقشه‌ی تحقیقاتی» قرار دارد، همواره در یک پروسه‌ی انبساطی قرار دارد. نقشه‌ی تحقیقاتی با پیش کشیدن مباحث جدید، روابط جدید، ساختارهای جدید و کلان‌نگری‌های نوین، موجب بسط چارچوب مفهومی (و به تبع چارچوب تحقیقی) می‌شود.

چارچوب تحقیقی حیطه‌ای متناهی از تحقیقات نامتناهی نقشه‌ای است

ذکر مثل، تبیین این مسئله را ساده‌تر می‌کند: فرض کنیم که دو فیلسوف الف و ب، دو مقاله با عنوان «چگونه پل ریکور هرمنوتیک سایبر را پیش‌بینی کرد؟» و «نقش ریاضیات دیفرانسیل در تبدیل مغز آبی به هوش مصنوعی قوی» نوشته‌اند. ما با نگاه به عناوین این دو مقاله در خواهیم یافت که امر سایبر مد نظر برای فیلسوف الف «کلیت فضای سایبر» است و امر سایبر برای دومی «مغز آبی» است. به همان ترتیب، دو مفهوم منحصر به فرد نیز استخراج می‌شوند: «هرمنوتیک سایبر» برای مقاله‌ی اول و «هوش مصنوعی قوی» برای مقاله‌ی دوم. ما می‌توانیم با بذل توجه به محتوای مقاله باقی مفاهیم منحصر به فرد، مفاهیم اشتراکی و حوزه‌های عام فلسفه‌ی این دو مقاله را استخراج کنیم. اما در عنوان این دو مقاله دو مسئله وجود دارند که چارچوب مفهومی ارائه شده در بخش چهارم نسبت به آن‌ها سکوت می‌کند: «پل ریکور» و «ریاضیات دیفرانسیل». پل ریکور به مثابه‌ی یک فیلسوف قرن بیستم هیچ نسبتی با امر سایبر نداشته است و ریاضیات دیفرانسیل نیز چیزی نیست که به عنوان «یک مفهوم فلسفی» مذاقه گردد. پژوهش‌گر در این نقطه از پروژه‌ی تحقیقاتی خودش، با دو مسئله روبرو می‌شود که برای حل و فهم آن‌ها بایست از چارچوب تحقیقی خارج شده و با فهم فلسفه‌ی پل ریکور و همچنین ریاضیات دیفرانسیل، محتوای مد نظر فیلسوف الف و ب را فهم کند؛ تنها پس از تحقق این شرط است که محتوای این دو مقاله را می‌توان در چارچوب توصیفی قرار داد. اگر به نقشه‌ی مفهومی‌ای که در بخش پنجم ارائه شده است بازگردیم، درمی‌یابیم که «فلسفه‌ی پل ریکور» در «شبکه‌ی فضایی فلسفه» قرار دارد و «ریاضیات دیفرانسیل» نیز در «شبکه‌ی مطلق حوزه‌های بشری» قرار دارد. بنابراین روشن است که پژوهش‌گر در پژوهش پیرامون این دو مقاله و استخراج

مفاهیم آن‌ها، موظف است که پا را از چارچوب بیرون گذاشته و در دو شبکه‌ی نقشه‌ی فلسفه‌ی فضای سایبر، دست به تحقیق و جست و جو زند.

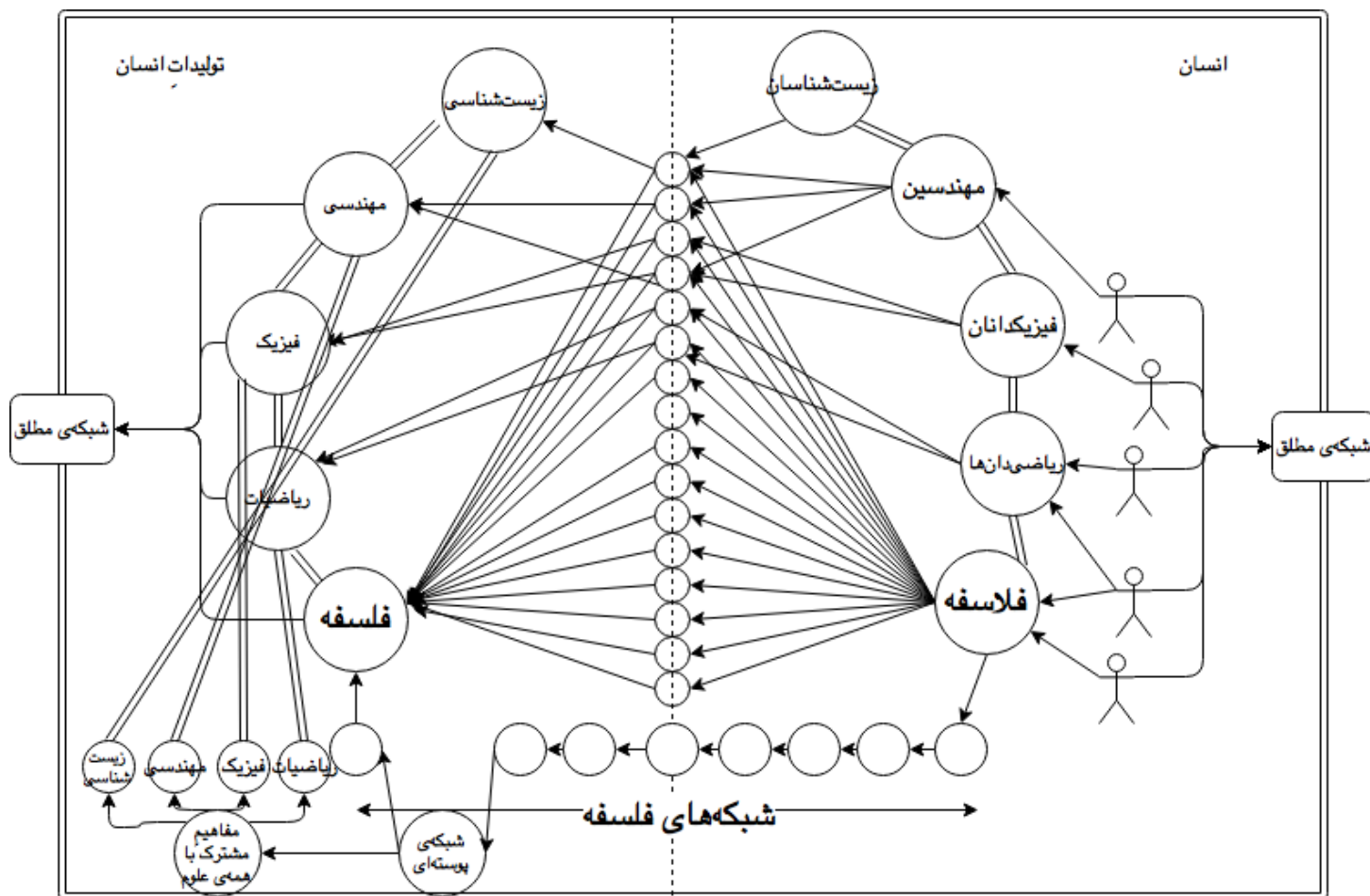
مثالی از یک تحقیق نقشه‌ای

ما چنین تحقیقی را «تحقیق نقشه‌ای» (بر خلاف تحقیق چارچوبی که تنها در ادبیات فلسفه‌ی فضای سایبر رخ می‌دهد) می‌نامیم. بدین بیان، تحقیق نقشه‌ای تحقیقی است که نسبت میان حوزه‌های درون فلسفه‌ی سایبر با حوزه‌های خارج از آن را مورد مذاقه قرار می‌دهد.

تعریف نقشه‌ی تحقیقی: تحقیقی که نسبت میان حوزه‌های درون فلسفه‌ی سایبر با حوزه‌های خارج از آن را مورد مذاقه قرار می‌دهد

تحقیق‌های نقشه‌ای موجب زایش سوالات و کشف روابط جدید در خود فلسفه‌ی فضای سایبری می‌شوند. فی‌المثل فرض کنیم که در تحقیق نقشه‌ای با حجم وسیعی از مقالات فلسفی که محور آن‌ها «ریاضیات»، «فیزیک»، «مهندسی» و «زیست‌شناسی» است برخورد داشتیم. به واسطه‌ی این تحقیق نقشه‌ای چارچوب مفهومی ارائه‌شده در بخش چهارم نیز مورد بازبینی قرار خواهد گرفت: در این مثال ما مجبور خواهیم بود که در سطح مفاهیم مشترک (شبکه‌ی پوسته‌ای چارچوب مفهومی) ریاضیات، فیزیک، مهندسی و زیست‌شناسی را اضافه کنیم. در تصویر زیر نشان داده‌ایم که چگونه ارتباط مابین «فلسفه‌ی سایبر» و «حوزه‌های دیگر بشری» موجب تحول در «چارچوب مفهومی» (شکل گرفتن زیرمجموعه‌های جدید در شبکه‌ی چارچوبی پوسته‌ای) می‌شود.

تحقیق نقشه‌ای موجب بسط چارچوب مفهومی (و به تبع آن چارچوب تحقیقی) می‌شود



۲۹. بخش ۷، شکل ۱: تحول چارچوب مفهومی به واسطه ی نقشه ی تحقیقی

بنابراین شبکه های چارچوبی فلسفه ی فضای سایبر، تنها از خلال کنش و واکنش با شبکه های نقشه ای همه ی امور انسانی است که رشد می یابند و تقویم می شوند. ما پروسه ی «رشد چارچوب مفهومی به واسطه ی تحقیقات نقشه ای» را «نسبت رشدی» خوانده ایم. بدین بیان، چارچوب مفهومی ارائه شده در بخش چهارم و همچنین چارچوب تحقیقی ارائه شده در بخش ششم، هیچ کدام طبقه بندی کامل و جامعی از تمام نسبت های موجود در فلسفه نیستند بلکه این چارچوب ها از خلال تحقیقات نقشه ای رشد می یابند و کامل تر می شوند. با توجه به مثالی که در بخش قبل ذکر کردیم، چارچوب مفهومی ارائه شده در بخش چهارم، تنها خانه ای است که بر بی کرانگی جهان بنا شده است؛ به همین دلیل، می توان با جست و جو کنکاش بیش تر در جهان، وسعت و قلمروی خانه را نیز افزایش داد.

پروسه‌ی رشد چارچوب مفهومی به واسطه‌ی تحقیقات نقشه‌ای، «نسبت‌رشدی» است بنا بر منطقی که در بالا عرضه شد، میان تحقیقات چارچوبی و تحقیقات نقشه‌ای تمایز مهمی برقرار است: در حالی که تحقیقات چارچوبی در خدمت پرکردن چارچوب مفهومی و ارائه‌ی چارچوب توصیفی است، نتایج تحقیقات نقشه‌ای (یعنی نقشه‌ی توصیفی) منجر به رشد و زایایی چارچوب مفهومی می‌گردد. یا به بیان دیگر، در حالی که تحقیقات چارچوبی اتم‌ها، هسته‌ها، پوسته‌ها و جو فلسفه‌ی سایبر را واکاوی می‌کنند، تحقیقات نقشه‌ای نسبت این حوزه‌ها با دیگر اتم‌ها، هسته‌ها، پوسته‌ها و جوها را واکاوی می‌کنند. بدین بیان، هر تحقیقی که معطوف به ادبیات فلسفه‌ی سایبر نباشد (یا نسبت این ادبیات با چیزی خارج از خودش را بررسی کند) یک تحقیق نقشه‌ای است. با توجه به ساختار مفهومی این نوشتار، مثالی کیهان‌شناسانه به خوبی حوزه‌ی این روابط را روشن می‌کند: فرض کنیم که فلسفه‌ی فضای سایبر، همان کره‌ی زمین است. بدین ترتیب، چارچوب مفهومی این فلسفه، ساختارهای حاکم بر اتم‌ها، هسته‌ها، پوسته‌ها و جو کره‌ی زمین است. تحقیق چارچوبی این ساختارها را بررسی می‌کند (فی‌المثل «چرا همه چیز به زمین چسبیده است؟») و نتایج حاصل را تحت عنوان چارچوب توصیفی (پاسخ: «زیرا جاذبه وجود دارد») عرضه می‌کند. اما ما می‌دانیم که زمین در یک بستر بزرگ‌تر به نام منظومه‌ی شمسی قرار دارد. هنگامی که زمین را به عنوان عضوی از منظومه‌ی نسبت‌ناشناخته‌ی شمسی ملاحظه کنیم (یعنی زمین در تعامل و تقابل با تعداد مشخصی از سیارات و یک خورشید مرکزی)، به نقشه‌ی مفهومی دست یافته‌ایم. حال نقشه‌ی تحقیقاتی بر آن است که روابط میان اتم‌ها، هسته‌ها، پوسته‌ها و جو زمین را با این سیارات و خورشید روشن کند. آن‌چه که نتیجه‌ی این روشن‌سازی است، نقشه‌ی توصیفی است. لکن، نقشه‌ی توصیفی منجر به آن خواهد شد که چارچوب مفهومی نیز تحت تأثیر قرار گیرد (ما به صرف جاذبه به زمین نچسبیده‌ایم بلکه علاوه بر آن، زمین جاذبه‌ی خورشید را نیز خنثی می‌کند).

مثال زمین، منظومه‌ی شمسی و کیهان

مثال کیهان‌شناختی ما، ما را در ارائه‌ی فهمی بهتر از «شبکه‌ی فضایی» و «شبکه‌ی مطلق» (به عنوان دو بال تحقیقاتی در نقشه‌ی تحقیقاتی) یاری می‌کند. مراد از شبکه‌ی فضایی، شبکه‌ای است که مستقیم با شبکه‌ی فلسفه‌ی سایبری در ارتباط است (منظومه‌ی شمسی). چنان‌چه در بخش پنجم گفتیم، این شبکه را باید تحت عنوان «شبکه‌ی فلسفه» شناخت. اما سطحی ورای شبکه‌ی فضایی نیز وجود دارد که تمام روابط، تمام منظومه‌ها، تمام کهکشان‌ها و خلاصه هر آن‌چه که هست و نیست را نیز شامل می‌شود. این شبکه، شبکه‌ای است که زمین را به مثابه‌ی عنصر کوچکی از کلیت هستی قلمداد می‌کند و نسبت آن را «با هر چیز موجود» می‌سنجد. این شبکه، «شبکه‌ی مطلق» است.

در حالی که شبکه‌های چارچوبی (اتمی، هسته‌ای، پوسته‌ای و جوی) زمین (فلسفه‌ی سایبری) را تحلیل می‌کنند، شبکه‌های فضایی و مطلق نسبت زمین با کیهان (فلسفه‌ی سایبری با تمام چیزهای موجود) را بررسی می‌کنند

نسبت تحقیقاتی میان شبکه‌ی فضایی و شبکه‌ی مطلق با چهارشبکه‌ی چارچوبی فلسفه‌ی فضای سایبری ما را به شش سطح تحقیقاتی رهنمون کرد:

تحقیق فضایی

سطح اول) تحقیق فضایی مکاتب و حوزه‌های عام: این سطح اولین سطح تحقیق نقشه‌ای را شامل می‌شود و مشخص به ارتباط میان شبکه‌ی فضایی فلسفه با شبکه‌های چارچوبی مکاتب و حوزه‌های عام می‌پردازد. بنا بر این سطح، بایست روشن کرد که چگونه یک مکتب خودش را در فلسفه‌ی سایبری صاحب‌نظر می‌داند یا چگونه حوزه‌های عام فلسفی (مانند آنتولوژی یا فلسفه‌ی سیاسی) راه خودشان را به فلسفه‌ی فضای مجازی باز کرده‌اند. بنابراین دو سوال را در این سطح بایست طرح کرد: اول) نحوه‌ی تبدیل مکاتب فلسفی به مکاتب فلسفه‌ی سایبر و دوم) نحوه‌ی تبدیل حوزه‌های عام فلسفی به حوزه‌های عام فلسفه‌ی سایبر.

سطح اول) تحقیق فضایی مکاتب و حوزه‌های عام: (۱) نحوه‌ی تبدیل مکاتب فلسفی به مکاتب فلسفه‌ی سایبر، (۲) نحوه‌ی تبدیل مکاتب فلسفه‌ی سایبر به مکاتب فلسفی

سطح دوم) تحقیق فضایی فلاسفه: فلاسفه موجوداتی هستند که به یک امر می‌اندیشند و در باب آن فلسفه می‌گویند. آن‌ها اصلی‌تری و جدی‌ترین شروط پدیداری یک فلسفه هستند. فلذا بایست مطالعه کرد که چه فلاسفه‌ی مهمی در فلسفه‌ی فضای سایبری نقش بازی می‌کنند و مکاتب ساخته‌شده یا ساخته‌نشده‌ی آن‌ها چگونه وارد فلسفه‌ی فضای سایبری (به مثابه‌ی شبکه‌ی جوی) شده است. علاوه بر این، فلسفه‌ی فضای سایبر تنها یک محیط یا سیاره از کلیت فلسفه است. بنابراین فلاسفه‌ی این حوزه توانایی آن را دارند که با اندوخته‌هایی که در فلسفه‌ی سایبری کسب کرده‌اند، به دیگر اشیاء و سوالات جهان بپردازند. بنابراین دو سوال اساسی در چنین سطحی را این گونه باید صورت‌بندی کرد: اول) چگونه پای فلاسفه‌ی غیر سایبری به فلسفه‌ی سایبر باز می‌شود؟ دوم) چگونه فلاسفه‌ی سایبری در حوزه‌های دیگر فلسفه کشفیات سایبری را پیاده می‌کنند؟

سطح دوم) تحقیق فضایی فلسفه: (۱) نسبت فلسفه‌ی غیر سایبر با فلسفه‌ی سایبر و (۲) نقش فلسفه‌ی سایبر در حوزه‌های دیگر فلسفه

سطح سوم) تحقیق فضایی فلسفه: آخرین سطح از تحقیق فضایی در این نوشتار، سطحی است که به نسبت‌های میان کلیت فلسفه با فلسفه‌ی سایبری می‌پردازد. این سطح، سطحی است که دیگر مکاتب یا فلاسفه را تحت تدقیق قرار نمی‌دهد بلکه خود فلسفه به مثابه‌ی امری مستقل و پویا و نسبت آن با فلسفه‌ی سایبری را ملاحظه می‌کند. دو سوال بنیادین در این سطح به این شرح است: اول) چرا فلسفه حوزه‌ای به نام فلسفه‌ی سایبری را در خویش تولید می‌کند و چرا همان حوزه‌های قدیمی نمی‌توانند پاسخ سوالات امر سایبر را بدهند؟ و دوم) فلسفه‌ی سایبر چه تاثیری بر پویش و گسترش خود فلسفه داشته است؟

سطح سوم) تحقیق فضایی فلسفه: (۱) نسبت فلسفه با فلسفه‌ی فضای سایبر و (۲) تاثیر فلسفه‌ی سایبر بر فلسفه

تحقیق مطلق

سطح اول) تحقیق مطلق امور و اشیاء: هر چند ما مرکزیت پروژه و پژوهش خویش را بر امر سایبری قرار دادیم اما بایست دانست که این اتم‌های بنیادین، تنها اتم‌های جهان نیستند و آن‌ها نیز در کنار دیگر اشیاء جهان قرار دارند. بنابراین تحقیق فلسفی ایجاب می‌کند که نسبت میان اشیاء و امور سایبری را مورد مذاقه قرار دهیم و آن‌ها را ایضاح کنیم. بنا بر این هدف، دو سوال عام چنین طرح شده‌اند: اول) اشیاء و اموری که پیش از امر سایبر بوده‌اند، چه نسبتی را با آن برقرار می‌کنند؟ دوم) آیا امر سایبر می‌تواند به تولید اشیاء جدید (غیر سایبری اما تولیدشده توسط سایبر) منجر شود؟

سطح اول) تحقیق مطلق امور و اشیاء: (۱) نسبت اشیاء غیر سایبری با شی سایبر و (۲) نسبت شی سایبر با تولید شی جدید

سطح دوم) تحقیق مطلق حوزه‌های بشری: مثالی که کمی بالاتر در باب نسبت ریاضیات و فیزیک با فلسفه‌ی سایبر زدیم، عضوی از این سطح تحقیق محسوب می‌گردد. در این سطح باید به روابط میان فلسفه‌ی سایبر با دیگر حوزه‌های دانش بشری پرداخت و این روابط را تدقیق نمود. ما دو سوال را در این سطح تشخیص داده‌ایم: اول) بشریت و حوزه‌های دانش بشری چه تاثیری بر ظهور امر سایبر و فلسفه‌ی سایبر داشته‌اند؟ و دوم) امر و فلسفه‌ی سایبر چه نقشی در پروسه‌ی حرکت بشریت و دانش‌های بشری دارد؟

سطح دوم) تحقیقِ مطلقِ حوزه‌های بشری: (۱) نسبتِ حوزه‌های بشری با فلسفه‌ی سایبر و (۲) تاثیرِ فلسفه‌ی سایبر بر حوزه‌های بشری

سطح سوم) تحقیقِ مطلقِ امورِ غیرِ جهانی: دیگر حوزه‌های بشری، دیگر اشیاء جهان و دیگر انسان‌ها تمام آن چیزی نیست که در یک پژوهشِ جامعِ فلسفی، با آن مواجه هستیم. فلسفه، از همان ابتدا، خودش را با نادیدنی‌ها و ناشنیدنی‌ها نیز درگیر کرده است. اموری که لزومن در این جهان نیستند اما با این جهان ارتباطِ وثیقی دارند. مرادِ ما اموری است که می‌توان آن‌ها را «امورِ الهی» خواند. اموری فراتر از جهان که فلسفه‌ی سایبر، لاجرم، به عنوانِ عضوی از این جهان با آن‌ها در ارتباط است. بنابراین آخرین سطحِ تحقیقِ نقشه‌ای را به حوزه‌ای از تحقیق اختصاص می‌دهیم که مطلق‌ترین روابطِ ممکن را تحتِ بررسیِ خویش قرار می‌دهد: (اول) نسبتِ امرِ غیرِ جهانی (الهی) با فلسفه و امرِ سایبر چگونه است؟ و دوم) فلسفه و امرِ سایبر چگونه می‌تواند به شناخت و نزدیک شدن به امرِ غیرِ الهی کمک کند؟

سطح سوم) تحقیقِ مطلقِ امورِ غیرِ جهانی: (۱) نسبتِ امرِ الهی با فلسفه و امرِ سایبر و (۲) جایگاهِ فلسفه ی سایبر در شناختِ امرِ الهی

دستِ آخرِ ذکرِ نکته‌ای مهم لازم می‌آید: تحقیقاتِ چارچوبی و تحقیقاتِ نقشه‌ای، تحقیقاتِ مرحله به مرحله نیستند. در واقع از آن رو که شبکه‌های چارچوبی «درون» شبکه‌های نقشه‌ای قرار گرفته‌اند، هیچ تحقیقِ چارچوبی نمی‌تواند بدون رجوع به نقشه‌ی فلسفه‌ی فضای سایبری، نتیجه‌ای چارچوبی را ارائه دهد. بنابراین ما میانِ واژگانِ «دامنه»، «فاز»، «شبکه»، «سطح» و «سوال» تمایز می‌گذاریم: دامنه به جامع‌ترین حوزه‌های تحقیقاتی‌ای که به نحوِ توأمان پیش می‌روند دلالت دارد، فاز به حوزه‌های تحقیقاتی‌ای که به ترتیب پیش می‌روند دلالت می‌کند، شبکه، حوزه‌های تحقیقاتیِ جامعی است که سطوحِ مشابه با یکدیگر در آن گرد می‌آیند. سطح حوزه‌های تحقیقاتیِ متمایزی است که مباحثِ خاص در یک شبکه را واکاوی می‌کنند و سوال جزئی‌ترین موردهای پژوهشی در کلِ چارچوب و نقشه‌ی تحقیقاتی است. بدین بیان، چارچوب و نقشه‌ی تحقیقاتی هر کدام دامنه هستند، چارچوبِ تحقیقاتی شاملِ دو فاز، ۴ شبکه، ۲۴ سطح و ۴۸ سوال است و نقشه‌ی تحقیقاتی فاقدِ فاز، ۲ شبکه، ۶ سطح و ۱۲ سوال است.^۱

تمایزِ میانِ دامنه، فاز، شبکه، سطح و سوال

۱. همان‌طور که اشاره شد، بنا بر دست‌آوردهای جدید، فازها، شبکه‌ها، سطوح و سوالات می‌تواند بسط یابند.

بخش ۸: نقشه و چارچوب اکتشافی فلسفه سایبر

در هفت بخش پیشین، سه حوزه‌ی «مفهومی»، «تحقیقی» و «توصیفی» در پژوهش پیرامون فلسفه‌ی فضای سایبری تبیین گردیدند. گفتیم که چارچوب و نقشه‌ی مفهومی ساختارها و قوانین کلی حاکم بر فلسفه‌ی فضای سایبری را بازنمایی می‌کند، چارچوب و نقشه‌ی تحقیقی، ساختارهای تحقیق و پروسه‌ها روشن کردنِ حدود و محیطِ فلسفه‌ی فضای سایبری هستند و چارچوب و نقشه‌ی توصیفی، نتایج به دست آمده از این پروسه هستند که به ما فهمی از فلسفه‌ی فضای سایبری را عطا می‌کنند.

هشت بخش پیشین سه حوزه‌ی مفهومی، تحقیقی و توصیفی را واکاوی کردند

ما دریافتیم که این منطق نمی‌تواند منطقی کافی و جامع باشد. در تمام این سه حوزه‌ی پژوهشی، ما «فلسفه‌ی فضای سایبر» را به مثابه‌ی ابژه‌ای موردِ مطالعه قلمداد می‌کردیم و آن را چون «چیزی قابلِ شناخت» ملحوظ داشته ایم. در واقع سنگِ بنای ما در کل این نوشتار چنین بود: «فلاسفه‌ای در باب امرِ سایبری فلسفه گفته‌اند». گویی تمام نگاه ما به «ادبیات گذشته‌ی فلسفه‌ی سایبری» بوده است و هیچ راهی را برای «آینده» باز نگذاشته‌ایم. ما هدف خود را شناختِ ساختارهای این ادبیات، تدوینِ راه‌های تحقیق پیرامون آن و در نهایت ارائه‌ی «توصیفی» از آن گذاشتیم. این نوشتار تا کنون فلسفه‌ی فضای سایبری را در روبروی خویش قرار داده بود.

این حوزه‌ها فلسفه‌ی سایبر را چون ابژه‌ای قابلِ شناخت در نظر می‌گرفتند

اما اکنون بر آن هستیم تا پژوهش در بابِ فلسفه‌ی فضای سایبری را به عالی‌ترین و جامع‌ترین سطحِ خودش برسانیم. یعنی سطحی که فلسفه‌ی فضای سایبری را نه به عنوان امری روبروی خود، بلکه به عنوان بستری محاط بر خود می‌بیند. این حوزه دیگر در پی شناختِ مفاهیمِ منحصر به فرد، مفاهیمِ مشترک، حوزه‌های عام و به همان ترتیب فلاسفه، روابطِ آن‌ها، بسترهای آن‌ها و مکاتبِ آن‌ها نیست. بل این که این حوزه در پی «تولیدِ مفاهیمِ منحصر به فرد» است. به بیانِ دیگر، این حوزه در پی «تولیدِ فیلسوف و فلسفه» است. در صورتِ چنین اتفاقی مفاهیمِ منحصر به فرد تولید خواهند شد و مفاهیمِ مشترک دست‌خوشِ تغییر خواهند شد، تغییرِ مفاهیمِ مشترک، منجر به تحول در حوزه‌های عام خواهد شد و تغییرِ حوزه‌های عام، کلیتِ فلسفه را به پیش خواهد برد و پیش‌رفتنِ کلیتِ فلسفه، بنا بر آن چه که در بخشِ پنج گفتیم، جز به معنایِ پیش‌رفتنِ جهانِ بشری نیست.

حوزهی «پژوهش اکتشافی» نه در پی شناخت بلکه در پی «تغییر فلسفه‌ی سایبر» است: به واسطه‌ی تولید فیلسوف

بدین عنوان، اگر ما در تحقیق در پی «شناخت» بودیم، در کشف در پی «تولید» هستیم. اگر یک بار فلسفه‌ی فضای سایبر را شناختیم، بار دیگر می‌خواهیم آن را تغییر دهیم.

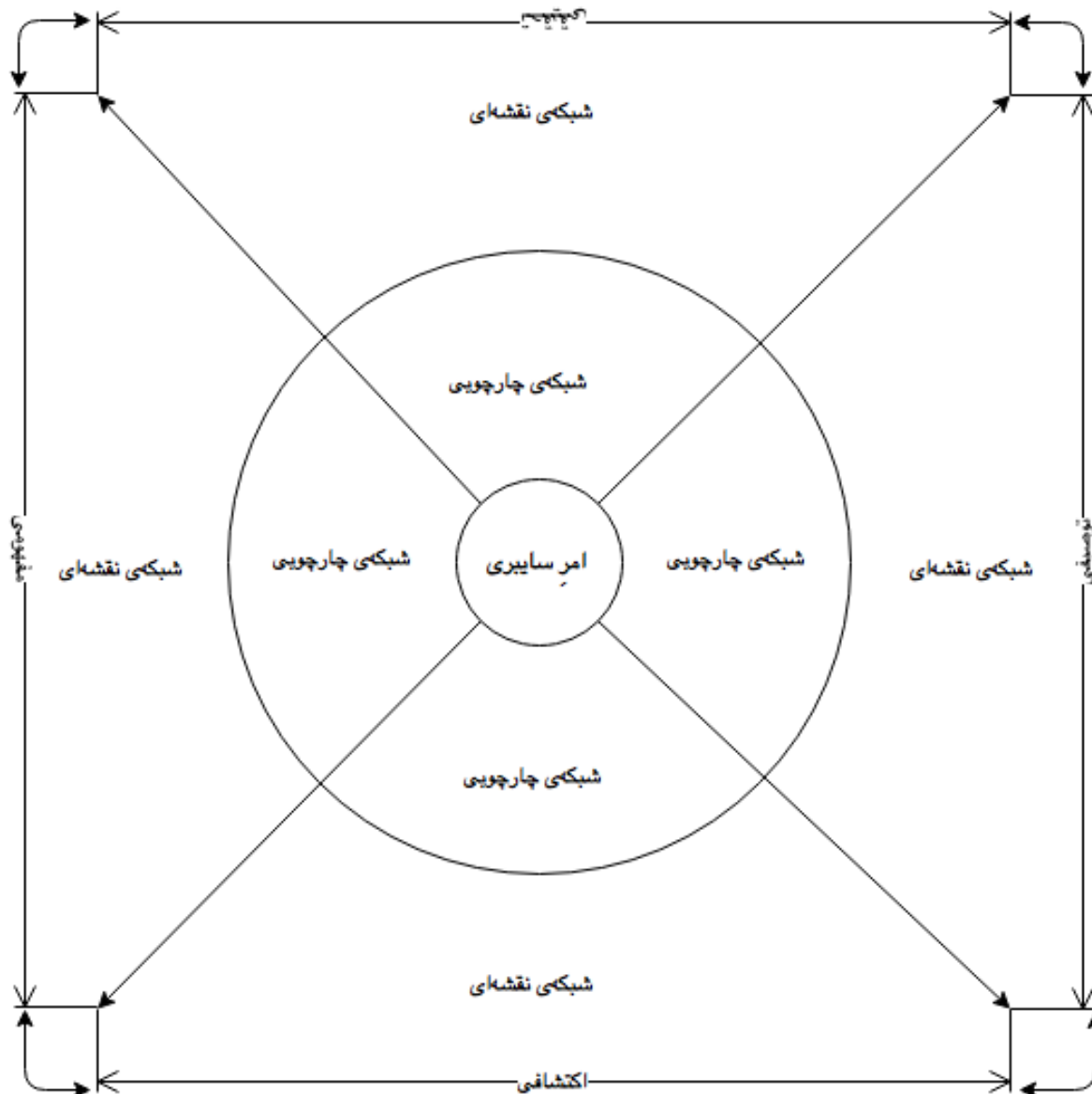
در نتیجه ما چهار مفهوم «پژوهش مفهومی»، «پژوهش تحقیقی»، «پژوهش توصیفی» و «پژوهش اکتشافی» را از یکدیگر متمایز می‌کنیم. ما در این نوشتار مورد اول و دوم را واکاوی کردیم و مورد سوم را نتیجه‌ی پروسه‌ی مورد دوم دانستیم.^۱ اما در باب پژوهش آخر بایست تامل کرد. چارچوب و نقشه‌ی چنین پژوهش از پیش قابل کشف نیست. چارچوب و نقشه‌ی این پژوهش را خود فیلسوف شکل می‌دهد و تقویم می‌کند.

چارچوب و نقشه‌ی اکتشافی را تنها خود فیلسوف می‌تواند ارائه کند

^۱ بنابراین هر آنچه که در آینده توسط گروه فلسفه‌ی فضای سایبری عرضه می‌شود، عضوی از چارچوب و نقشه‌ی توصیفی این گروه است که از مسیر چارچوب و نقشه‌ی تحقیقی به دست آمده است.

بخش ۹: برنامه‌ی چهار پژوهش فلسفی

کلیت آن‌چه که ما در هشت بخش پیشین بدان دست یافتیم در شکل زیر بازنمایی می‌شود:



۳۰. بخش ۹، شکل ۱: شبکه‌های چارچوبی و نقشه‌ای در فلسفه‌ی فضای سایبر

شکل بالا حامل دو دایره‌ی اصلی و چهار حوزه‌ی پژوهشی است. دایره‌ی اول امر سایبر است که اصلی‌ترین و بنیادی‌ترین مفهوم هر پژوهش در فلسفه‌ی سایبر است. محاط بر این دایره‌ی مرکزی، یک دایره‌ی دیگر را رسم کرده‌ایم که بیان‌گر «فلسفه‌ی امر سایبری» است. ما دریافتیم که جهت پژوهش در این حوزه از فلسفه، بایست چهار حوزه‌ی بنیادین را وضع کنیم: حوزه‌ی سمت چپ، حوزه‌ی پژوهش مفهومی است که خودش به دو قسمت «شبکه‌ی

چارچوبی» و «شبکه‌ی نقشه‌ای» تقسیم شده است. دومین حوزه، بالا، حوزه‌ی پژوهش تحقیقی است که این نیز حامل دو قسمت «شبکه‌ی چارچوبی» و «شبکه‌ی نقشه‌ای» است؛ به همین ترتیب حوزه‌ی سوم، راست، پژوهش توصیفی را در برمی‌گیرد و در نهایت حوزه‌ی چهارم در فلسفه‌ی سایبر، پایین، به پژوهش اکتشافی اختصاص داده شده است. ما مبنای تمایز میان «شبکه‌ی چارچوبی» و «نقشه‌ای» را بر «نسبت‌های متناهی و نامتناهی یک شبکه» گذاشتیم. بر این اساس، فلسفه‌ی سایبر (که حوزه‌ی داخلی آن صرفن چارچوبی است) حامل شبکه‌ی متناهی‌ای از روابط است که قابل تحقیق، توصیف و هم‌چنین انبساط است. لکن از آن رو که شبکه‌ی چارچوبی خود در بستر بزرگ‌تری به نام شبکه‌ی نقشه‌ای قرار گرفته است (یعنی شبکه‌ی روابط نامتناهی مفهومی، تحقیقی، توصیفی و اکتشافی)، در هر موردی از پژوهش مفهومی، تحقیقی، توصیفی و اکتشافی، لازم است که به سطح نقشه رجوع کرد و نسبت‌هایی که می‌توانند در ایضاح فلسفه‌ی سایبر مفید واقع شوند را روشن کرد. در ادامه تک‌تک چهار حوزه را بررسی خواهیم کرد:

پژوهش مفهومی

با توجه به آن‌چه که در بخش ۲، ۳ و ۴ تبیین شد، چارچوب مفهومی، شبکه‌ی روابط انتزاعی، صوری و جهت بخش در فلسفه‌ی فضای سایبری است. این شبکه، شبکه‌ای است که کلیات فلسفه‌ی فضای سایبری را روشن می‌کند و به ما اجازه‌ی تحقیق جزئی و انضمامی در باب فلسفه‌ی فضای سایبری را عطا می‌کند. بدین ترتیب، چارچوب مفهومی به خودی خودش «معرفت‌بخش» نیست. این چارچوب، تنها ساختارها، قانون‌ها و کلی‌ترین روابط موجود در فلسفه‌ی فضای سایبری را تعیین می‌کند و خودش به خودی خود، چیزی از «محتوای» فلسفه‌ی سایبر را روشن نمی‌سازد. ما در بحث از چارچوب مفهومی، هشت شبکه‌ی کلی (به عنوان ساختارها و عناصر صوری فلسفه‌ی فضای سایبری) را در چهار عنوان کلی از یکدیگر متمایز کرده‌ایم که به شرح ذیل است:

اول) شبکه‌ی اتمی: شامل شبکه‌ی اتمی فلاسفه‌ی سایبر و شبکه‌ی اتمی سوالات امر سایبری.

دوم) شبکه‌ی هسته‌ای: شامل شبکه‌ی هسته‌ای روابط فلاسفه و شبکه‌ی هسته‌ای مفاهیم یک فلسفه‌ی خاص سایبر.

سوم) شبکه‌ی پوسته‌ای: شامل شبکه‌ی پوسته‌ای مراکز پژوهشی و سیاست‌گذاری فلسفی و شبکه‌ی پوسته‌ای مفاهیم مشترک فلسفه‌ی سایبر.

چهارم) شبکه‌ی جوی: شامل شبکه‌ی جوی مکاتب فلسفی و شبکه‌ی جوی حوزه‌های عام فلسفه‌ی سایبر.

این هشت ساختار کلی بر اساس روش تجربی و مبتنی بر سوال چگونگی وضع شده‌اند. بدین معنا که ما ابتدا سوال «چگونه فیلسوف سایبری با اندیشه به امر سایبر فلسفه‌ی سایبری را تولید می‌کند؟» را مطرح کردیم و با استناد به این سوال، ابتدا شبکه‌های اتمی را کشف کردیم، سپس شبکه‌های هسته‌ای را کشف کردیم، در ادامه شبکه‌های پوسته‌ای را کشف کردیم و دست آخر شبکه‌های جوی را به مثابه‌ی آخرین حلقه از شبکه‌های فلسفه‌ی فضای سایبری بازشناختیم.

این هشت شبکه در عام‌ترین وجه ممکن تمام نسبت‌ها و روابط چارچوبی فلسفه‌ی فضای سایبری را به ما معرفی می‌کنند. لکن شبکه‌ی چارچوبی می‌بایست بر روی سطح بزرگ‌تری از شبکه‌ها قرار می‌گرفت تا منطق پژوهش مفهومی سازگار و صحیح عرضه شود. این بحث را در بخش پنجم طرح کردیم و در نتیجه‌ی این بحث دریافتیم که سطح بزرگ‌تر، شبکه‌های نقشه‌ای فلسفه‌ی فضای سایبر هستند؛ شامل دو شبکه‌ی اصلی:

اول) شبکه‌ی فضایی: شبکه‌ای که فلسفه‌ی سایبر با دیگر فلسفه‌های بشری در نسبت و ارتباط قرار می‌گیرد؛ شامل نسبت‌های مفهومی، تاریخی، مکتبی و

دوم) شبکه‌ی مطلق: شبکه‌ای که فلسفه‌ی سایبر با تمام امور بشری و تمام اشیاء جهان در نسبت و ارتباط قرار می‌گیرد؛ شامل نسبت‌های مفهومی، تاریخی، مکتبی و

تمایز میان چارچوب و نقشه‌ی مفهومی این اجازه را به ما می‌دهد که فلسفه‌ی سایبر را در یک بستر کلی (یعنی بستر انسانیت و جهان) مورد مذاقه قرار دهیم و نه چیزی جدا افتاده و به بیرون پرت‌شده. بدین مبنا، فلسفه‌ی سایبر تنها حوزه‌ای است از حوزه‌های بشری و بحث و فحص پیرامون آن، تنها به واسطه‌ی فهم جایگاه آن در نسبت با کلیه فلسفه و انسانیت است.

پژوهش تحقیقی

اشاره کردیم که چارچوب مفهومی ساختارها و نسبت‌های کلی فلسفه‌ی فضای سایبر را تعیین می‌کند اما خودش چیزی به عنوان «محتوا» یا «نتیجه» عرضه نمی‌کند. آن پژوهشی که واسطه‌ی میان «ساختار» و «محتوا» یا «قوانین» و «رخدادها» است را «پژوهش تحقیقی» خوانده‌ایم. پژوهش تحقیقی مبنای خودش را بر چارچوب مفهومی می‌گذارد و در پی آن است که حوزه‌های «بی‌محتوای» این پژوهش را واجد محتوا کند. بدین ترتیب، روشن است که چارچوب مفهومی شایسته «جهت‌دهی در تحقیق» را ایفا می‌کند.

با توجه به هشت شبکه‌ای که در چارچوب مفهومی وضع شدند، ما ۴ حوزه‌ی عام، ۲۴ سطح تحقیقی و ۴۸ سوال بنیادین را در چارچوب تحقیقی وضع کردیم. لازم به ذکر است که ۱۲ سطح و ۲۴ سوال اول فاز اول تحقیق هستند و مابقی سطوح و سوالات (که بر روی پاسخ‌های ۱۲ سطح ابتدایی بنا می‌شوند) فاز دوم را شامل می‌شوند:

حوزه‌ی اول (تحقیق اتمی):

سطح اول (احصاء اتمی اشیاء سایبر):

(۱) چه امری در میان افواه و فلاسفه امر سایبر تلقی می‌شود؟

(۲) چه اموری از امور سایبر، مربوط به حال هستند و چه اموری مربوط به آینده هستند؟

سطح دوم (استخراج اتمی سوالات):

(۳) چه سوالاتی را می‌توان از تک‌تک اشیاء احصاء شده در سطح اول استخراج کرد؟

(۴) فلاسفه چه سوالاتی را در باب این اشیاء مطرح کرده‌اند؟

سطح سوم (شناخت شبکه‌ی اتمی):

(۵) امور سایبر با یکدیگر چه نسبتی برقرار می‌کنند و چگونه موجب تولید فضای سایبر می‌شوند؟

(۶) چه نسبتی میان سوالات استخراج شده در سطح دوم برقرار است؟

سطح چهارم (احصاء اتمی فلاسفه‌ی سایبر):

(۷) کدام فلاسفه امر سایبری را به عنوان پدیده‌ای کهنه می‌بینند؟

(۸) کدام فلاسفه امر سایبری را به عنوان پدیده‌ای نو و فلسفه‌ساز می‌بینند؟

سطح پنجم) استخراج اتمی منابع تولیدشده:

۹) کدام آثار محوریت نظریه‌ی یک فیلسوف سایبری را بازنمایی می‌کنند؟

۱۰) کدام آثار در حکم شبکه‌های استحکامی نظریه‌ی آن فیلسوف هستند؟

سطح ششم) شناخت اتمی زمینه‌ی فکر:

۱۱) بیوگرافی تاریخی و زیستی فیلسوف چیست؟

۱۲) بیوگرافی فلسفی و فکری فیلسوف چیست؟

حوزه‌ی دوم) تحقیقِ هسته‌ای:

سطحِ هفتم) احصاءِ هسته‌ای مفاهیمِ یک فلسفه‌ی سایبری:

۱۳) فیلسوف برای تبیینِ نظرِ خودش چه مفاهیمِ بدیعی را به فلسفه‌ی فضای سایبری اضافه کرده است؟

۱۴) فیلسوف برای تبیینِ نظرِ خودش از چه مفاهیمِ کهنه (نام‌اشنا در تاریخِ فلسفه) بهره برده است؟

سطحِ هشتم) استخراجِ هسته‌ای مفاهیمِ مشترکِ فلسفه‌ی فضای سایبر:

۱۵) کدام یک از مفاهیمِ مشترکِ استفاده شده توسطِ یک فیلسوف متعلق به فلسفه‌ی سایبر است؟

۱۶) کدام یک از مفاهیمِ مشترکِ استفاده شده توسطِ یک فیلسوف متعلق به فلسفه‌های غیرِ سایبری است؟

سطحِ نهم) استخراجِ هسته‌ای مفاهیمِ مکتبی:

۱۷) فیلسوف تا چه اندازه از ساختارِ مکتبِ خودش برای تبیینِ نظرِ خودش بهره برده است؟

۱۸) فیلسوف تا چه اندازه مکتبِ موردِ نظر را گسترش داده است؟

سطحِ دهم) استخراجِ هسته‌ای روابطِ اجتماعیِ فلاسفه:

۱۹) یک فیلسوفِ سایبر تحتِ تحقیقِ چه روابطِ آکادمیکی با دیگر فلاسفه‌ی سایبر دارد؟

۲۰) این فیلسوفِ سایبر چه روابطِ غیرِ آکادمیکی را با دیگر فلاسفه‌ی سایبر برقرار کرده است؟

سطحِ یازدهم) شناختِ هسته‌ایِ روابطِ تقابلیِ میانِ فلاسفه:

۲۱) یک فیلسوفِ سایبر پشتیبانِ کدام دسته از فلاسفه است؟

۲۲) یک فیلسوفِ سایبر مخالفِ کدام نظریاتِ فلاسفه است؟

سطحِ دوازدهم) شناختِ هسته‌ایِ روابطِ تحقیقیِ میانِ فلاسفه:

۲۳) آیا یک فیلسوفِ فضای سایبری در پژوهشی مشترک با یک فیلسوفِ دیگرِ سایبری شرکت داشته است؟

۲۴) آیا یک فیلسوفِ سایبری در پروژه‌ای مشترک با دیگر فلاسفه‌ی سایبری شرکت داشته است؟

حوزه‌ی سوم) تحقیقِ پوسته‌ای:

سطح سیزدهم) احصاء پوسته‌ای مفاهیمِ مشترکِ فلسفی:

۲۵) کدام مفاهیمِ مشترکِ فلسفی در حوزه‌های دیگر فلسفه نیز وجود دارند؟

۲۶) کدام مفاهیمِ مشترکِ فلسفی صرفنِ منحصر به حوزه‌ی فلسفه‌ی سایر هستند؟

سطح چهاردهم) احصاء پوسته‌ای مفاهیمِ مشترکِ با علومِ انسانی:

۲۷) کدام مفاهیمِ مشترکِ با علوم در حوزه‌های دیگر علومِ انسانی نیز وجود دارند؟

۲۸) کدام مفاهیمِ مشترکِ با علومِ انسانی صرفنِ منحصر به حوزه‌ی سایر هستند؟

سطح پانزدهم) احصاء پوسته‌ای مفاهیمِ مشترکِ با تمامِ علوم:

۲۹) کدام مفاهیمِ مشترکِ با علوم در حوزه‌های دیگر علوم نیز وجود دارند؟

۳۰) کدام مفاهیمِ مشترکِ با علوم صرفنِ منحصر به حوزه‌ی سایر هستند؟

سطح شانزدهم) احصاء پوسته‌ای مراکزِ پژوهشیِ فلسفه‌ی سایر:

۳۱) کدام مراکزِ فعال و پژوهش‌گاه‌محور هستند؟

۳۲) کدام مراکزِ منفعل و نشردهنده هستند؟

سطح هفدهم) احصاء پوسته‌ای مراکزِ سیاست‌گذاریِ فلسفه‌ی سایر:

۳۳) کدام مراکزِ سیاست‌گذاریِ دولتی هستند و سیاست‌های کلانِ فلسفه‌ی سایرِ آن‌ها چیست؟

۳۴) کدام مراکزِ سیاست‌گذاریِ غیرِ دولتی هستند و سیاست‌های کلانِ فلسفه‌ی سایرِ آن‌ها چیست؟

سطح هجدهم) احصاء پوسته‌ای مراکزِ تکنیکی:

۳۵) کدام مراکزِ تکنیکی در فلسفه‌ی سایر علم‌بنیان هستند؟

۳۶) کدام مراکزِ تکنیکی در فلسفه‌ی سایر بازاربنیان هستند؟

حوزه‌ی چهارم) تحقیقِ جوی:

سطحِ نوزدهم) احصاءِ جویِ حوزه‌های عامِ فلسفه‌ی سایر:

(۳۷) چه حوزه‌های عامِ فلسفه در فلسفه‌ی سایر نیز حضور دارند؟

(۳۸) فلسفه‌ی سایر چه حوزه‌های عامِ منحصر به فردی را ایجاد کرده است؟

سطحِ بیستم) شناختِ جویِ میزانِ تاثیرِ حوزه‌های عام:

(۳۹) چه حوزه‌های عامی در فلسفه‌ی سایر پررنگ و تاثیرگذار هستند؟

(۴۰) چه حوزه‌های عامی در فلسفه‌ی سایر کم‌رنگ و بی‌رمل هستند؟

سطحِ بیست و یکم) شناختِ جویِ نسبت‌های حوزه‌های عام:

(۴۱) چگونه حوزه‌های عامِ فلسفه‌ی سایر، فلسفه‌ی سایر را برمی‌سازند؟

(۴۲) فلسفه‌ی سایر چه ارتباطی را با فلسفه برقرار می‌کند؟

سطحِ بیست و دوم) احصاءِ جویِ مکتب‌ها:

(۴۳) چه مکتب‌های فلسفی‌ای در فلسفه‌ی سایر نقش بازی می‌کنند؟

(۴۴) آیا فلسفه‌ی سایر توانسته است که یک مکتبِ منحصر به فردِ فلسفی را ایجاد کند؟

سطحِ بیست و سوم) شناختِ جویِ میزانِ تاثیرِ مکتب‌ها:

(۴۵) چه مکاتبی در فلسفه‌ی سایر پررنگ و تاثیرگذار هستند؟

(۴۶) چه مکاتبی در فلسفه‌ی سایر کم‌رنگ و بی‌رمل هستند؟

سطحِ بیست و چهارم) شناختِ جویِ نسبت‌های مکاتب:

(۴۷) چگونه مکتب‌های فلسفه‌ی سایر در کنار یکدیگر کلیتِ فلاسفه‌ی سایر را بازنمایی می‌کنند؟

(۴۸) مکاتبِ حاضر در فلسفه‌ی سایر چه نسبتی را با کلیتِ مکاتبِ فلسفی برقرار می‌کنند؟

بخش ششم این نوشتار بیست و چهار سطح بالا و ۴۸ سوال ذیل آن‌ها را به عنوان «چارچوب تحقیقی» وضع کرد. همان‌طور که روشن است، این چارچوب تحقیقی از چارچوب مفهومی تدوین‌شده استخراج‌شده است. لکن همان‌طور که ما از «نقشه‌ی مفهومی» سخن راندیم، بایست راهبردهایی که این نقشه برای تدوین «نقشه‌ی تحقیقاتی» نیز عطا می‌کنند را تبیین کنیم. در بخش هفتم، شش سطح و ۱۲ سوال از این نقشه‌ی تحقیقاتی به حسب شبکه‌ی فضایی و مطلق را نشان داده‌ایم:

حوزه‌ی اول) تحقیق فضایی:

سطح اول) تحقیق فضایی مکاتب و حوزه‌های عام:

(۱) نحوه‌ی تبدل مکاتب فلسفی به مکاتب فلسفه‌ی سایبر

(۲) نحوه‌ی تبدل حوزه‌های عام فلسفی به حوزه‌های عام فلسفه‌ی سایبر.

سطح دوم) تحقیق فضایی فلاسفه:

(۳) چگونه پای فلاسفه‌ی غیر سایبری به فلسفه‌ی سایبر باز می‌شود؟

(۴) چگونه فلاسفه‌ی سایبری در حوزه‌های دیگر فلسفه کشفیات سایبری را پیاده می‌کنند؟

سطح سوم) تحقیق فضایی فلسفه:

(۵) چرا فلسفه حوزه‌ای به نام فلسفه‌ی سایبری را در خویش تولید می‌کند و چرا همان حوزه‌های قدیمی نمی‌توانند

پاسخ سوالات امر سایبر را بدهند؟

(۶) فلسفه‌ی سایبر چه تاثیری بر پویش و گسترش خود فلسفه داشته است؟

حوزه‌ی دوم) تحقیقِ مطلق

سطح چهارم) تحقیقِ مطلقِ امور و اشیاء:

۷) اشیاء و اموری که پیش از امرِ سایبر بوده‌اند، چه نسبتی را با آن برقرار می‌کنند؟

۸) آیا امرِ سایبر می‌تواند به تولیدِ اشیاء جدید (غیرِ سایبری اما تولیدشده توسطِ سایبر) منجر شود؟

سطح پنجم) تحقیقِ مطلقِ حوزه‌های بشری:

۹) بشریت و حوزه‌های دانشِ بشری چه تاثیری بر ظهورِ امرِ سایبر و فلسفه‌ی سایبر داشته‌اند؟

۱۰) امر و فلسفه‌ی سایبر چه نقشی در پروسه‌ی حرکتِ بشریت و دانش‌های بشری دارد؟

سطح سوم) تحقیقِ مطلقِ امورِ غیرِ جهانی:

۱۱) نسبتِ امرِ غیرِ جهانی (الهی) با فلسفه و امرِ سایبر چگونه است؟

۱۲) فلسفه و امرِ سایبر چگونه می‌تواند به شناخت و نزدیک شدن به امرِ غیرِ الهی کمک کند؟

پژوهشِ توصیفی

گفتیم که چارچوب و نقشه‌ی مفهومی امری انتزاعی و جهت‌بخش است و چارچوبِ تحقیقی پروسه‌ی پیداکردنِ پاسخ‌ها و محتوا برای این چارچوب خواهد بود. حال بایست گفت که تحقیق در بابِ هر کدام از ۱۶ سطح و ۵۶ سوالِ بالا، گروهِ فلسفه‌ی فضای سایبری را به پاسخ‌هایی خاص رهنمون می‌سازد و این پاسخ‌ها همان «محتوایی» هستند که چون تکه‌های پازل، چارچوب و نقشه‌ی مفهومی (به مثابه‌ی ساختارِ پازل) را کامل می‌کنند و آن را به امری «معرفت‌بخش» بدل می‌سازند.

هیچ کدام از بخش‌های نوشته‌ی حاضر به نحوِ مستقل به پژوهشِ توصیفی و چارچوب یا نقشه‌ی آن نمی‌پردازد. چه آن که این پژوهش، تنها در پی روشن‌ساختنِ ساختارهای کلی مفهومی و تحقیقی بوده است. بدین بیان، هر آن‌چه که گروهِ فلسفه‌ی فضای سایبری در ادامه‌ی فعالیتِ خودش بر اساسِ چارچوبِ مفهومی و تحقیقی ارائه می‌دهد، حکمِ تکه‌ای از پازل‌های چارچوب و نقشه‌ی توصیفی است. هر کدام از گزارش‌ها، تحقیق‌ها، مقالات، تحلیل‌ها و ... همگی در خدمتِ کامل‌ساختنِ این چارچوب و نقشه هستند.

پژوهش اکتشافی

هنگامی که چارچوب و نقشه‌ی توصیفی به حداقلی از سطح معرف‌بخشی خودش دست‌یافت، زمان آن فرا می‌رسد که گروه فلسفه‌ی فضای سایبری، این بار نه به عنوان «محققان فلسفه‌ی سایبری» بلکه به عنوان «فلاسفه‌ی فلسفه‌ی سایبری» نقش بازی کنند. این برهه از پژوهش به جای آن که تمرکز خودش را بر «شناخت فلسفه یا مفاهیم یک فلسفه‌ی منحصر به فرد» بگذارد، بر آن است تا با تولید فیلسوف (و به همان ترتیب تولید یک فلسفه‌ی منحصر به فرد با مفاهیم خاص خودش) محتوایی را به چارچوب توصیفی به دست‌آمده اضافه کند. بدین بیان، این مرحله، بیش از آن که مرحله‌ی شناخت فلسفه‌ی فضای سایبری باشد، مرحله‌ی تغییر و دگرگونی آن (به واسطه‌ی تولید فلسفه‌ی سایبری) است.

به زعم ما تفکیک میان چهار حوزه‌ی اصلی پژوهش و همچنین تفکیک میان چارچوب و نقشه، این اجازه را به گروه فلسفه می‌دهد که نوشتار حاضر را چون «بنای هر پژوهش آتی» تلقی کند. بدین بیان، منطق هر تحقیق آتی در این گروه بر اساس این چارچوب‌ها و نقشه‌ها توجیه خواهد شد و هر پژوهش و تحقیقی بایست در خدمت ارائه‌ی چارچوب توصیفی قرار گیرد.

فصل دوم: مبانی نقشه‌ی علوم سایبری (نقشه‌ی اتحادی)

بخش ۱: مقدمه

اگر «چارچوب موضوعی و نگاشت مطالعاتی» را به مثابه‌ی یک نقشه‌ی راه، یک دورنما و یک سیستم جامع تحقیق و توسعه در نظر بگیریم، هر کدام از بخش‌های چارچوب موضوعی گروه فلسفه در خدمت ارائه‌ی همین نقشه‌ی راه، دورنما و سیستم جامع تحقیقاتی بوده‌اند. هر قدمی که پس از قدم قبلی آمده است، آن را کامل کرده است، اشکالاتش را زدوده است و دورنمای وسیع‌تری به پروژه‌ی تحقیقی را ارائه کرده است. بدین عنوان هر کدام از قسمت‌های چارچوبی که در فصل گذشته ارائه شد تنها از خلال یک کلیت جامع نگریسته می‌شوند. لکن مهم است که مراد و معنایمان را از این «کلیت» تبیین کنیم تا به خوبی روشن شود که چگونه چارچوب و نقشه‌ی فلسفه در ضمن آن که خود یک کلیت پژوهشی را تقویم می‌نماید، ارتباطات و نظام پیوندیافتن میان علوم دیگر در یک سازمان اجرایی را نیز قوام می‌بخشد.

لزوم کلیت یافتن چارچوب گروه فلسفه

ما در ابتدای راه بایست سه کلیت را از یکدیگر متمایز کنیم: گروه فلسفه و علوم شناختی به مثابه‌ی یک کلیت، مرکز آینده‌پژوهی به مثابه‌ی یک کلیت و دست آخر سازمان فضای مجازی سراج به مثابه‌ی یک کلیت. هر کدام از این سه به خودی خود یک «کلیت ارگانیک» را شامل می‌شوند که شامل اجزاء، شاخه‌ها، سازمان‌ها و بازوهای مختلفی جهت پیش‌برد اهداف خویش هستند.

تمایز میان سه کلیت: سازمان، مرکز و گروه

با توجه به این توصیف مختصر، روشن خواهد بود که فصل اول این نوشته شرح دورنما و برنامه‌ی جامعی بود که برای «کلیت گروه فلسفه» تبیین شده بود: ما در این فصل دست به تدوین چارچوب و نقشه‌ی مفهومی و تحقیقی گروه فلسفه زدیم و با کامل کردن اجزای آن دورنمای مشخصی جهت هر پژوهش آتی پیرامون «فلسفه‌ی امر سایبر» را تقویم کردیم. این چارچوب و نقشه اجازه می‌دهد که هر قدم گروه فلسفه در طی دوران زمان‌مند خودش در راستای قدم دیگر برداشته شود و هر اندیشه‌ای در نسبت با یک هدف کلی و یک مسیر راه جامع ارائه گردد. در راستای همین چارچوب جامع است که چارچوب‌های فرعی می‌توانند استخراج شوند و هر قدم از «تحقیق‌های فلسفه‌ی سایبر» به درستی در راستای قدم‌های دیگر برداشته شود!

۷ فصل اول مربوط به کلیت گروه فلسفه بود

۱. فی‌المثل تا کنون «چارچوب تحقیقی سطح چهار و پنج؛ پروژه‌ی کتاب‌شناختی» ارائه شده است که بر اساس گزارش فاز دوم گروه فلسفه تدوین شده است. لکن به نحوی جزئی‌تر و اجرایی‌تر مفاد تحقیق کتاب‌شناختی را بررسی کرده و آیین‌نامه‌ای جهت این مطلوب تقویم کرده است.

پس از حصولِ کلیت برای گروه فلسفه و علوم شناختی این عهد بر ذمه‌ی گروه مذکور قرار گرفت که در راستای حصولِ کلیتِ مرکزِ آینده‌پژوهی سازمانِ سراج قدم بردارد. به واقع گروه فلسفه بر اساسِ مبانیِ فلسفی خودش بایست ساختاری را طرح می‌کرد که در ضمنِ آن ساختار کلیتِ خودش با دیگر کلیت‌ها پیوند یابد و از ره‌آوردِ این پیوند، «مرکزِ آینده‌پژوهی» نیز به یک کلیتِ واحد برسد. ما این کلیت را تحتِ عنوانِ «چارچوبِ اتحادی» می‌خوانیم.

چارچوبِ اتحادی: کلیت‌یابیِ گروه‌های مرکزِ آینده‌پژوهی

رسیدن به چنین کلیتی از چند سو اهمیتِ بسیار زیادی دارد: (۱) شکل‌گیریِ ارتباطِ «رفتی» میانِ گروه‌های این مرکز؛ (۲) شکل‌گیریِ ارتباطِ «برگشتی» میانِ گروه‌های مذکور؛ (۳) شکل‌گیریِ یک ارتباطِ ارگانیک میانِ گروه‌ها، (۴) رسیدن به قابلیتِ هدف‌گذاریِ عمده برای کلیتِ مرکز، (۵) وضعِ چارچوبِ تشکیلاتی به عنوانِ سازوکارِ ارتباطِ انضمامی، سازمانی و بوروکراتیک میانِ گروه‌های مرکز و دستِ آخر (۶) رسیدن به یک چارچوبِ موضوعی جامع که شاملِ همه‌ی گروه‌های مذکور باشد.

اهمیت و اهدافِ کلیت‌یابیِ مرکزِ آینده‌پژوهی

اولین قدم برای تحققِ اهدافِ چنین کلیتی رسیدن به بنیانی بود که بتواند تمامِ گروه‌های مرکزِ آینده‌پژوهی را در زیرِ چترِ خودش متحد سازد. دست‌یازی به چنین بنیادی در گزارشِ فاز سومِ گروه فلسفه ارائه شد. این گزارش (که گزارشی است کاملن نظری و دقیق) در پیِ آن بود که بنیادِ تمامِ علوم (من جمله فلسفه) را با زبانی فنی و دقیق بیان کند. این «بنیان‌گذاریِ فلسفی» به ما اجازه می‌دهد که استوار بر یک نظریه‌ی «وحدتِ علوم» همه‌ی گروه‌های انسانیِ مرکزِ آینده‌پژوهی را چون اجزاءِ ارگانیکی در خدمتِ یک تنِ واحد تصویر کنیم. بنا بر تبیینی که این گزارش ارائه می‌دهد هر کدام از علومِ انسانی ظهور و انعکاسی از وضعیتِ بی‌نامِ «هستی بی‌تفاوت» هستند. نقشِ خاصِ فلسفه در این مدل آن است که فلسفه تقویم‌کننده‌ی «بنیان‌های هر کدام از ظهوراتِ هستی بی‌تفاوت» معرفی می‌شود. بدین عنوان در سطحِ نظریِ ناب، بنیان‌گذاریِ ارتباطِ ارگانیکِ میانِ گروه‌های مرکزِ آینده‌پژوهی چنین اظهار می‌شود: (۱) کلیتِ مرکزِ آینده‌پژوهی بر رویِ یک هستی بی‌تفاوت قرار گرفته است، (۲) هر کدام از گروه‌های مرکزِ آینده‌پژوهی بنا بر قیود و شرایطِ خاصی این هستی بی‌تفاوت را به نحوی علمی برای ما آشکار می‌سازند؛

۲. بدین معنا که هر گروه مرکزِ آینده‌پژوهی توانِ «تاثیرگذاری» بر یک گروه دیگر را داشته باشد.

۳. بدین معنا که هر گروه مرکزِ آینده‌پژوهی قابلیتِ «اثرپذیری» از یک گروه دیگر را داشته باشد.

۴. روشن است که «هستی بی‌تفاوت» در یک معنای ملموس‌تر همان «امرِ سایرِ بی‌تفاوت» است که هنوز تحتِ بررسیِ علمی و نظری قرار نگرفته است. بدین بیان امرِ سایرِ بی‌تفاوت تا آنجایی که صرفن خودش باشد و هیچ چیز جز خودش نباید بی‌تفاوت است و تا آنجایی که تحتِ بررسی‌های فلسفی، روان‌شناختی،

۳) گروه فلسفه است که می‌تواند بنیادهای هر کدام از گروه‌های دیگر را تدوین کرده و بر اساس توجهش به «هستی بی‌تفاوت» به گروه‌های دیگر سامان، ارتباط و وحدت بخشد.

تنها گروه فلسفه و خود فلسفه است که می‌تواند بنیاد اتحاد و کلیت‌یابی گروه‌های علمی مختلف را برپاسازد.

پس از آن که ما به بنیادی از وحدت دست یافتیم اکنون توان آن را داریم که بر اساس این بنیان ارتباط ارگانیک و دقیق مابین گروه‌های مرکز آینده‌پژوهی را تقویم کنیم. برای رسیدن به چنین مقصودی ما در چهار بخش ساختار ارتباط ارگانیک مابین گروه‌ها را بررسی خواهیم کرد: ابتدا در بخش اول معضلی وحدت‌یابی میان علوم را بررسی می‌کنیم و سپس ساختار آینده‌گون را به مثابه‌ی پاسخ این معضل عرضه خواهیم کردیم. در بخش دوم مرکز آینده‌پژوهی را چون یک نظام آینده‌گون ارائه خواهیم داد و ارتباط مابین گروه‌ها و نحوه‌ی بنیادسازی گروه فلسفه را تشریح خواهیم کرد. در بخش سوم حرکت پویای آینده‌ها و مرکز آینده‌پژوهی را توضیح خواهیم داد و سپس در بخش آخر این گزارش، ساختار برقراری اتصال آینده‌ها یا همان گروه‌های مرکز آینده‌پژوهی را مذاقه خواهیم کرد.

ساختار این فصل چون راهبردی برای رسیدن به اتحاد میان علوم بر اساس مدل آینده‌گون

بخش ۲: روشی برای وحدت

اولین قدمی که در متن حاضر برداشته می‌شود، پاسخ به این سوال است که چگونه می‌توان «کلیت مرکز آینده پژوهی» را چون اولن (یک ارگانیسم واحد و ثانین) یک ساختار اجرایی-تشکیلاتی عرضه کرد؟ مسئله‌ای که در زیربخش اول به آن می‌پردازیم تعارضی بنیادین در وحدت‌یابی میان علوم است و سپس سعی می‌کنیم تا با توضیح مدل آینده‌ها و ارزش فلسفی خاص آن در تاریخ فلسفه، مبنایی را جهت اتصال عملی و انضمامی گروه‌های مرکز طرح کنیم. پس از این توضیح است که در بخش آینده، تمام عناصر این اتصال را تحت کاوش قرار خواهیم داد.

روشی وحدت‌بخش و مسئله‌ی ارتباط و اتصال

در مقدمه‌ی این فصل بیان شد که وظیفه‌ی مرکز آینده‌پژوهی رسیدن به ساختاری جهت‌ظاهرکردن «هستی بی تفاوت» در علوم متمایز انسانی است. برای روشن شدن این هدف، ابتدا بایست سه مسئله را شفاف کنیم:

سه ضرورت کلیت‌یابی مرکز آینده‌پژوهی

لزوم ارائه‌ی نظریه‌ای که بتواند وحدت مرکز را ارائه دهد

نخستین ضرورتی که برای ما موضوعیت دارد طرح مسئله‌ی مرکز است. مرکز در پی داشتن هویت واحد و تقابل جزء و کل است. چنان که اجزا می‌بایست همگی واجد تلقی‌ای واحد و به هم پیوسته‌ای در یک کلیت باشند. این تلقی شکل‌دهنده کل سیستم و سامان بخش اجزا است. ضرورت دیگر جریان پیوسته و مداوم اطلاعات در ضمن اجزا است. و بحث دیگر سامان حقیقی این بحران است گرچه کار بسیار سنگین و مستلزم کار آکادمیک وسیع و گسترده و نه در قامت یک سازمان است.

ضرورت وحدت‌یابی مرکز و جریان مداوم اطلاعات به مثابه‌ی یک کلیت

توانایی‌ها و ضعف‌های فلسفه

در هست بی تفاوت ما هستی را از منظری فارغ از هر قید نظاره و توصیف می‌کنیم. فلسفه این قابلیت را دارد که نگرشی کلی یا بهتر بگوییم کلی‌ترین نگرش در باب موجودات و هستی را ارائه می‌دهد. لکن ما نیاز به اطلاع از جزئیاتی بیش از این و کاربری‌هایی جزئی‌تر از موجودات داریم. به صرف فلسفه نه می‌توان امر تکنولوژیک را ساخت

و نه می‌توان در حوزه‌های سیاسی و اجتماعی ورود دقیق و جزئی کرد. بنابراین فلسفه از سویی می‌تواند چشم مرکز برای نگرستن به هستی بی‌تفاوت (یعنی هستی فاقد قید) باشد و از همین رهگذر به او کلیت دهد اما در همان حال فلسفه نمی‌تواند «خروجی» یا «محصول انضمامی» را ارائه کند.

فلسفه می‌تواند کلیت را به مرکز عطا کند اما نمی‌تواند محصول یا نتیجه‌ی جزئی را ارائه دهد

لزوم یافتن راهی میان کلیت فلسفه و جزئیت علوم دقیقه

بنا بر آن چه که در بند پیشین گفته شد، فلسفه هر چند توانایی کلیت بخشی به یک مرکز یا علوم را دارد اما از سوی دیگر نمی‌تواند خودش و به خودی خودش محصولی جزئی را ارائه دهد. این به آن معناست که بایست استقلال میان علوم و فلسفه حفظ شود (تا نتایج حاصل آیند) اما در همان حال این گروه‌ها با یکدیگر پیوند یابند (تا کلیت مرکز متحقق شود). بنابراین ما بایست به سمت نظامی برویم که هم تکثر گروه‌های علمی و محصول محور را به رسمیت بشناسد و هم بتواند میان این گروه‌ها «کلیتی» را برقرار سازد.

لزوم حفظ کلیت و جزئیت در آن واحد

اما چه راه‌هایی در مقابل ماست؟ اولین راه آن است که هر گروه علمی به خودی خودش چارچوبی متمایز از دیگری داشته باشد و تمام گروه‌های مرکز آینده‌پژوهی تنها به صرف نام مرکز آینده‌پژوهی با یکدیگر متحد شوند. پر واضح است که چنین اتحادی یک اتحاد صوری و بی‌فایده است. در چنین وضعیتی هیچ کلیتی شکل نمی‌گیرد و هیچ حرکت قدم به قدمی در کلیت مرکز آینده‌پژوهی رخ نخواهد داد؛ بلکه هر گروه بنا بر دغدغه‌های خودش و بافت فکری خودش، بدون توجه به دیگری، به پیش می‌رود. این امر همان نتیجه‌ای را به دست می‌دهد که معمولن در زبان مدیریتی به آن «موازی‌کاری» می‌گویند.

اگر نتوان یک بنیاد متحدبخش را یافت، آن‌گاه موازی‌کاری رخ می‌دهد

ابتدایی‌ترین راه حل یافتن پورت‌ها و خط‌های واصل میان چارچوب‌هاست که بیش از حد مکانیکی است و فاقد یک کلیت نظام‌مند و منسجم است. راه حل دیگر یافتن تصالات تصادفی است که به نحوی با ابتنا بر اشتراک لفظی مفاهیم حکم به ارتباط و اشتراک معنوی می‌کند. این راه نیز مشکلات خاص خودش (من جمله بی‌ساختارشدن حرکت کلیت مرکز) را موجب می‌شود. این مطلب را نیز نباید از نظر دور داشت که زمینه گفتگوی میان‌رشته‌ای در این خصوص منجر به تحول اساسی چارچوب‌ها خواهد شد بنابراین ما بایست به دنبال آن اتحادی باشیم که به واقع

تمامیت گروه‌های علمی مرکز آینده‌پژوهی را با یکدیگر متحد سازد و در همان حال استقلال هر گروه را نسبت به آن دیگری به رسمیت بشمارد.

مشکلات راه حل‌های بدوی در کلیت‌یابی مرکز آینده‌پژوهی

همان‌طور که روشن است هدف فصل حاضر پاسخ دادن به آخرین پرسشی است که در انتهای پاراگراف قبل مطرح می‌شود: یافتن کم‌هزینه‌ترین و در عین حال بهترین راه موجود جهت تقویم ارتباط ارگانیک و هارمونیک^۱ میان گروه‌های مرکز آینده‌پژوهی. بدین عنوان ویژگی‌های یک مدل ارتباطی و اتصالی روشن خواهد بود:

(۱) این مدل بایست به نحو سازمانی اتصال و ارتباطی هارمونیک و ارگانیک را عرضه کند.

(۲) این مدل بایست بنیان‌گذاری علوم توسط فلسفه را شامل شود و امکان برقراری ارتباط میان علوم و هستی بی تفاوت (امر سایبر) را برقرار کند.

(۳) این مدل بایست جلوی تشنج در سازمان را بگیرد و در همان حال جریان اطلاعاتی در سازمان را میسر سازد.

در ادامه ما با تبیین «مدل اتصال آینده‌ها» توانایی این مدل جهت تحقق اهداف بالا را نشان خواهیم داد.

مدل آینده‌ها می‌تواند ساختاری جهت وحدت و کلیت‌یابی مرکز آینده‌پژوهی را ارائه دهد

مدل اتصال آینده‌ها

در کل تاریخ فلسفه (حداقل از زمان افلاطون تا کنون) «نور، سایه و آینه» به مثابه‌ی یک «مدل توصیفی در فلسفه» از اهمیت بسزایی برخوردار بوده است. فلاسفه و اندیشمندان مختلف این سه مفهوم را مدل‌های بسیار مناسبی برای تشریح وضعیت هستی یافته‌اند. آن‌ها معمولن هستی را با «نور» یگانه می‌گیرند و حوادثی که بر سر هستی می‌آید را در مدل آینه‌ها و هستی‌ها تحت تدقیق قرار می‌دهند. در این نوشته ما تنها به به مدل افلاطونی و مدل استعلایی و نوروساینتیفیک نور و آینه اشاره می‌کنیم که به نوعی ابتدایی‌ترین و انتهای‌ترین مدل‌هایی است که جهت تبیین ساختار هستی از «نور، سایه و آینه» بهره جسته‌اند. مدل افلاطونی را با عنوان «مدل هستی‌شناختانه» باز می‌شناسیم و مدل نوروینی را به مثابه‌ی یک «مدل معرفت‌شناختانه» معرفی می‌کنیم.

۱. این مفاهیم سپس در متن تبیین و شفاف خواهند شد.

اهمیت «نور، سایه و آینه» در تاریخ فلسفه به عنوان مدل‌های مفهومی

مدل هستی‌شناختانه‌ی آینه‌گون: افلاطون

در مدل هستی‌شناختانه‌ی آینه‌ها دغدغه‌ی اساسی فیلسوف آن است که «ساختار هستی» را چون نظام «نور، انعکاس و آینه» تشریح کند. به بیان دیگر، مدل‌های هستی‌شناختانه بیش از هر چیز در پی آن هستند که تمامیت هستی را چون یک کل واحد به مثابه‌ی نور معرفی کرده و سپس هر آن چیزی که اشتقاقی از این هستی محسوب می‌شود را «انعکاسی» از این نور تقویم کنند. تمثیل مشهور غار افلاطون (که مهم‌ترین مدل‌سازی افلاطون جهت تبیین فلسفه‌ی خویش است) از همین ساختار پیروی می‌کند و حامل هفت المان مهم است: نور حقیقی، انسان آزاد، انسان در راه، نور مصنوعی، فرم‌ها، انسان در بند و سایه‌ها. این عناصر به خوبی در تصویر پایین بازنمایی شده‌اند:

مدل هستی‌شناختی افلاطون مبتنی بر نور، سایه و انعکاس است



۳۱. بخش ۲، شکل ۱: غار افلاطون به مثابه‌ی نظام آینه‌ها و سایه‌ها

نیازی نیست که در این نوشته به تفصیل فلسفه‌ی افلاطون را تحت تدقیق قرار دهیم. آن چه که مهم است آن است که ما دو منبع نور در تمثیل افلاطون را از یکدیگر بازشناسیم: خورشید بالای غار و آتش درون غار. درنگاه افلاطون انسان‌های معمولی مانند آن انسان‌های اسیر و تکیه‌زده بر دیواری هستند که به سایه‌های چیزهای دیگر می‌نگرند. آن‌ها چیزی از ماهیت حقیقی نور و بازتاب و انعکاس نمی‌دانند. لکن اگر شخصی پیدا شود و آن‌ها را آگاه-آزاد

سازد، آن‌گاه درخواهند یافت که سایه‌های بر دیوار تنها انعکاس‌هایی از امور دیگر هستند. آن‌ها در می‌یابند که آتش نور خودش را بر این مدل‌ها یا فرم‌ها افکنده است و سایه‌هایی که در تمام زندگی دیده‌اند چیزی جز سایه‌ی نور آتش نیست. لکن در همان لحظه درخواهند یافت که نور بس عظیم‌تر از آتش از دهانه‌ی غار وارد می‌شود. آن‌ها آتش را پشت سر می‌گذارند و دست آخر به جهان حقیقی و نورانی که با خورشید روشن شده است می‌رسند. بنا بر این تمثیل ما دو منبع نور را بایست از یکدیگر متمایز کنیم: خورشید و آتش. اگر خورشید منبع اصلی نور است، آتش را نبایست چیزی جز یک آینه، یک منعکس‌کننده‌ی نور اصلی دانست. در واقع آتش به خودی خودش نوری ندارند بلکه نورش از یک منبع دیگر گرفته می‌شود و آن منبع است که همان حقیقت خواهد بود.^۲ چنین است که در مدل افلاطون ما با یک «منبع نور» (خورشید)، با یک «منعکس‌کننده‌ی نور» (آتش) و تعداد بسیار زیادی «انعکاس» (سایه‌ها) روبرو هستیم. عجالتن همین توضیح برای رسیدن به مرحله‌ی بعدی کافی می‌نماید.

مدل افلاطون به او اجازه می‌دهد که بنیاد «کلیت هستی» و «معرفت به هستی» را واکاوی کند

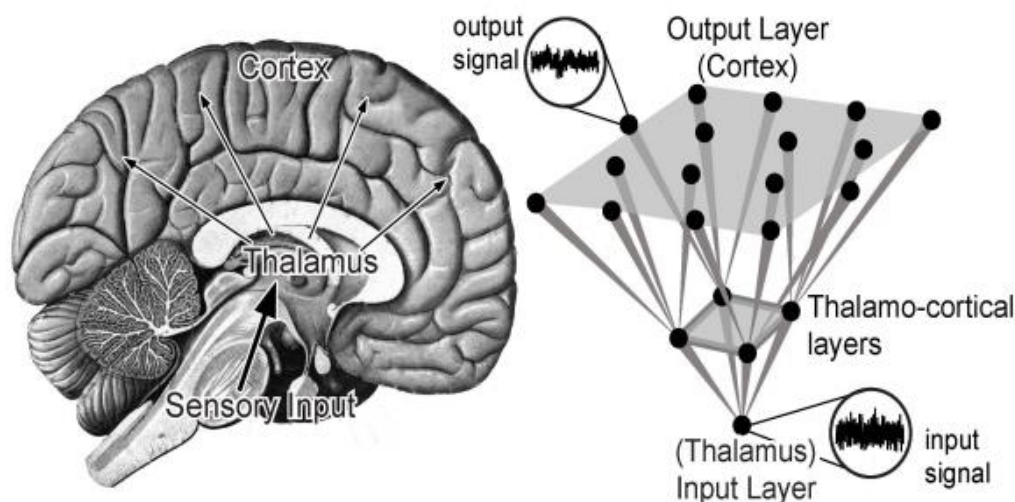
مدل معرفت‌شناختانه‌ی آینه‌گون: نوروساینس و کانت

در مدل‌های جدیدتر فلسفی مسئله‌ی آینه‌ها بیش از آن که مربوط به جهان بیرونی باشند، مربوط به جهان درونی انسان‌ها هستند. مدل‌های جدیدتر ساختار مغز انسان را چون یک آینه که فرکانس‌های خارج از خودش را تبدیل به فرکانس‌های مشابه می‌سازد تصویر می‌کند.^۳ بنا بر این مدل‌ها ذهن چیزی جز یک آینه نیست که منبع بیرون از خودش را به انعکاس‌هایی درون خودش بدل می‌سازد. تصویر زیر یکی از این مدل‌ها را که بر اساس ساختار نور خارجی (ورودی حسانی)، آینه (هیپوتالاموس) و انعکاس‌ها (دیتای کورتس‌ها) بنیان یافته‌است نشان می‌دهد:

^۲ در نتیجه تعریف آینه چنین خواهد بود: آن چیزی که قابلیت انتشار نورش و ایجاد انعکاس را از دیگری می‌گیرد. کما آتش که تکه‌ای است از خورشید.

^۳ این مدل‌ها را هم می‌توان بنا بر یک نظریه‌ی «نفس‌محور» و هم یک نظریه‌ی «مغزمحور» تحت بررسی قرار داد.

مدل‌های معرفت‌شناختی فلسفه، ذهن را چون یک آینه در نظر می‌گیرند

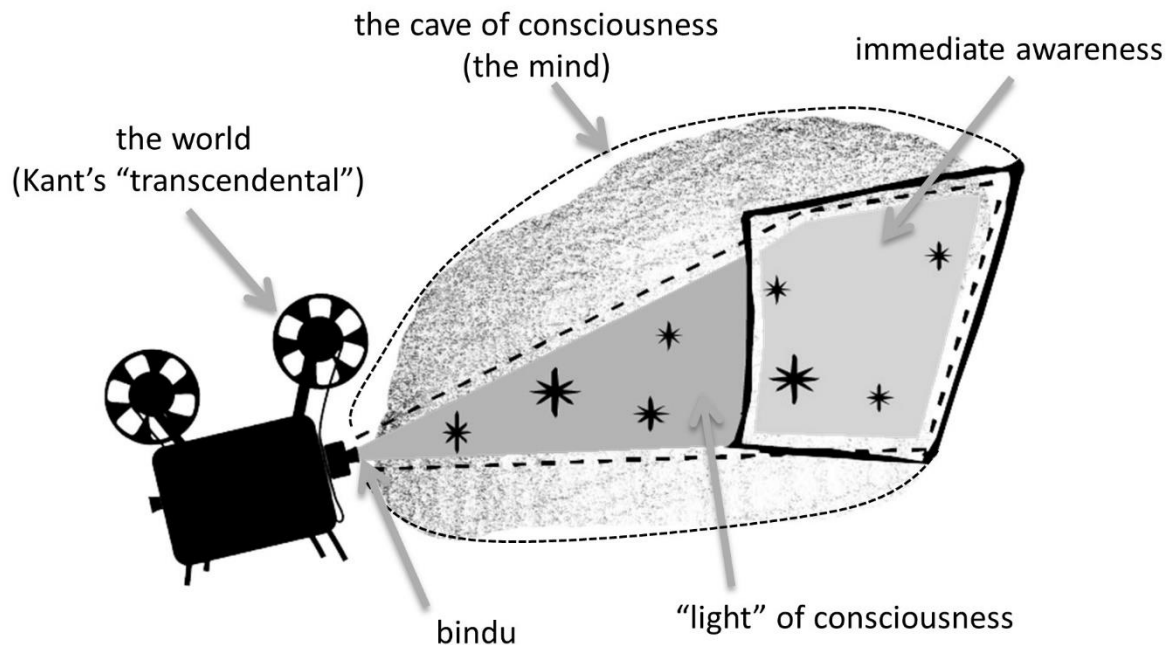


۳۲. بخش ۲، شکل ۲: مغز به مثابه‌ی یک آینه

روشن است که در این مدل‌ها جهان خارجی چون یک نور واحد فرض می‌شود که اثراتی از این نور به ذهن ما راه پیدا می‌کنند و بدین ترتیب انعکاسی متحقق می‌شود. در این ساختارها نه یک عامل خارجی^۴ بلکه خود ذهن است که نقش آینه را ایفا می‌کند و انعکاس‌ها همان آگاهی‌های درونی ذهن ما هستند. کانت نیز به مثابه‌ی یکی از پیش‌روترین فلاسفه‌ی مدرن در فلسفه‌ی خودش از همین بافت آینه‌گون بهره می‌برد. ذهن نزد کانت چونان یک پرده یا یک نظام آینه‌گون است که دیتاهای خارج از ذهن به داخل آن راه یافته و در آن «منعکس» یا «بازنمایی» می‌شوند. تصویر زیر بیانی است آپاراتوسی از این مدل:

۴. چونان که برخی از مفسران در افلاطون آتش را همان دمیورژ (خدای سازنده‌ی انعکاس) می‌خوانند.

می‌توان از دو مدلِ نوروسایننتیفیک و کانتی که هر دو آینه‌گون هستند نام برد



۳۳. بخش ۲، شکل ۳: ذهن چون یک آینه در فلسفه‌ی کانت

بایست دقت داشت که در تصویر بالا پرده‌ی انتهایی نه آن چیزی است که آپاراتوس پخش می‌کند بلکه آن چیزی است که در کلیتِ «غارِ آگاهی» (به مثابه‌ی آینه) پدیدار می‌شود. غارِ آگاهی ساختار و صیقلِ آن آینه‌ای هستند که از خلالِ آن نور بر پرده‌ی «آگاهی بی‌واسطه» پدیدار می‌شود. بنابراین آپاراتوس نور را از شکاف (Bindu) واردِ ذهن به مثابه‌ی آینه می‌کند و دستِ آخر آینه‌ی ذهن با توجه به ویژگی‌های خودش (نورِ آگاهی) پدیدار یا جلوه‌ای از نورِ آپاراتوس را بر پرده‌ی آگاهی بی‌واسطه منعکس می‌سازد.

مدلِ وحدت‌بخشیِ آینه‌گونِ علوم

می‌توان از مدل‌های کثیرِ معرفت‌شناسانه و هستی‌شناختانه‌ی آینه‌گون نام برد که هر کدام از آن‌ها بنا بر شرایطی از مفهومِ «نور، آینه و انعکاس» بهره می‌جویند. در ساده‌ترین بیان وجهِ تمایزِ این دو مدل بدین شرح است: اگر ما

۵۸ در این جا «نور» به معنایِ روشنی است. یعنی آن ساختارهایی که توسطِ آپاراتوس روشن شده‌اند. مانند زمانی که در یک اتاق تاریک یک شمع را در مقابلِ یک آینه‌ی بزرگِ محدب قرار می‌دهید. روشن است که نورِ شمع تا جایی که در آینه منعکس می‌شود محدب خواهد بود اما باقیِ آینه که به آن نور نمی‌رسد در تاریکی باقی می‌ماند.

آینه^۶ را خارج از ذهن انسان در نظر بگیریم، مدل ما هستی‌شناختانه است و اگر آینه^۷ خودِ ذهن انسان یا قسمتی از آن باشد، مدل ما معرفت‌شناختانه است.

تمایز مدل معرفت‌شناسانه و مدل معرفت‌شناسانه

ما در پی آن هستیم که به واسطه‌ی مدلی آنتولوژیک اتحاد میان علوم در مرکز آینده‌پژوهی را تقویم کنیم. قرار بر آن است که در چنین مدلی آینه را بیرون از ذهن انسان قرار داده و خودِ علوم را چونان آینه‌های هستی تحتِ مذاقه قرار دهیم تا از خلال این مذاقه، ساختارِ اتصال و ارتباط میان گروه‌های مرکز آینده‌پژوهی روشن گردد.

مدل مرکز آینده‌پژوهی یک مدل هستی‌شناسانه‌ی آینه‌گون است

مدل آینه‌گون ارتباط میان علوم بر خلافِ باقی مدل‌های ارتباط علوم که عمدتاً مکانیکی یا ریاضیاتی هستند^۸ علوم را نه به عنوان «نتیجه‌ی یک حرکتِ هستی‌شناختانه یا معرفت‌شناختانه» بلکه به عنوان «خودِ حرکتِ هستی و معرفت» معرفی می‌کند. در چنین مدلی خودِ هستی و خودِ معرفت از خلال حرکتش در آینه‌ها ظهور می‌کند. بدین عنوان ما در همین ابتدایی‌ترین قدم علوم را به عنوان «آینه‌های هستی و حقیقت» می‌خوانیم و در بخش‌های بعدی تشریح می‌کنیم که چگونه علوم می‌توانند به واسطه‌ی «نور بیرونی، آینه‌بودنِ خودشان و انعکاس‌های یکدیگر» اتصال و رابطه‌ی پایداری با یکدیگر را برقرار سازند.

علوم چیزی جز آینه‌های هستی و حقیقت نیستند

اما چگونه ما می‌توانیم از «مدل آینه‌گون علوم» سخن بگوییم؟ چه توجیه فلسفی‌ای جهت تقویم این مدل وجود دارد؟ بایست میان سه مفهوم تمایز گذاشت: (۱) هستی بی‌تفاوت، (۲) فلسفه‌ی بنیان‌گذار و (۳) آنتولوژی‌های منطقه‌ای. هستی بی‌تفاوت آن هستی بی‌قیدی است که بدون هیچ شرط نگریسته می‌شود و این بر عهده‌ی فلسفه است که این هستی را بدون هیچ قید و شرطی بنگرد. به همین دلیل فلسفه بدل به بنیان‌گذاری برای دیگر علوم می‌شود: فلسفه هستی را به ناب‌ترین وجه خودش به علوم تحویل می‌دهد. سپس این علوم هستند که در آنتولوژی‌های منطقه‌ای، یعنی محیط‌های «قیدزدن» و «محلی کردن»، آن هستی بی‌تفاوت را تحتِ نظام‌های مختلف علمی

۶. چه این آینه را دمیورژ افلاطونی، چه فیضانِ نوافلاطونی، چه صفات اسپینوزایی، چه صفحه‌ی جهان لایب‌نیتیسی و چه عقل فعال ابن‌سینایی.
۷. چه آینه‌ی ذهنی را شرایط استعلایی کانتی و هوسرلی ببینیم، چه آینه را قوای دلوزی ببینیم و چه آن که آینه را انطباعات و تصورات هیومی ببینیم.
۸. مکانیکی مانند نظریه‌ی دکارت (مدل درختی) و هگل (مدل دیالکتیکی) و ریاضیاتی مانند نظریه‌ی ارسطو (تقسیم عقلی) و دلوز (سرعتِ دیفرانسیلی).

بررسی و روشن می‌کنند: هستی‌روان‌شناختانه، هستی اجتماعی، هستی فرهنگ‌شناسانه، هستی فقه‌شناسانه و

۹

تمایز میان هستی‌بی تفاوت، بنیان‌گذاری فلسفه و آنتولوژی‌های منطقه‌ای

بایست روش و ساختاری را جست که در آن هستی بی تفاوت به واسطه‌ی بنیان‌گذاری فلسفه در آنتولوژی‌های منطقه‌ای ظهور یابد. مدل آینه‌ها مدلی است که به ما اجازه می‌دهد نسبت میان این سه مفهوم را به خوبی بیان کنیم: مدل آینه‌ها صرفن بیان ساختاری از روابط فلسفی میان «هستی بی تفاوت»، «فلسفه» و «آنتولوژی‌های منطقه‌ای» است.

مدل آینه‌ها مدلی است که روابط میان هستی بی تفاوت، فلسفه و علوم را برپای می‌سازد.

در نتیجه، هنگامی که از نور سخن می‌گوییم، از هستی بی تفاوت سخن می‌گوییم، هنگامی که از آینه سخن می‌گوییم از علوم یا همان آنتولوژی‌های منطقه‌ای سخن می‌گوییم و هنگامی که از انعکاس حرف می‌زنیم، از ماحصل علوم یا آن چیزی که در آینه اتفاق می‌افتد سخن می‌گوییم.^{۱۱} بدین ترتیب و در این نوشتار هستی شامل سه جزء است: هستی بی تفاوت^{۱۲} آن‌چنان که صرفن نور است، هستی متفاوت‌کننده^{۱۳} آن‌چنان که صرفن منعکس‌کننده‌ی هستی بی تفاوت است و هستی تفاوت‌یافته^{۱۴} آن‌چنان که صرفن انعکاسی است از هستی بی تفاوت.^{۱۵}

۱۱. باید توجه داشت که در این جا مراد از «هستی» هم کلی هستی است و هم یک «هستنده»ی خاص. به این ترتیب در این فصل روشن می‌شود که «امر» سایر «در فصل قبل به واقع چیزی جز یک «هستنده» نیست که فلسفه آن را بدون قید می‌نگرد و سپس آن را به دیگر علوم تحویل داده و آن علوم بنا بر منطقه‌های پژوهش و ساختارهای پژوهشی خاص خودشان آن امر سایر (یا هستنده‌ی بی تفاوت) را متفاوت می‌سازند.
۱۲. بخش‌های بعدی بیان خواهیم کرد که چگونه فلسفه می‌توان بنیان‌گذار رابطه‌ی میان نور، آینه‌ها و انعکاس‌ها باشد.

۱۱. In-Difference Being

۱۲. Differentiating Being

۱۳. Differentiated Being

۱۴. برخی از فلاسفه‌ی پست‌مدرن مانند بودریار و ویرلیو - بنا بر تبارشناسی خود- بر این عقیده هستند که در نظام کنونی ویژگی‌های هستی‌شناختانه و متافیزیکی آینه‌ها دیگر از بین رفته و ما با چیزی جز «انعکاس‌های تفاوت‌یافته» روبرو نیستیم (یعنی همان تصاویر، رسانه‌ها و واقعیت‌مشدد). این فلاسفه در پی آن هستند که مدلهایی نه مبنی بر آینه بلکه مبنی بر «امر انعکاس‌یافته» را ارائه دهند. به هر روی حتی اگر سخن این فلاسفه درست باشد و جهان ما صرفن جهان امور انعکاس‌یافته باشد، مدلهای این فلاسفه نمی‌تواند به ما جهت یافتن یک ساختار سازمانی (که اصولن مبتنی بر انسجام آینه‌ها و نه تشتت انعکاس‌هاست) کمکی کنند. باری؛ همان‌گونه که در ادامه‌ی متن آشکار خواهد شد ما سعی کرده‌ایم نظام آینه‌گون علوم را به نحوی تقویم کنیم که با انعطاف‌بلاش حتی رویکردهای رادیکال پست‌مدرن فلسفی را نیز پاسخگو باشد. این بحث را در اولین و آخرین زیربخش از بخش دوم طرح خواهیم کرد.

نور همان هستی بی تفاوت است، آینه همان علوم است و انعکاس ماحصل و نتیجه‌ی علوم است. مدل هستی‌شناختانه‌ی آینه‌گونِ وحدتِ علوم می‌تواند هر سه هدفِ این نوشتار را تأمین کند: این مدل از سویی سازوکارِ ارگانیک و هارمونیکِ میانِ علوم را بیان خواهد کرد، از سویی دیگر فلسفه را چون یک بنیان‌گذار تقویم خواهد کرد و از سویی سوم، روابط را تحتِ یک نظامِ سازمانی و بوروکراتیک عیان خواهد کرد.^{۱۵}

^{۱۵} چیزی که نه در ساختار فلسفی هستی بی تفاوت و آنتولوژی‌های منطقه‌ای بلکه در یک ساختار نمادین چون ساختار آینه‌ها قابل حصول است.

بخش ۳: مرکز آینده پژوهی چون یک نظام آینه گون

پیش از آن که ساختار و نظام آینه گون مرکز آینده پژوهی شرح داده شود، نیاز به آن است که دو مقدمه تبیین گردد:

اول) هدف این بخش: پس از توضیحی که در بخش ابتدایی این گزارش پیرامون مدل آینه ها به مثابه ی یک روش وحدت بخش میان علوم رفت ، اکنون می توان ساختار و نظام ارتباط میان گروه های علمی مرکز آینده پژوهی را چون یک نظام آینه گون تصویر کرد. هدف عمده ی ما در این تصویرگری رسیدن به یک نظام ارگانیک-هارمونیک سازمانی جهت ارتباط علمی-محتوایی میان گروه های مرکز آینده پژوهی است. مراد ما از وضعیت ارگانیک آن وضعیتی است که هر گروه علمی در عین استقلال فکری-اجرایی هم در نسبت با اهداف کلیت مرکز قرار گیرد و هم در نسبت با دیگر گروه ها قرار گیرد. مراد ما از وضعیت هارمونیک آن وضعیتی است که هر گروه علمی در عین انجام روش منحصر به فرد خویش تن در یک آکورد کلی و هماهنگ با آکوردهای دیگر مرکز به پیش رود. در بخش حاضر و ذیل ۸ زیر بخش ما وجه ارگانیک نظام سازمانی (که مبتنی بر یک مدل آینه ای تدوین شده است) را شرح خواهیم داد. در این مدل از هشت مفهوم «نور، سطح انعکاسی، بزرگ آینه، ابرآینه، ابرآینه پریم، بزرگ آینه پریم، خراش و انعکاس» سخن خواهیم راند. در انتها و پس از شرح هر کدام از این مفاهیم خواهیم دانست که یک نظام ارگانیک آینه ای چیزی جز «گسترش یک چیز به انحاء مختلف» نخواهد بود. بر این اساس کلیت مرکز آینده پژوهی تبدیل به یک منطقه ی «دانش محور» خواهد شد که در آن هر گروه علمی به مثابه ی یک ارگان عملیاتی نقش خویش را بنا بر اهداف مشخص خویش دنبال خواهد کرد و در همان حال، جز در خدمت کلیت مرکز قابل تصور نخواهد بود.

تعریف مفهوم های هارمونیک و ارگانیک به عنوان هدف های مدل آینه گون مرکز آینده پژوهی

دوم) جایگاه فلسفه، منطق و نقطه ی عزیمت نظام: ما در انتهای بخش قبلی (به تبع از گزارش فاز سوم) میان سه مفهوم تمایز گذاشتیم: (۱) هستی بی تفاوت، (۲) هستی با تفاوت و (۳) هستی تفاوت یافته. بیان داشتیم که مراد ما از هستی بی تفاوت همان نور در مدل آینه هاست، هستی متفاوت کننده همان آینه است که منجر به انعکاس می شود و در نهایت هستی تفاوت یافته همان انعکاس است از آن رو که چیزی در آینه موجود می شود که دیگر همان نور اولیه نیست. این نظام به خودی خودش می تواند به عنوان نظامی از علوم تلقی گردد؛ لکن این سوال باقی ماند که «نقش فلسفه» در بنیادگذاری علوم کجاست؟ فلسفه چگونه می تواند برای علوم دیگر «موضوع» و «غایت» را تقویم کند و به آن ها جهت پژوهش را عطا کند؟ در واقع اگر ما از مدل سه گانه ی «نور، آینه و انعکاس» سخن می گوئیم، فلسفه در کجای این مدل گنجانده می شود؟ اگر فلسفه آینه است، پس دیگر علوم که آن ها را

آنتولوژی‌های منطقه‌ای خواندیم چه هستند؟ و اگر علوم آینده‌ها هستند (چنانچه در انتهای بخش قبل گفتیم) پس فلسفه چه جایگاهی در بنیان‌گذاری را به خود اختصاص می‌دهد؟

بنیان‌گذاری فلسفه به چه معناست؟

پیش از این گفته شد که به صرف فلسفه نه می‌توان امر تکنولوژیک را ساخت و نه می‌توان در حوزه‌های سیاسی و اجتماعی ورود دقیق و جزئی کرد. ما در ضمن تدوین بنیادهای هر علم به نحوی به ابژه‌ی فلسفه که همان هستی است قیدی را می‌زنیم. از این رو علوم در ضمن ارتباطشان با فلسفه ممکن می‌گردند. اگر این هستی تفاوت را آنتولوژی محض بدانیم بنیادهای علوم در واقع آنتولوژیهای منطقه‌ای هستند که متباین با فلسفه محض نیستند و از آن برآمده‌اند و هم امری غیر از آن و جزئی‌ترند.

فلسفه است که زمین منطقه‌های آنتولوژیک علوم را مهیا می‌کند

پاراگراف بالا فلسفه را چون «مادری» که علوم دیگر در دامن او پرورده می‌شوند معرفی می‌کند. فلسفه بدل به علمی می‌شود که از هستی بی‌تفاوت سخن می‌گوید و سپس در مسیر خودش علوم دیگر را نیز تقویم می‌کند. ما در این بخش علاوه بر مسئله‌ی ارتباط ارگانیک میان گروه‌های علمی مرکز آینده‌پژوهی، در پی آن هستیم که جایگاه فلسفه به عنوان قلب تپنده‌ی ارگانیک در این نظام را نیز تبیین کنیم. در حقیقت در هر نظام ارگانیکی بایست سلسله مراتب به درستی تعیین شوند و نسبت میان ارگان‌ها با دقت تبیین گردد تا شاهد فروپاشی بدن سازمانی نباشیم. به واسطه‌ی همین هدف است که تنها از خلال نقش بنیان‌گذار فلسفه می‌توانیم نسبت میان «نور، آینه و انعکاس» را تبیین کنیم.

فلسفه نقش قلب تپنده‌های منطقه‌های علمی را بازی می‌کند که کل ارگانیسم را زنده نگاه می‌دارد چونان که پیش‌تر نیز بارها اشاره شده است، فلسفه در نظام حاضر نقش بنیان‌گذاری را بر عهده دارد. اکنون بایست این بنیان‌گذاری را با جزئیات بیش‌تری تعریف کرد: مراد ما از بنیان‌گذاری در یک نظام آینه‌گون ساختار ذاتی فلسفه در شکل‌دهی به «آینه‌های روبرو» است.

بنیان‌گذاری فلسفه: شکل‌دادن به آینه‌های روبرو

در کل این بخش با تفصیلی مناسب جزئیات این تعریف را آشکار خواهیم کرد و نشان خواهیم داد که چگونه فلسفه آینه‌های روبروی خودش را به مثابه‌ی علوم تقویم می‌کند و به آن‌ها را به «منطقه‌های متفاوت‌کننده» بدل می‌سازد.

لکن لازم است که در همین ابتدا میان دو مفهوم «بنیان‌گذاری» و «تاسیس» تمایزی مهم قائل شویم. بنیان‌گذاری^۱ غیر از تاسیس^۲ است. اشاره شد که مراد از آینه در این گزارش همان گروه‌های علمی مرکز آینده‌پژوهی است. حال سوال این است که چه کسی جز همین مرکز دست به تاسیس این آینه‌ها زده است؟ پر مسلم است که فلسفه نمی‌تواند دست به تاسیس یا ساختن یا برپاسازی یک آینه بزند. فلسفه نمی‌تواند تعیین کند که هر کدام از آینه‌های یک نظام سازمانی دقیقن با چه اشکالی هستند و با چه ویژگی‌هایی باید حضور داشته باشند. مراد از تاسیس نیز همین است. **تاسیس آینه یعنی برپاسازی یک آینه به مثابه‌ی یک سازوکار علمی جهت پژوهش‌های مشخص.** لکن زمانی که از بنیان‌گذاری آینه‌ی روبرو سخن می‌گوییم از چیزی بالکل متفاوت سخن می‌گوییم. هر آینه‌ی در خلا همواره برای خودش یک آینه‌ی صرف باقی خواهد ماند که انوار رسیده به خویش را در درون خویشتن منعکس می‌سازد. لکن تنها آن هنگام یک آینه به یک «آینه‌ی روبرو» بدل می‌شود که آینه‌ای دیگر در یک نسبت مشخص^۳ نوری را به داخل آن بتاباند. بدین ترتیب، فلسفه تا آن جایی بنیان‌گذار گروه‌های مرکز آینده‌پژوهی است که آن‌ها را نه به یک آینه، بلکه به یک آینه‌ی روبرو، به یک نظام ارگانیک-هارمونیک از آینه‌ها بدل می‌سازد. بنابراین فلسفه به مثابه‌ی یک دانش تحلیل امر سایبر (نور) یک آینه است و با دیگر علوم تاسیسی تفاوتی ندارد اما تا آن جایی که فلسفه بنیان‌گذار دیگر علوم می‌شود (دیگر علوم را به آینه‌های روبروی خود بدل می‌سازد) یک علم یا آینه‌ی بنیان‌گذار است. همان‌طور که وعده داده شده بود در این بخش این مسئله را به تفصیل بیان خواهیم کرد.

تمایز میان بنیان‌گذاری و تاسیس

پیش از آن که وارد تفصیل بحث شویم، نیاز به آن داریم که نقطه‌ی عزیمت و شروعی را برای خویش تقویم کنیم. نقطه‌ای که بتواند در ادامه‌ی فصل گذشته باشد و ما را تا پایان این فصل به پیش راند. این نقطه همان نقطه‌ای است که در مقدمه‌ی فصل پیشین نیز بدان اشاره شد:

این پژوهش برای پرهیز از دعوای فلسفی ... نقطه‌ی آغاز خودش را نه بر «فلسفه‌ی فضای سایبری» بلکه بر نسبت «امر سایبری» و «فلسفه» می‌گذارد. بنا بر این منطق، این پژوهش با پرسش از «چگونگی تولید فلسفه‌ی فضای سایبری» نقطه‌ی آغاز خودش را این‌چنین وضع می‌کند:

۱. Grounding

۲. Founding

۳. و این نسبت همان نسبت سازمانی است.

اول) امر سایبری وجود دارد

دوم) فیلسوفان به چنین اموری می‌اندیشند.

سوم) ره‌آورد این اندیشه، «فلسفه» است.

ما در تصویری ساده این نقطه‌ی عزیمت را چنین نمایان ساختیم:



۳۴. بخش ۳، شکل ۱: آغاز حرکت فاز دوم

با توجه به تکرار این نقطه‌ی عزیمت و تفاوت در هدف این فصل روشن خواهد بود که در فصل حاضر ما از این نقطه‌ی عزیمت نه به سمت چارچوب‌های مفهومی و تحقیقی، بلکه به سمت یافتن یک نظام سازمانی حرکت خواهیم کرد. در حقیقت ما با استعانت از این نقطه‌ی عزیمت در پی آن هستیم که نحوه‌ی بنیان‌گذاری خود فلسفه‌ی سایبر برای دیگر علوم سایبر را تشریح کنیم: این که چگونه آینده‌های روبرو در مقابل فلسفه قرار می‌گیرند؟ این که چگونه کلیت ارگانیک نظام مرکز آینده‌پژوهی حفظ می‌شود؟ و این که چگونه این کلیت ارگانیک می‌تواند در وضعیتی هارمونیک به حرکت خودش ادامه دهد؟

تبیین و وضع نقطه‌ی عزیمت

نور و امر سایبر

امر سایبر چیست جز نور؟ نور بی‌تفاوت؟ هستی بی‌تفاوت؟

در هر مدل آینه‌گون ابتدا بایست سرچشمه^۴ و منشاء را پیدا کرد. هم در نظام افلاطونی (خورشید)، هم در نظام کانتی (آپاراتوس) و هم در نظام نوروساینتیفیکی که یادش به میان آمد (سینگال‌های ورودی) همواره چیزی خارج از آینه وجود دارد که خودش را به آینه (آتش، آگاهی و مغز) می‌رساند و در نهایت در عمق آن منعکس (سایه، آگاهی بی‌واسطه و سیگنال‌های خروجی) می‌گردد. ما در هر نظام آینه‌گون چنین چیزی را خود «نور» می‌خوانیم. یعنی آن چیزی که هر چه در پی می‌آید صرفن به واسطه‌ی وجود و هستی اوست.

در هر مدل آینده گون بایست سرچشمه و نور را پیدا کرد

با توجه به این توضیح روشن خواهد بود که امر سایبر در نظام سازمانی مرکز آینده پژوهی همان نور است. همان نوری که وارد این نظام می شود و بنا بر طریق و جهتی که ما بدان می دهیم، خودش را در طیف های مختلف رنگی^۵ آشکار می سازد.

نور در هر منطقه ی آنتولوژیکی خودش را در یک طیف خاص نشان می دهد

تمثیل میان نور و امر سایبر به خصوص از آن رو برقرار می شود که تاکید بر «بی تفاوتی نور و امر سایبر» رخ دهد. می دانیم که در فیزیک اگر مانعی بر سر راه نور نباشد، نور خط مستقیم حرکت خویش را با سرعتی سرسام آور ادامه می دهد. حرکت و سرعت نور بی تفاوت ترین امر جهان انضمامی ماست. نور بی تفاوت به هر چیزی که بر سر راهش قرار می گیرد به پیش می رود و حتی اگر مانعی هم بر سر راهش باشد، تفاوت سرعتی در کار نخواهد بود؛ حال زمانی که می گوئیم «تفاوت سرعتی در کار نیست» پس در واقع چنین می گوئیم: نور در حرکت پس از برخوردش نیز بی تفاوت است.^۶

نور بی تفاوت حرکت خودش را بی تفاوت به هر مانعی ادامه می دهد

امر سایبر نیز در حرکت و سرعت خودش نسبت به هر چیزی بی تفاوت است. اهمیتی ندارد که ما در مرکز آینده پژوهی چه تحلیل های شگرفی از کامپیوترها ارائه دهیم یا چه نقشه گذاری هایی برای آینده ی موبایل تقویم کنیم: این کامپیوتر، این موبایل، این بازی و ... همگی نسبت به تمام این عملیات بی تفاوت هستند. برای یک کامپیوتر اهمیتی ندارد که تحلیل فلسفی از او چیست: او کار خودش را انجام می دهد و وقتی خراب شد به زباله دانی می پیوندد.^۷ خود کامپیوتر، خود موبایل، خود اینترنت و خود هر امر سایبری قابل فرضی نسبت به هر تحلیل علمی بی تفاوت است.^۸

^۵یا در واقع: علمی.

^۶به همین جهت است که فیزیک می تواند قوانین مشخصی را بر نور بار کند. حرکت بی تفاوت نور یعنی آن حرکتی که همواره بدون توجه به عوامل خارجی ادامه پیدا می کند؛ ولو آن که مانعی بر سر راه باشد یا نباشد. حرکت بی تفاوت حرکت قابل پیش بینی است.

^۷اهمیتی ندارد که شما چه مسئله ی غامضی (مانعی) را در برابر کامپیوتر (نور) قرار دهید: کامپیوتر به بی تفاوتی ترین حالت ممکن همان کاری که بلد است را انجام می دهد.

^۸ممکن است این پرسش شکل گیرد که آیا مراد ما آن است که تحلیل های علمی در نهایت تاثیری بر وضعیت امور سایبر نخواهند داشت؟ آیا ما در حال انجام کار عبثی هستیم و در نهایت این جبر امر سایبر است که ما را در خودش خواهد بلعید؟ پاسخ خیر است. بایست گفت که هر چند «امر سایبر متحقق» نسبت به ما و تحلیل های علمی ما کاملن بی تفاوت است اما آیا می توان همین مسئله را در مورد «امر سایبر در آینده» نیز بیان کرد؟ امر سایبر در آینده جز در تحلیل های علمی و جز در پژوهش های نظری و آینده نگری های تکنیکی، در کجا موجود است؟ بدین عنوان همان طور که در ادامه ی این نوشته توضیح خواهیم داد، امر سایبر در آینده امری است که در یکی از آینده های منعکس کننده ی امر سایبر فعلی وجود دارد. حال زمانی که به آبرونیک ترین وجه ممکن یک انعکاس درون آینده از آینده خارج شود، آن گاه امر سایبر در آینده (امر سایبر با تفاوت) به امر سایبر فعلی (امر سایبر بی تفاوت) بدل خواهد شد.

امر سایبری نیز به عنوان یک نور نسبت به تحلیل‌های علمی ما بی تفاوت است

بدین عنوان روشن است که در نظام آینه‌گون ما هستی بی تفاوت همان امر سایبری است که وارد این نظام می‌شود و بایست دید که در هستی‌های منطقه‌ای یا همان آینه‌ها چه بر سر این نور می‌آید و چه انعکاسی از آن شکل می‌گیرد. تنها از خلال این پرسش است و پیش‌رفتن قدم به قدم است که می‌توان چارچوب و نظام منسجمی از نسبت میان گروه‌های مرکز آینده‌پژوهی را ارائه داد.

بایست دید که نور در هستی‌های منطقه‌ای به چه چیزی تبدیل می‌شود

پیش از قدم گذاشتن به زیربخش بعدی تذکری لازم است: همان‌طور که از ادامه‌ی متن برمی‌آید چهار زیربخش ابتدایی متن حاضر بر پایه‌ی چهار زیربخش بخش دوم فصل اول تدوین شده‌اند. ابتدایی‌ترین زیربخش آن فصل که آن را «شبکه‌ی اتمی سوالات سایبر» خوانده بودیم به این امر اشاره داشت که اولین مرحله‌ی پژوهش فلسفی شناخت سوالات فلسفی امر سایبر است. لکن اکنون خود امر سایبر را به عنوان نور و مرحله‌ی «بی تفاوتی» تقویم کرده‌ایم. آیا اولین مرحله‌ی پژوهش فلسفی که به سوالات امر سایبر می‌پردازد یک وضعیت با تفاوت است یا یک وضعیت بی تفاوت؟ چه تمایزی میان بی تفاوتی امر سایبر و سوالات امر سایبر وجود دارد؟ ذکر این تذکر لازم است که در تحلیل نهایی میان «امر سایبر» و «سوال از امر سایبر» (چونان که در همان فصل به آن اشاره شده بود) تمایز شگرفی نیست:

کُتِبَت میان فصل اول و فصل دوم این نوشته

«می‌توان از سه سطح از شبکه‌ی سوالات امر سایبر سخن راند. در سطح اول آن دسته از سوالاتی قرار دارند که مستقیم‌ترین توسط خود امر سایبری برانگیخته می‌شوند. در سطح دوم سوالاتی را مشاهده می‌کنیم که به حسب شبکه‌ی میان سوالات سطح اول ایجاد شده‌اند و در نهایت سطح سوم سوالات که باز هم به حسب نسبت‌های میان سوالات پیشینی ایجاد شده‌اند. لازم به ذکر نیست که این سطوح از سوالات می‌تواند به نحو دامن‌داری به سمت عمق حرکت کند. لکن به هر روی باید به خاطر داشت که یک امر سایبری چگونه با ایجاد سوال به سوالات سطح بعدی دامن می‌زند. ما این سطح از روابط داخل امر سایبری را سطح اتمی می‌خوانیم. چرا که در این سطح تنها خود امر سایبری (و سوالاتش) اهمیت دارد.

در متن بالا ما سطح اول پژوهش را چنین تعریف کرده‌ایم: «این سطح از روابط داخل امر سایبری را سطح اتمی می‌خوانیم». در حقیقت سطح سوالات امر سایبر چیزی خارج از خود امر سایبر نیست بلکه در همان بی تفاوتی و در همان حرکت و در همان هستی‌اش ملحوظ است. زمانی که می‌گوییم فلسفه به «هستی بی تفاوت» می‌پردازد از آن دانشی سخن می‌گوییم که به همین ویژگی‌ها و سوالات بی تفاوت داخل خود امر توجه می‌کند و نه آن ویژگی

های تفاوت یافته در نظام‌های علمی. بدین عنوان سوالات امر سایبر در فلسفه به همان اندازه بی تفاوت هستند که خود امر سایبر بی تفاوت است: چه آن که این دو در واقع یک چیز هستند.

سطح اتمی: سوالات امر سایبری به همان اندازه بی تفاوت هستند که خود امر سایبری بی تفاوت است

سطح انعکاسی و مفاهیم منحصر به فرد

در گزارش فاز سوم و همچنین در این گزارش بیان داشتیم که فلسفه آن علمی است که به هستی بی تفاوت یا «وجود بماهو وجود» می پردازد. موضوع فلسفه خود سوالات ملحوظ در بی تفاوتی نور است؛^۹ لکن موضوع یک دانش نبایست ما را در پیدا کردن ذات یک دانش گمراه سازد. این که فلسفه به بی تفاوتی هستی می پردازد یک چیز است و این که خود فلسفه به مثابه‌ی یک دانش در درون خودش تفاوت‌ها را رقم می زند یک چیز دیگر است. در همین نقطه است که مدل آینه به یاری ما می شتابد.

فلسفه به هستی بی تفاوت می پردازد اما خودش تفاوت‌زاست

شی‌ای را در مقابل یک آینه تصور کنید: مثلن شمع. شی بی تفاوت در درون خودش در حال حرکت در مسیرهای زمانی و مکانی است و از خودش نور ساطع می کند. شمع آن امر بی تفاوت است اما آینه چه؟ آینه از آن رو که یک شی یا امر است بی تفاوت است اما از آن رو که «منعکس کننده» یک نظام و ساختار «متفاوت کردن» نیز هست. شمع بی تفاوت روبروی آینه چه تفاوتی با شمع منعکس شده‌ی درون آینه دارد؟ بلاشک ما می دانیم که این دو امر، دو چیز هستند پس تفاوتی رغم خورده است: پس تغییری شکل گرفته است و پس حرکت با تفاوتی رخ داده است. روشن است که این تفاوت تنها به خاطر ساختار صیقل گونه و سطح منعکس کننده‌ی آینه رخ داده است: سطح متفاوت کننده.

سطح یک آینه همان سطح متفاوت کردن یک امر بی تفاوت است

چنانچه در گزارش فاز دوم آمد سطح انعکاس دهنده در فلسفه یا آن چیزی که می تواند تفاوتی را در امر سایبر ایجاد کند آن فیلسوفی است که می تواند فلسفه‌ی سایبری‌ای را برپا سازد. دار حقیقت فیلسوف کسی است که سطح صیقلی یا فلسفه را می سازد و سطح صیقلی آن سطحی است که در درون خودش مفاهیم منحصر به فردی

^۹ ساده ترین سوال فلسفی (دانش پرداختن به هستی بی تفاوت) از نور چنین است: چرا نور و هستی بی تفاوت است؟

^{۱۰} در بخش سوم و پنجم گزارش دوم به تفصیل بیان کرده ایم که چگونه یک فیلسوف می تواند در نسبت با کلیت جهان فلسفه ای در باب امر سایبر را پیش بکشد.

را به مثابه‌ی انعکاس‌های امرِ سایبر در خودش گنجانده است. «شبکه‌ی هسته‌ای مفاهیم یک فلسفه» آن انعکاس‌هایی است که هستی بی‌تفاوتِ امرِ سایبر را در درونِ خودش منعکس می‌کنند و با مفهومی کردنِ آن‌ها به آن‌ها تمایز و تفاوت می‌دهند. سطحِ انعکاسی یک فلسفه به مثابه‌ی فلسفه است از آن رو که تواناییِ متفاوت کردنِ یک امرِ بی‌تفاوت را در خودش جای داده است: تواناییِ ساختنِ یک مفهومِ انعکاسی. به همین دلیل است که اولین قدمِ پژوهش در فلسفه‌ی سایبر شناختِ این سطح‌های انعکاسی و شناختِ مفاهیمِ انعکاسیِ آن‌ها بود.

مفاهیم منحصر به فردِ فلسفی سطحِ انعکاسی آینده‌ی فلسفه هستند که امرِ سایبر بی‌تفاوت را متفاوت می‌کند: تواناییِ ساختنِ یک مفهومِ انعکاسی

ما از آن رو از شبکه‌ی مفاهیمِ منحصر به فردِ یک فیلسوف سخن می‌رانیم که شبکه‌ی مفاهیم در کنارِ یکدیگر به سوالاتِ امرِ سایبر پاسخ می‌داند:

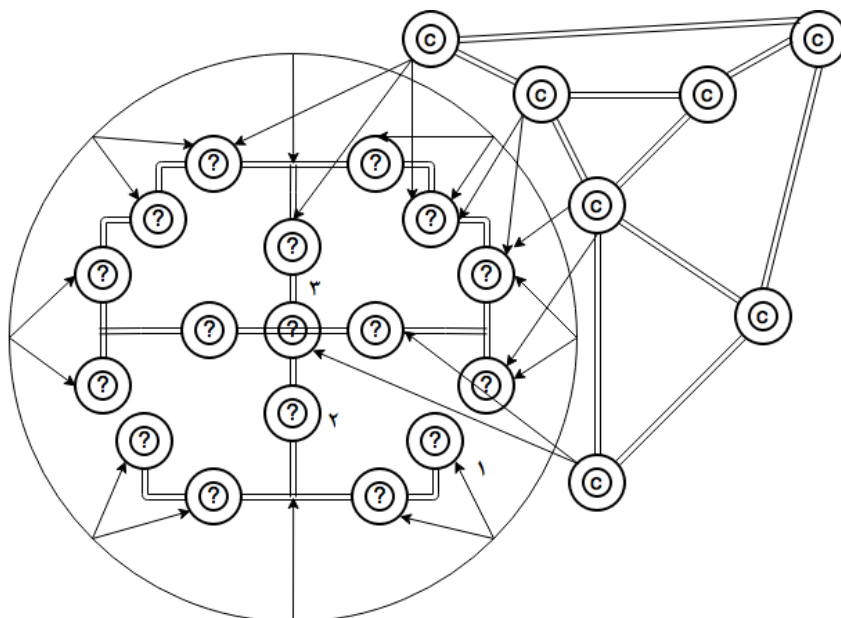
شبکه‌ی مفهومیِ یک فلسفه، مجموعه‌ای از مفهوم‌هاست که در کنارِ یکدیگر پاسخی به سوالاتِ یک امرِ سایبری یا فضای سایبری را فراهم می‌آورند

در مدلِ آینده‌ای این گفته جز بدان معنا نیست که مفهوم‌ها هر کدام اجزایی هستند که در کنارِ یکدیگر و به مثابه‌ی یک شبکه، «خودِ امرِ سایبر»^{۱۱} را منعکس می‌سازند. در واقع اگر از شمعِ روبرویِ آینه به عنوانِ یک مثالِ ملموس و فیزیکی سخن می‌گوییم باید بدانیم که بازنمایی و انعکاسِ شمع در آینه‌ی فلسفه نه مانندِ یک آینه‌ی ملموس بلکه در چارچوب و بافتِ مفاهیم رخ می‌دهد. همان‌طور که در آینه تمایزِ نورِ زرد از نورِ سفید منعکس‌کننده‌ی دو ویژگیِ متمایز از شمع است (زرد بودنِ آتشِ روشن بر شمع و سفید بودنِ ساقه‌ی شمع)^{۱۲}، دو مفهومِ متمایز که یک فیلسوف در فلسفه‌ی خویش در بابِ امرِ سایبر به کار می‌برد، منعکس‌کننده‌ی دو ویژگیِ متمایزِ فلسفی (هستی بی‌تفاوتِ امرِ سایبر) هستند. شکلِ زیر که در فصل اول آمد به خوبی نشان می‌دهد که چگونه همان‌طور که یک آینه نمی‌تواند «پشتِ یک شمع» را منعکس کند، یک فلسفه نیز نمی‌تواند به همه‌ی ویژگی‌های یک شیء بپردازد و امرِ سایبر را از ساحت‌هایی خاص بررسی می‌کند:

۱۱. گفته شد که تمایزِ شگرفی میانِ امرِ سایبر و سوالاتِ امرِ سایبر موجود نیست.

۱۲. نورِ زرد، سفید و ... در کنارِ یکدیگر شبکه‌ای از رنگ‌های منعکس‌شده در آینه را می‌سازند.

نظام هر فیلسوف امر سایبری را به نحوی خاص متفاوت یا منعکس می کند



۳۵. بخش ۳، شکل ۲: شبکه‌ی مفاهیم منحصر به فرد یک فیلسوف

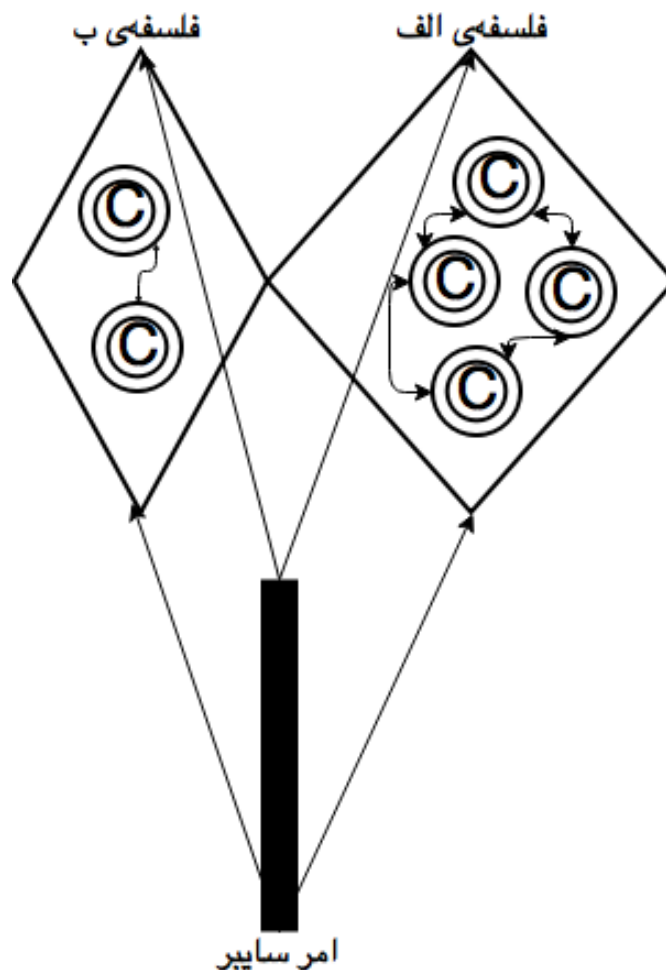
بدین ترتیب باید دانست که هر فلسفه‌ی خاص با مفاهیم خاص خودش در مدل آینه‌گون بازنمایی‌کننده‌ی امر سایبر به وجه فلسفی است. هر فلسفه یک سطح انعکاسی یا آینه است که بنا بر ویژگی‌های خاص خودش^۳ امور یا فضای سایبر را درون مفاهیم خودش منعکس می‌کند.

روشن است که میان انعکاس یک امر سایبر در یک فلسفه و انعکاس همان امر در یک فلسفه‌ی دیگر تمایزاتی را شاهدیم. یک فلسفه یک امر سایبر را خیر می‌داند و فلسفه‌ای دیگر آن را شر محض. این امر به چه علت رخ می‌دهد؟ پاسخ در همان سطح صیقلی یا «ویژگی‌های بازنمایی‌کننده» یا «بنیان‌های فلسفی» است. ما به تفصیل از این بنیان‌ها سخن رانده‌ایم. در گزارش فاز دوم بیان کرده‌ایم که چگونه یک فیلسوف در ارتباط با جهان و در ارتباط با مکتب فلسفی خودش، تحصیلات فلسفی خودش و ... در نهایت می‌تواند دست به تولید یک سطح صیقلی زده و امر سایبر را به مثابه‌ی یک فلسفه منعکس کند. بدین عنوان بنا بر شرایطی که یک آینه شکل می‌گیرد^۴ انعکاس آینه نیز متفاوت خواهد بود. شکل زیر همین مسئله را بیان می‌کند؛ چه آن که می‌بینیم در فیلسوف ب، به جهت نبودن حجم کافی تنها دو مفهوم در نسبت با امر سایبر شکل گرفته است:

۵: دلیل تمایز بودن انعکاس‌های فلسفه‌های مختلف: شرایط شکل‌گیری یک آینه

۳. ویژگی‌هایی که قوام‌بخش فلسفه هستند و نیاز نیست در این متن به تفصیل بدان‌ها اشاره کنیم.

۴. همان‌گونه که در آینه‌های فیزیکی میان آینه‌ی محدب و مقعر تمایز می‌گذاریم: چرا که امر انعکاس‌یافته در هر کدام از آن‌ها متفاوت از دیگری است.



۳۶. بخش ۳، شکل ۳: روابط آینه‌گون مفاهیم منحصر به فرد فلاسفه

در نهایت باید به خاطر داشته باشیم که مهم‌ترین عامل تمایز میان فلسفه‌ها، تمایز میان سطح‌های صیقلی، انعکاسی یا همان آینه‌هاست. به واسطه‌ی همین سطح‌هاست که دو فلسفه از یکدیگر متمایز می‌شوند.

بزرگ آینه‌ها و مفاهیم مشترک

در خلال گزارش فاز دوم بیان کردیم که نمی‌توان از «یک یا دو یا سه یا هر چند فلسفه‌ی سایبر» به خود «فلسفه‌ی سایبر» رسید. میان فلسفه‌های سایبر و فلسفه‌ی سایبر شکافی عظیم برقرار است.^۵ هر چند ما چاره‌ای جز آن نداریم که کار خودمان را از فلسفه‌های سایبر آغاز کنیم اما برای رسیدن به فلسفه‌ی سایبر و به چنگ آوردن فهمی

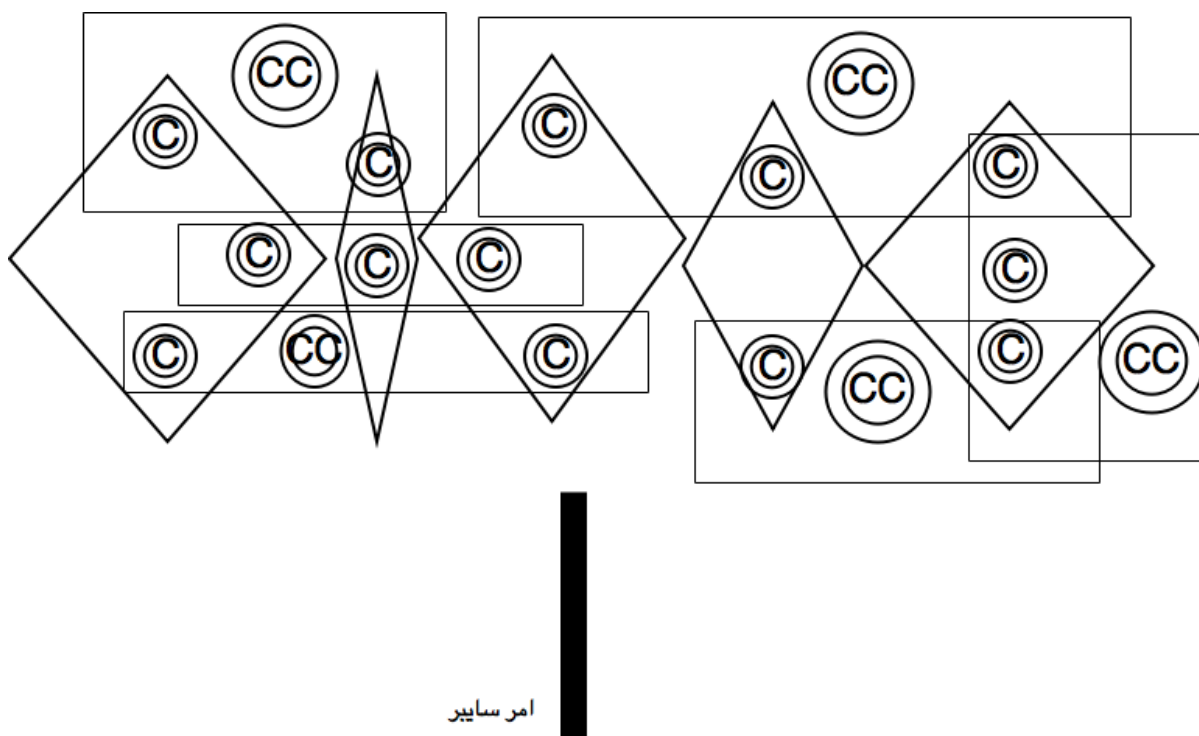
^۵ همان‌گونه که میان هستان‌ها و هستی شکافی وجود دارد.

از این فلسفه باید مسیر را ادامه داد. در گزارش فاز دوم بیان کردیم که این مسیر پیدا کردن مفاهیم مشترک میان فلاسفه است:

چنانچه تاریخ فلسفه به خوبی گواه این مدعاست، مفاهیم خاص هر فیلسوف به همان اندازه که مختص به وی هستند، متعلق به مجموعه‌ی بزرگ‌تری از مفاهیم نیز هستند. این مجموعه از مفاهیم مجموعه‌ی مشترکی است که در زبان تقویم می‌شود و اجازه‌ی مفاهمه و ارتباط دو فیلسوف با یکدیگر را می‌دهد. فی‌المثل فیلسوف الف و ب از مفهوم «حرکت جوهری» در شبکه‌ی فلسفه‌ی خویش استفاده می‌کنند. هر کدام از این دو فیلسوف این مفهوم را به معنای خاصی مراد می‌کنند که هیچ شباهتی با یکدیگر ندارد (فیلسوف الف می‌گوید این حرکت امکان ندارد و فیلسوف ب می‌گوید همه چیز حرکت جوهری است). اما به هر روی این مفهوم ذیل دو مفهوم عام‌تر «حرکت» و «جوهر» قرار می‌گیرد. بدین ترتیب هر کدام از این دو برای آن که بتواند به آن دیگری بگوید «وجود دارد» یا «وجود ندارد» باید دو مفهوم حرکت و جوهر را تبیین کنند. بدین ترتیب مفاهیم ناهم‌معنای دو فیلسوف در دو مفهوم واحد با یکدیگر برخورد می‌کنند.

خط آخر این نقل قول تفاوت یا ناهم‌معنایی مابین مفاهیم دو فلسفه را در گروی برخورد و در نهایت اشتراک آنها در یک وضعیت بزرگ‌تر از مفاهیم قرار می‌دهد. این اشتراک بزرگ‌تر خود جریان فلسفه است اما نه یک فلسفه‌ی خاص. به بیان دیگر این اشتراک بزرگ‌تر بزرگ‌آینه‌ای است از وضعیت فلسفه که از سطوح صیقل‌خورده‌ی گوناگونی که در تاریخ فلسفه یافت شده‌اند تشکیل شده است. شکل زیر این وضعیت را بازنمایی می‌کند:

شبکه‌ی پوسته‌ای: آینه‌ای متشکل از آینه‌های جزئی‌تر



۳۷. بخش ۳، شکل ۴: مفاهیم مشترک و ساختار آن‌ها به عنوان بزرگ‌آینه‌ها

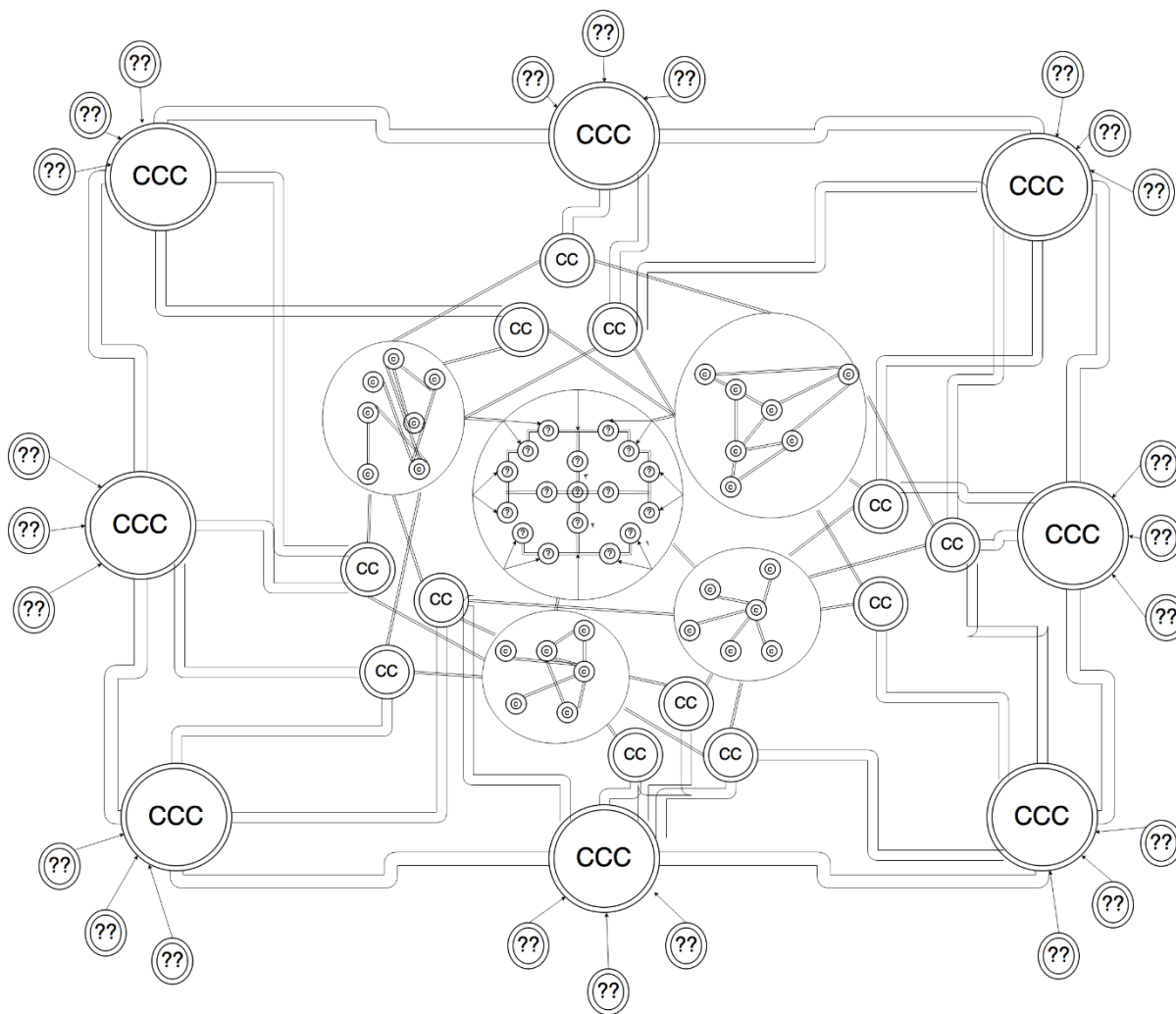
در تصویر بالا سطوحِ لوزی‌شکل نمایان‌گر سطوحِ صیقلی یا آینه‌های هر فلسفه هستند و از سویِ دیگر سطوحِ مستطیل‌شکل نمایان‌گر سطوحِ صیقلی یا آینه‌های مفاهیمِ مشترک (CC) هستند. بایست توجه داشت که بزرگ‌آینه‌های مفاهیمِ مشترک صرفن «مجموعه‌ی سطوحِ نامتوازنِ فلسفه‌های متمایز» نیستند. بلکه آن‌ها خودشان حاملِ سطوحِ انعکاسی‌ای هستند که در طولِ تاریخ کسب کرده‌اند. مفهومِ مشترکی مانندِ مفهومِ جوهر یا حرکت صرفن از خلالِ مفاهیمِ منحصر به فرد فهمیده نمی‌شود بل آن که شایسته‌ی آن‌ها در طولِ تاریخ به عنوانِ «منعکس‌کننده‌ی چیزها» در کارِ هر فیلسوفی که به نحوِ فلسفی به امورِ بی‌تفاوت می‌نگرد تأثیر می‌گذارد. به همین دلیل است که هر فیلسوفی بنا بر همین مفاهیمِ مشترک دست به فلسفه‌ورزی می‌کند و سطحِ منحصر به فردی را بر سطحِ نامتوازنِ بزرگ‌آینه‌های مفاهیمِ مشترک ایجاد می‌کند.

مفاهیمِ مشترک بزرگ‌آینه‌هایی هستند که در طولِ تاریخِ فلسفه‌ی سایبر قوام یافته‌اند

اکنون ما می‌دانیم که فلسفه در سطحِ «یک فلسفه‌ی خاص» و «مفاهیمِ مشترک» چگونه منعکس‌کننده‌ی امورِ بی‌تفاوت در عالم است. لکن ما هنوز به فلسفه بماهو فلسفه نرسیده‌ایم. سطحی که اکنون در آن قدم زدیم صرفن سطحی تاریخی از مفاهیم بود و نه فلسفه فارغ از هر نوع مفهوم. در قدمِ بعدی شایسته‌ی «ابراینه‌ها» و جایگاهِ فلسفه سازیِ آن‌ها را تبیین خواهیم کرد.

ابراینه‌ها و ابرمفاهیم

در فصل قبل ما ابرمفاهیم را در مدل شبکه‌ای و ذیل ارتباطات میان سوال‌ها، مفاهیم منحصر به فرد و مفاهیم مشترک طرح کردیم. شبکه‌ای که کلی‌ترین وضعیت فلسفه را در خودش جای داده است:



۳۸. بخش ۳، شکل ۵: شبکه‌ی ابرمفاهیم

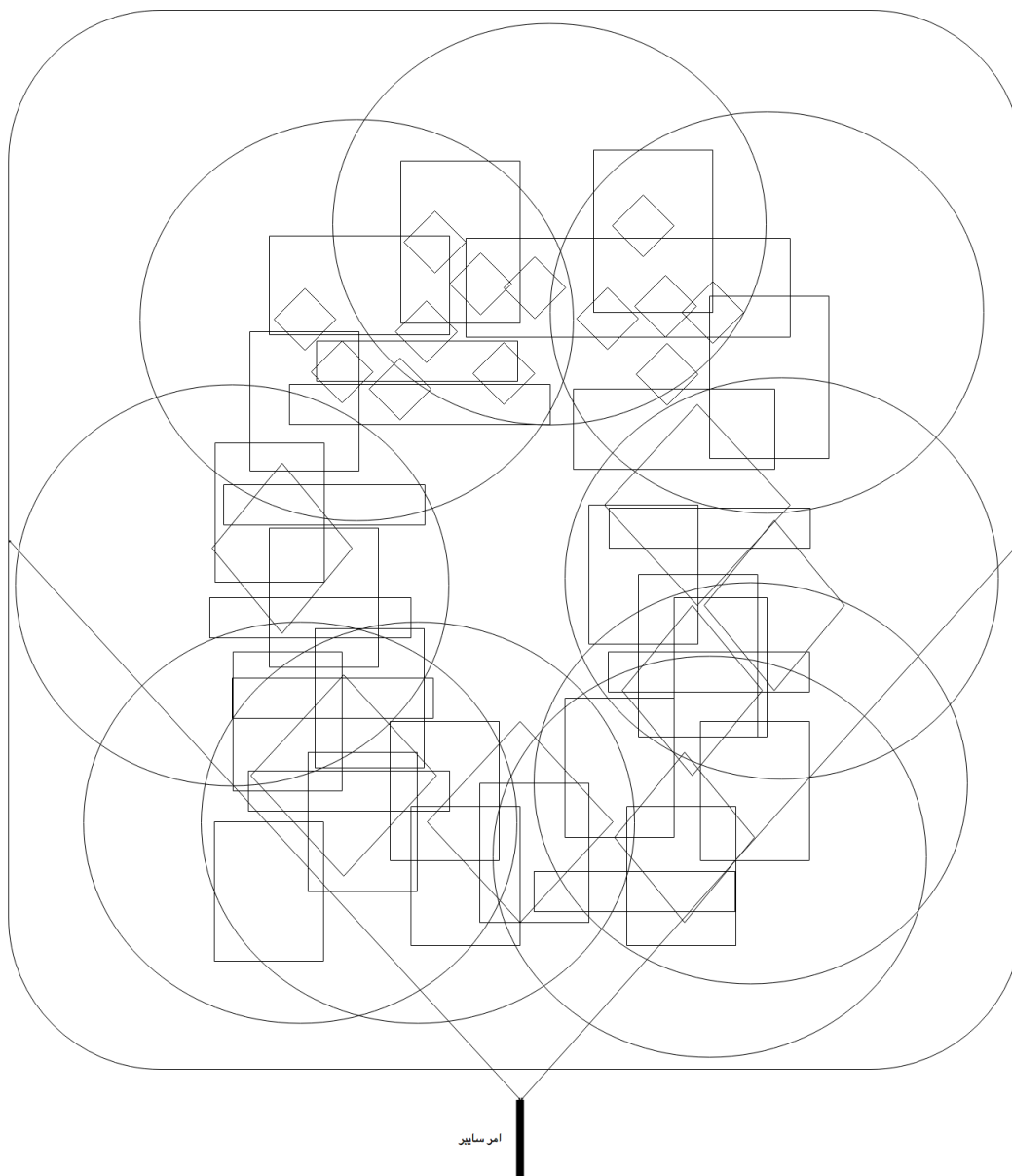
این نمای انتزاعی از شبکه‌ی جامع فلسفه‌ی سایبر به ما فهمی از آنچه که در فلسفه‌ی سایبر می‌گذرد را عطا کرد. ساختاری که روابط مختلف را در خویش گنجانده بود و کارآیی ابرمفاهیم را این‌چنین بیان می‌کرد:

اگر بناست که یک چارچوب مفهومی به مثابه‌ی یک «چارچوب» عمل کند، این چارچوب بایست توان آن را داشته باشد که در درون خودش وحدتی را میان هر مسئله و مفهوم ممکن برقرار سازد. چنین چارچوبی وحدتی کاربردی را به کل پروژه‌ی تحقیقاتی عطا می‌کند و به واسطه‌ی آن است که می‌توان نسبت هر چیزی را با چیزهای دیگر سنجید. بدین ترتیب، چارچوب مفهومی یک دستگاه انتظام‌بخش و نسبت‌بخش است و چنین دستگاهی در فلسفه

محقق نمی‌شود مگر آن که حوزه‌های فلسفی به درستی تبیین گردند و دغدغه‌های بنیادین آن‌ها مورد کنکاش قرار گیرد.

شبکه‌ی ابرمفاهیم فلسفی نقش‌گیره‌ها و چارچوب‌های بنیادین یک چارچوب فلسفی را بازی می‌کردند. وضع آن‌ها مساوی با وحدت کل سیستم مفهومی-تحقیقی بود و بنا بر آن بود که می‌توانستیم از یک تحقیق منسجم سخن بگوییم. اما اکنون که مسئله بر سر نسبت میان علوم و گروه‌های خاص است، بایست از شان منعکس‌کننده، متفاوت‌کننده و آینه‌گون ابرمفاهیم سخن بگوییم. یعنی آن جایی که ابرمفاهیم به ابرآینه‌هایی بدل می‌شوند که کلیت فلسفه بماهو فلسفه را همراه با خود حمل می‌کنند:

شبکه‌ی جوی ابرآینه‌ای است که تمامیت فلسفه‌ی سایبر را متحقق می‌کند: انعکاس تمامیت امر سایبر در تمامیت فلسفه‌ی سایبر



۳۹. بخش ۳، شکل ۶: ابرمفاهیم به عنوان ابرآینه‌های متفاوت‌کننده‌ی امر سایبر

این گونه است که امر سایبر بی تفاوت در مقابل آینه‌ی متفاوت‌کننده و دهشتناک فلسفه قرار می‌گیرد و در نهایت فلسفه‌ی سایبربرساخته می‌شود. آینه‌ی فلسفه نمایی است تمام‌قد از امر سایبر آن گونه که هستی بی تفاوت را واجد است اما نه آن نمایی که یک آینه‌ی معمولی نمایان می‌سازد بل آن نمای فلسفی‌ای که فلسفه آن را عطا می‌کند.

در طی مسیر آینه، بزرگ آینه و ابر آینه است که امر بی تفاوت به امر متفاوت شده‌ی فلسفی بدل می‌شود. فلسفه از خلال کلی‌ترین ابرآینه‌های خویش دست به ابرمتفاوت کردن‌های هستی بی تفاوت می‌زند. سخن گفتن از «معرفت‌شناسی امر سایبر» یا «فلسفه‌ی سیاست امر سایبر» چیزی جز بردن امر سایبر به عجیب‌ترین و دورترین انعکاس‌های از خودش نیست. امر سایبر در بی تفاوتی خودش تنها خودش است اما زمانی که وارد آینه‌های در هم ریخته‌ی فلسفه می‌شود، آن‌گاه به عجیب‌ترین شکل‌ها در می‌آید و با غریب‌ترین معانی مانوس می‌گردد. بدین بیان زمانی که از «آینه»، «بزرگ آینه» و «ابر آینه» سخن می‌گوییم از آن «ساختارهای متفاوت کردنی» سخن می‌گوییم که هر چه پیش می‌رود شی بی تفاوت اولیه را متفاوت‌تر از قبل می‌کند:

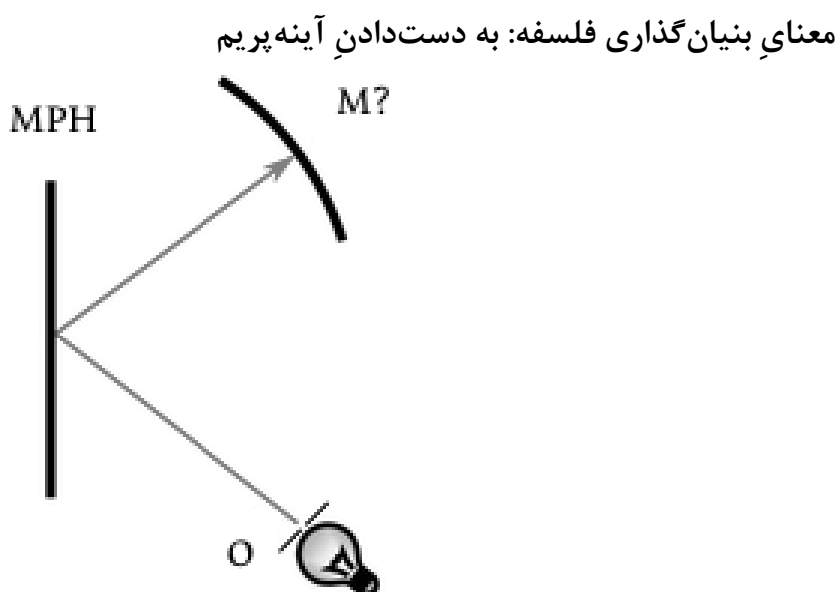


۴۰. بخش ۳، شکل ۷: نظام حرکت تفاوت از امر سایبر تا ابرمفاهیم

ابرآینه پریم و گروه‌های علمی

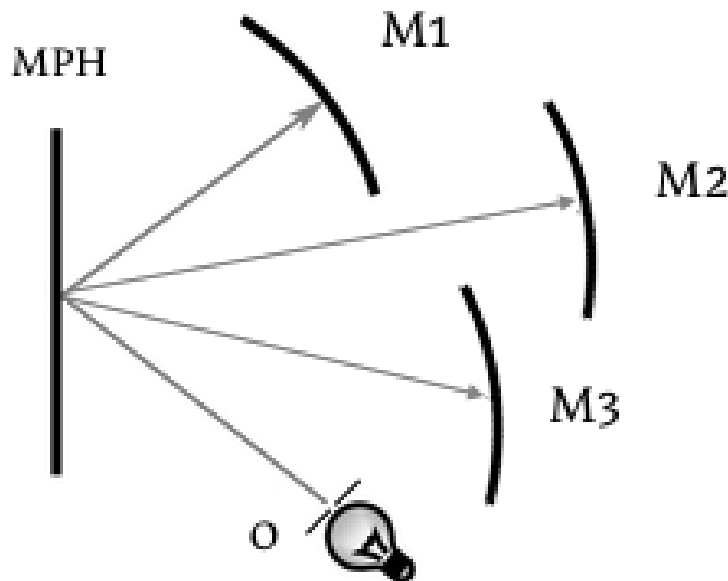
در مسیری که تا کنون پیموده‌ایم، تا بدان جا پیش‌رفتیم که امر بی تفاوت یا همان امر سایبر به بزرگ‌ترین و شدیدترین تفاوت خودش دست یافت؛ تفاوتی که می‌توان آن را در «آنتولوژی سایبر»، «معرفت‌شناسی سایبر»، «فلسفه ی علم سایبر» و ... یافت.

اکنون و در قدم حاضر بنا را بر آن داریم که نسبت دقیق بنیان‌گذاری فلسفه برای دیگر علوم را بر مبنای مدل آینه‌ها تشریح کنیم. بنا بر این مبنا فلسفه تا آن جایی بنیان‌گذار دیگر گروه‌های مرکز آینده‌پژوهی است که تصویر منعکس‌شده در هر گروه انعکاسی است از یک ابرانعکاس حاضر در آینه‌ی فلسفه. به بیان دیگر، فلسفه بنیان‌گذار است تا آن جایی که با تبدیل کردن آینه‌ای دیگر به یک آینه‌ی روبرو «آینه پریم» را به دست می‌دهد:



۴۱. بخش ۳، شکل ۸: نسبت بنیان‌گذاری فلسفه با یک گروه علمی چون انعکاس‌دهنده‌ی نور
این تصویر در عین سادگی خودش نمایان‌گر وضعیت ارگانیک میان گروه‌های مرکز آینده‌پژوهی است. فلسفه به عنوان MPH نوری را از امر سایبر (O) دریافت می‌کند و انعکاس خودش را بر سطح یک آینه‌ی دیگر بازتاب می‌دهد. هر کدام از گروه‌های مرکز آینده‌پژوهی یکی از M?ها هستند:

هر گروه علمی انعکاس خودش را از انعکاس فلسفه دریافت می‌کند



۴۲. بخش ۳، شکل ۹: فلسفه چون روشن‌کننده‌ی تمام گروه‌های علمی

به واسطه‌ی این انعکاس است که هر کدام از گروه‌های مرکز آینده‌پژوهی بدل به یک «ابرآینه‌پریم» می‌شوند. لکن اکنون بایست این سوال را مطرح کرد که اگر فلسفه صرفن در حال بازتاب آن چیزی است که از امرسایبر دریافت شده است، پس در نهایت میان MPH و M1, M2, M3 چه تمایزی وجود دارد؟

میان آینه‌ی فلسفه و آینه‌های دیگر علوم چه تفاوتی است؟

در پاسخ به این سوال بایست این نکته را یادآوری کنیم که مدل آینه‌گون ما هر چند بر مبنای روابط آینه‌ها طرح شده است اما سازوکار کاملن متفاوتی از آینه‌های فیزیکی را اتخاذ کرده است. ما در چهار زیربخش پیشین این بخش به تفصیل این نکته را بیان کردیم که چگونه ورود امرسایبر به آینه‌ی فلسفه آن را دگرگون کرده و بی‌تفاوتی اش را به «ابرمتفاوت‌شدن» بدل ساخته است. آینه‌ی فلسفه نه «منعکس‌کننده‌ی نور فیزیکی» بلکه متفاوت‌کننده‌ی «شی‌بی تفاوت» یا «هستی‌بی تفاوت» است. حال زمانی که ما مرحله به مرحله پیش می‌رویم امرسایبر در حوزه‌های مختلفی متفاوت می‌شود و در نهایت در سطح ابرمفاهیم فلسفی به نهایت تفاوت خویش نائل می‌آید. آن چیزی که توسط آینه‌ی فلسفه به آینه‌های روبرو منعکس می‌شود و آن‌ها را بدل به «آینه‌پریم» می‌سازد، ابرمفاهیم فلسفه‌ی سایبری هستند. به همین دلیل است که هر M با دیگری متفاوت است چرا که هر کدام از آن‌ها دریافت‌کننده‌ی یک ابرمفهوم متمایز هستند.

هر کدام از آینده‌های علوم دریافت‌کننده‌ی یک ابرمفهوم از فلسفه هستند

با توجه به این توضیحات اکنون آشکار خواهد شد که وقتی از بنیان‌گذاری گروه‌های مرکز سخن می‌گوییم از آن وضعیتی سخن می‌گوییم که بنیادی‌ترین و زیرساختی‌ترین مفهوم هر چارچوب مفهومی یک گروه مرکز (که تمامیت آینده یا پروسه‌ی پژوهش او را شامل می‌شود) توسط فلسفه قوام می‌یابد. فی‌المثل زمانی که از گروه اقتصاد سخن می‌گوییم از آینده‌ای سخن می‌گوییم که هسته‌ی مرکزی چارچوب پژوهش مفهوم «فلسفه‌ی اقتصاد سایبری» است. این مفهوم مرکزی حکم ابرآینده‌پریم گروه اقتصاد را پیدا می‌کند. به همین ترتیب گروه‌های دیگر مجموعه هر کدام یک ابر مفهوم خاص را تبدیل به هسته‌ی مرکزی خویش می‌کنند.^{۱۶}

بنابراین بنیادی‌ترین مفهوم هر گروه علمی توسط فلسفه بنیان می‌یابد

تا بدین جا روشن شد که هر گروه مرکز آینده‌پژوهی یک ابرآینده‌پریم است که در روبروی گروه فلسفه قرار گرفته است. ما این وضعیت را وضعیت «بنیان‌گذاری» خواندیم. اکنون لازم است که توضیحی دوباره در باب تمایز بنیان‌گذاری و تاسیس را ارائه دهیم. پیش از این خاطر نشان ساختیم که هر چند فلسفه در نقش بنیان‌گذار دیگر گروه‌ها به حرکت خودش ادامه می‌دهد (آن هم با ساختن هسته‌ی مرکزی هر چارچوب مفهومی علمی) اما «آینده‌بودن آینده‌ها» یا «گروه‌بودن گروه‌ها» یا «علم‌بودن علم‌ها» به فلسفه باز بسته نیست. به همین دلیل است که در شکل بالا تمایزی را میان آینده‌ی فلسفه (MPH) و آینده‌های گروه‌ها (M?) برقرار کردیم: در حالی که آینده‌ی فلسفه تخت است، باقی آینده‌ها را مقعر تصویر کردیم. این تمایز ساده‌ی بصری نشان از تمایزی عمیق و تاسیس در بافت و ماهیت علوم و فلسفه دارد. جهت تبیین این تمایز بایست تفاوت مابین «متفاوت کردن» و «بی تفاوت کردن» را تبیین کنیم.

اشاره‌ای دوباره به تمایز تاسیس و بنیان‌گذاری

در بخش پیشین تشریح کردیم که چگونه فلسفه در مواجهه با امر سایبر آن را متفاوت کرده و در چارچوب‌های فلسفی منعکس می‌کند. ما این پروسه را پروسه‌ی «متفاوت کردن»، «بزرگ‌متفاوت کردن» و در نهایت «ابرمتفاوت کردن» خواندیم. در ساحت ابرمتفاوت کردن است که «شی بماهو شی» یا «هستی بی تفاوت از آن رو که بی تفاوت است» آشکار می‌شود. به همین ترتیب هنگامی که از ابرمفهومی چون «فلسفه‌ی اقتصاد سایبری» سخن می‌گوییم از امر سایبری بی تفاوت سخن می‌گوییم تا آن جایی که بنیادهای روابط اقتصادی بر وی بار می‌

۱۶. هر ادامه توضیح خواهیم داد که «فلسفه‌ی اقتصاد سایبری» در سطح اجرایی تمایزی با «اقتصاد سایبری» نخواهد داشت. هر گروه مرکز در سطح اجرایی همان فعالیت‌های سابق خودشان را ادامه می‌دهند تنها با این تفاوت که هسته‌ی چارچوب مفهومی آن‌ها به یکی از ابرمفاهیم فلسفی بدل می‌شود. روشن خواهیم کرد که چگونه هم ابرمفهوم فلسفی و هم ابرمفهوم فلسفی‌پریم شایسته بازتابی دارند و چگونه نتایج و گزارش‌هایی که در هر یک از گروه‌ها سامان می‌یابد دوباره توسط ابرمفهوم فلسفی‌پریم به کل سیستم تزریق می‌شود.

شود و می‌توان آن را چون یک کالا، یک سرمایه، یک حرکت بازار بی تفاوت نگریست.^۷ بنا بر این گسترش و متفاوت سازی است که فلسفه سعی می‌کند بی تفاوتی هستی‌امری سایبر را آشکار سازد.

فلسفه پروسه‌ی متفاوت سازی امر سایبر است

اما اگر میل و شهوت فلسفه به متفاوت سازی باشد، میل و شهوت علوم به «بی تفاوت ساختن» است. علوم مرحله به مرحله به پیش می‌روند تا آن که در نهایت امر به «فرضیات»، «احکام»، «نتایج» و «محصولات» برسند. آن‌ها در مرحله‌ی گذار خودشان از «امر متفاوت شده» به سمت «امر بی تفاوت» در پی آن هستند که چیزی را تولید کنند که به همان اندازه‌ی «امر سایبر» یا هر هستی دیگر «بی تفاوت» است. هنگامی که یک علم «ساختارهای تاثیر گذاری کامپیوتر بر نتایج انتخابات ریاست جمهوری» را برای ما شرح می‌دهد در واقع از دست‌آور یا نتیجه یا حکمی سخن می‌گوید که به همان اندازه‌ی امر سایبر بی تفاوت است: «ساختار تاثیر گذاری ...» پژوهشی است بی تفاوت در باب امر سایبر. چنین پژوهشی با همان اندازه‌ی امر سایبر یک شی است که می‌توان دوباره به آن نگریست.

علوم پروسه‌ی بی تفاوت سازی تفاوت‌های فلسفی هستند

مسئله‌ی گذر از بی تفاوتی به تفاوت و دوباره رفتن به سمت بی تفاوتی عمده‌ترین مسئله‌ای است که در بخش حاضر در پی تبیین آن هستیم. ما شرح دادیم که چگونه فلسفه با آینده‌ی خودش همواره در حال متفاوت کردن امر سایبر است و در ادامه شرح خواهیم داد که چگونه زمانی که ابرمفاهیم فلسفی بدل به ابرمفاهیم فلسفی پریم می‌شوند مسیر خودشان را از باتفاوتی به بی تفاوتی آغاز می‌کنند. اکنون روشن می‌شود که چرا ساختار و شکل آینده‌های گروه‌های علمی متمایز از ساختار و شکل آینده‌ی فلسفه است. ما از آینده‌هایی سخن می‌گوییم که با پذیرش انعکاس فلسفه (یعنی بنیان گذاشتن پیش فرض‌های علمی) به سمت نتایج و احکامی می‌روند که به همان اندازه‌ی «امر سایبر» یک چیز و ابژه هستند.^۸ کلیت ارگانیستی‌ای که ما در پی بیان آن هستیم چیزی جز همین گذار از بی تفاوتی به تفاوت و سپس تبدیل شدن دوباره به بی تفاوتی نیست. در سه زیربخش آتی این زیربخش ما مسیر متفاوت علوم نسبت به فلسفه در بی تفاوت سازی را پی خواهیم گرفت.

^۸ کلیت ارگانیستی چیزی جز گذار از بی تفاوتی به تفاوت و دوباره بی تفاوتی نیست

^۷ روشن است که این تعریف کاملن ابتدایی و در سطح این نوشتار است. چنانچه در گزارش فاز دوم بیان شد، هدف کلیت گروه فلسفه (و اکنون: کلیت مرکز آینده پژوهی) آن است که با پژوهش‌های منسجم همین تعریف را واکاوی کرده و آن را بیش از پیش تبیین کند. باری روشن است که چنین تعریفی، پیش فرض و بنیاد هر پژوهش اقتصادی در باب امر سایبر است اما این کار خود فلسفه است که به مبادی این پیش فرض و علت وجود آن بپردازد.

^۸ ما در ادامه و آخرین زیربخش از این بخش شرح خواهیم داد که چگونه هر گزاره و نتیجه‌ی علمی به خودی خود و به جهت بی تفاوت بودنش می‌تواند یک «امر سایبر» باشد و خود محل پژوهش فلسفی قرار گیرد.

بزرگ آینه پریم

اولین مرحله‌ی گذر از تفاوت به بی‌تفاوتی مرحله‌ی «بزرگ آینه پریم» است. بیان داشتیم که فلسفه با انعکاس ابر مفاهیم سایبری خودش به دیگر آینه‌های مرکز آینده پژوهی آن‌ها را بنیان‌گذاری می‌کند. بدین ترتیب همان لحظه که ابرآینه پریم‌ها شکل گرفتند بایست شکل‌گیری بزرگ آینه پریم‌ها را نیز مفروض دانست. لکن بزرگ آینه پریم‌ها وضعیت و ماهیتی کاملن متفاوت نسبت به مفاهیم مشترک فلسفی و شائیت انعکاس گونه‌ی آن‌ها دارند: آن‌ها مسیر های بی‌تفاوتی هستند و نه متفاوت‌شدن.

بزرگ آینه پریم‌ها مسیر بی‌تفاوتی هستند

همان‌طور که در زیربخش پنجم بیان داشتیم، ابرمفاهیم فلسفی نقش هسته‌ی مرکزی هر گروه مرکز آینده پژوهی را بازی می‌کنند. بدین ترتیب اکنون اعلام می‌داریم که مفاهیم مشترک فلسفی که ذیل ابرمفاهیم فلسفی بودند اولین شاخه‌های جداشونده‌ی هسته‌ی مرکزی هر گروه مرکز هستند. در گزارش فاز دوم بیان شد که در مسئله‌ی مفاهیم مشترک فلسفی همواره مفاهیمی مشترک با دیگر حوزه‌های دانش بشری موجود است؛ به همین دلیل میان سه سنخ از مفاهیم مشترک فلسفی تمایز قائل شدیم:

سطح اول) مفاهیم مشترک فلسفی: در این سطح ما آن مفاهیمی در فلسفه‌های سایبری را مورد مذاقه قرار می‌دهیم که منحصرن متعلق به فلسفه هستند. مفاهیمی چون «وجود سایبری»، «انسان سایبری»، «معرفت سایبری» و ... حال همان‌طور که در ۶-۲ به آن اشاره شد، برخی از این مفاهیم متعلق به نقشه‌ی «فلسفه» هستند و برخی از آن‌ها تنها در چارچوب مفهومی فلسفه‌ی سایبر حضور دارند. ...

سطح دوم) مفاهیم مشترک با علوم انسانی: برخی دیگر از مفاهیم دیگر بر خلاف مفاهیم منحصرن فلسفی، میان فلسفه و دیگر علوم انسانی مشترک هستند. مفاهیمی چون «اخلاق سایبری»، «ایمان سایبری»، «سیاست سایبری»، «اقتصاد سایبری»، «انقلاب توییتری» و

سطح سوم) مفاهیم مشترک با علوم غیر انسانی: در این سطح ما به مفاهیم مشترکی که میان فلسفه با دیگر علوم برقرار است را تدقیق می‌کنیم. مفاهیمی چون «فیزیک سایبری»، «تکنولوژی سایبری»، «پردازنده در فضای سایبر» و

اکنون روشن است که «بزرگ آینه پریم‌ها» نه صرف مفاهیم مشترک یک ابرآینه بلکه مفاهیم مشترک فلسفه با علوم انسانی دیگر یا همان سطح دوم مفاهیم مشترک هستند. این مفاهیم مشترک آن مفاهیمی هستند که سعی می‌کنند آشوب پرتفاوت ابرمفاهیم را به سمت یک بی‌تفاوتی و حصول نتیجه‌ی علمی سوق دهند. آن‌ها انعکاس

ابرمفاهیم را در خودشان می‌بلعند و بنا بر ماهیت و ویژگی‌های ذاتی خودشان آن را جهت‌دهی می‌کنند: جهت‌دهی ای که با ذات حرکت متفاوت‌کننده‌ی فلسفه بسیار متفاوت است؛ جهت‌دهی بی‌تفاوتانه.

بزرگ‌آینه‌پریم‌ها همان مفاهیم مشترک فلسفی هستند که در یک سازمان علمی دیگر استفاده می‌شوند

بدین ترتیب بنیان‌گذاری گروه‌های دیگر علمی تنها منوط به آن است که مفاهیم مشترک هر گروه با فلسفه یافت شود و به عنوان شاخه‌های اصلی خروج ابرمفهوم فلسفی نگریسته شود. از خلال این انعکاس و ماهیت متفاوت مفاهیم مشترک علوم است که ما قدمی رو به جلو در مسیر بی‌تفاوتی برمی‌داریم.

خراش‌ها و ساختارهای پژوهش علمی

هر چند ابرمفاهیم هم در فلسفه و هم در علوم به یک معنا حفظ می‌شوند اما مفاهیم مشترک آن‌گاهی که در آینه ی فلسفه هستند با آینه‌ی علوم تفاوت پیدا می‌کنند. این امر به خصوص به جهت شبکه‌ی خراش‌ها و اتصالاتی است که تفاوت ماهوی آینه‌ی فلسفه با آینه‌های علوم (چنان‌چه در زیربخش پنجم بیان شد) است. هنگامی که از مفاهیم مشترک فلسفی سخن می‌گوییم از آن مفاهیمی سخن می‌گوییم که از خلال مفاهیم منحصر به فرد فلاسفه استخراج شده‌اند و به عنوان نقطه‌ی مشترک مفاهمه و تامل فلسفی تقویم می‌شوند. اما از سوی دیگر، مفاهیم مشترک علمی (یعنی آن‌گونه که بر آینه‌ی علوم نقش می‌بندند) بیش از آن که منوط به «مفاهیم منحصر به فرد یک اندیشمند باشند» مربوط به ساختارهای پژوهش یا خراش‌های خود آینه هستند. هنگامی که از مفهوم حرکت کوانتومی سخن می‌گوییم این مفهوم صرفن زایده‌ی پاسخ‌دهی یک فیلسوف نیست بلکه همراه با خودش روش‌ها و ساختارهای پژوهش کوانتومی را حمل می‌کند که اجازه می‌دهد حرکت کوانتومی معنادار شود. بنابراین اگر مفاهیم مشترک فلسفی، اشتراک مفاهیم منحصر به فرد هستند، مفاهیم مشترک علمی اشتراک روش‌های علمی و ساختارهای پژوهش محصل هستند.

هر علم منحصر به فرد ساختارهای پژوهش منحصر به فردی را نیز داراست

با تفکیک روشن خواهد شد زمانی که از خراش‌های آینه‌های روبرو سخن می‌گوییم از آن خراش‌هایی سخن می‌گوییم که علوم را بالکل از فلسفه جدا می‌سازند و آن‌ها را به سمت بی‌تفاوت کردن ابرمفاهیم فلسفی سوق می‌دهند. خراش‌ها ساختارها، سطح، ماهیت و بودن علوم هستند: آن‌گونه که تاسیس می‌شوند و نه آن‌گونه که بنیان‌گذاری می‌شوند. هنگامی که در زیربخش پنجم این بخش تمایزی را میان آینه‌ی عمود و آینه‌های مقعر علوم قراردادیم به

همین نکته اشاره داشتیم. خراش‌ها یا ماهیتِ سطحِ یک آینه است که تعیین می‌کند چگونه یک چیز انعکاس می‌یابد و چگونه آن چیز به نحوِ خاصی انعکاس می‌یابد.

ساختارهای پژوهش یا خراش‌های بر روی آینه هستند که علوم را به سمتِ بی‌تفاوتی سوق می‌دهند
از خلالِ همین خراش‌هاست که وظیفه‌ی بنیان‌گذاریِ فلسفه به پایان می‌رسد و علوم در استقلالِ نسبی نسبت به فلسفه^۹ مسیرِ خویش را می‌پیمایند. هر کدام از علومِ انسانی بنا بر ساختارهای خاصِ پژوهشِ خودش چارچوبِ مفهومیِ خودش را از مفاهیمِ مشترکش با فلسفه استخراج می‌کند و سعی می‌کند که به مرحله‌ی بعدی، یعنی «محصول»، «حکم» یا «دست‌آوردِ علمی» برسد: جایی که ما آن را مرحله‌ی انعکاس می‌خوانیم.

پس از مرحله‌ی ساختارهای پژوهش فلسفه دیگر نقشی ندارد

انعکاس‌ها یا خروجی‌های هر گروه علمی

آخرین مرحله‌ای که نظامِ ارگانیکِ مرکزِ آینه‌پژوهی را چون بدنی اندام‌واره وضع می‌کند، انعکاس‌های هر آینه‌ی روبروست. این انعکاس‌ها هستند که به مثابه‌ی نتایجِ انضمامی، قابلِ ارائه و گزارش نمود می‌یابند: اموری که در آینه‌ها دیده می‌شوند.^{۱۰} بنابراین **انعکاس‌ها مهم‌ترین اهدافِ کلِ مرکزِ آینده‌پژوهی هستند**. آن‌ها خروجیِ این نظام هستند.

انعکاس همان نتیجه یا محصول مرکز آینده‌پژوهی است

انعکاس‌ها به همان اندازه‌ی امورِ سایرِ بی‌تفاوت هستند. چه تفاوتی مابینِ بی‌تفاوتیِ یک شی با تصویرِ منعکس‌شده اش در آینه موجود است؟ هر دو به یک اندازه بی‌تفاوت هستند لکن یکی از آن رو که شی است بی‌تفاوت است و دیگری از آن رو که انعکاسِ شی است. به همین دلیل است که آینه‌های روبرو را نظام‌های بی‌تفاوت‌سازی می‌خوانیم. آن‌ها در نهایت به ما «چیزی» را می‌دهند که جز چیز بودنش ارزشِ خاصی ندارد.

انعکاس یا محصول به همان اندازه‌ی امرِ سایرِ بی‌تفاوت است: یک چیز یا شی

ما می‌توانیم میانِ خیلِ عظیمی از انعکاس‌ها یا خروجی‌ها تمایز بگذاریم: از گزارش‌های کتاب‌شناسی گرفته تا تحلیل‌های تولیدی و همچنین ترجمه‌های مختلفِ هر گروه علمی. هر کدام از این گزارش‌ها بر اساسِ سازوکارِ خاصِ

^۹ این استقلال نسبی است از آن رو که همواره مرکزِ تابش به عهده‌ی فلسفه است.

^{۱۰} بدین وجه روشن است که انعکاس‌ها همان «چارچوب‌های توصیفی» هستند که در گزارشِ فازِ دوم به تفصیل از آن‌ها سخن رفت. گزارش‌های توصیفی نتیجه‌ی ساختمانِ آینه‌گونِ هر گروه است و به همان اندازه «خروجیِ کلِ نظام» را دربرمی‌گیرد.

«خراش‌های آینه‌ها» به دست می‌آیند و هر کدام با دیگری به همین جهت متفاوت است. بدین بیان نظام تقسیم بندی و تشریح انعکاس‌های هر کدام از گروه‌ها تنها از خلال چارچوب‌های مفهومی-تحقیقی آن گروه‌ها به دست می‌آید و هر گروه را موظف به انعکاس یک مسئله‌ی خاص می‌کند. لکن فراتر از این طبقه‌بندی انعکاس‌ها، بایست مسئله‌ای مهم‌تر را پیش کشید: آیا انعکاس یک امر سایبر، خودش یک امر سایبر است؟

آیا انعکاس امر سایبر خودش یک امر سایبر است؟

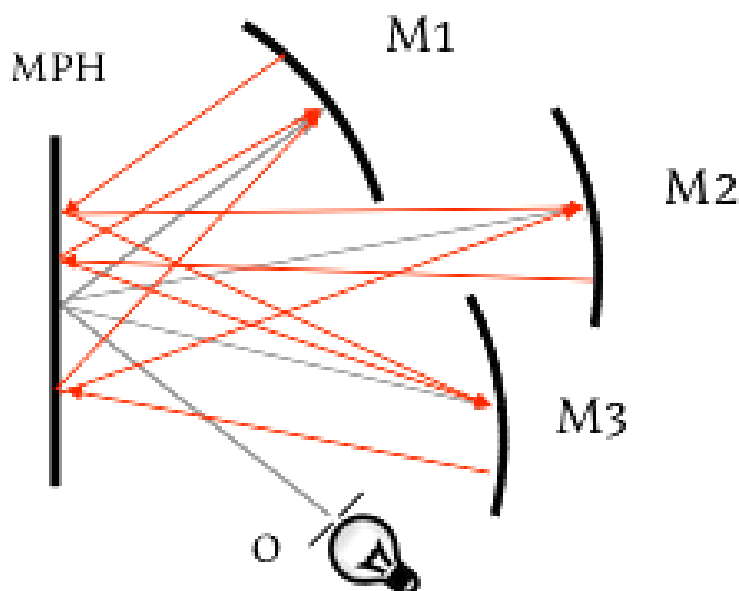
در گزارشی فاز دوم بیان داشتیم که امر سایبر می‌تواند هر چیزی باشد که عجلتن در افواه سایبری خوانده می‌شود: اینترنت، موبایل، بازی‌های ویدئویی و دقیقن اهمیتی ندارد که ما چه چیزی را سایبر بدانیم یا ندانیم^۱ اما اهمیت دارد که بدانیم انعکاس یک امر سایبر (در بی‌تفاوتی خودش) چه نسبتی را با خود امر سایبر برقرار می‌کند. آیا یک گزارشی فرهنگی که بیان می‌کند «اینترنت فساد را در جامعه افزایش داده‌است» صرفن «یک حکم علمی» است یا خیر، خودش به خودی خودش می‌تواند یک «امر سایبر قابل تحقیق» باشد؟

آیا محصول مرکز آینده‌پژوهی خودش یک امر قابل پژوهش در این مرکز هست؟

برای پاسخ به این سوال بایست به مسئله‌ی آینه‌های روبرو بازگشت: ما بیان کردیم که فلسفه با بنیان‌گذاری دیگر گروه‌های علمی آن‌ها را به «آینه‌های روبرو» بدل می‌سازد. این گفته به همان اندازه صادق است که بگوییم فلسفه با بنیان‌گذاری علوم دیگر خودش را به آینه‌ی روبروی علوم دیگر بدل می‌کند. در واقع، تفاوتی در ماهیت آینه‌گون فلسفه با گروه‌های علمی نیست: هر دوی آن‌ها بازتاب‌دهنده‌ی انعکاس‌های خودشان هستند. پس به همان اندازه که فلسفه «ابرمفاهیم» را به آینه‌ها بازتاب می‌دهد، به همان اندازه از نتیجه‌ی این ابرآینه‌پریم‌ها (یعنی انعکاس‌ها) تاثیر می‌پذیرد. ما اکنون با نظام ارگانیک رفت و برگشتی نور روبرو هستیم که یک بار در فلسفه «تفاوت می‌شود»، یک بار در علوم «بی تفاوت می‌شود» و برای بار سوم دوباره در فلسفه «باتفاوت» می‌شود:

۱. آنچه این که کل نظام پژوهی مرکز آینده‌پژوهی تدقیق در باب همین مسئله است و این که چه چیزی سایبر است و چه چیزی نیست، خروجی و حاصل همین نظام است نه ورودی آن.

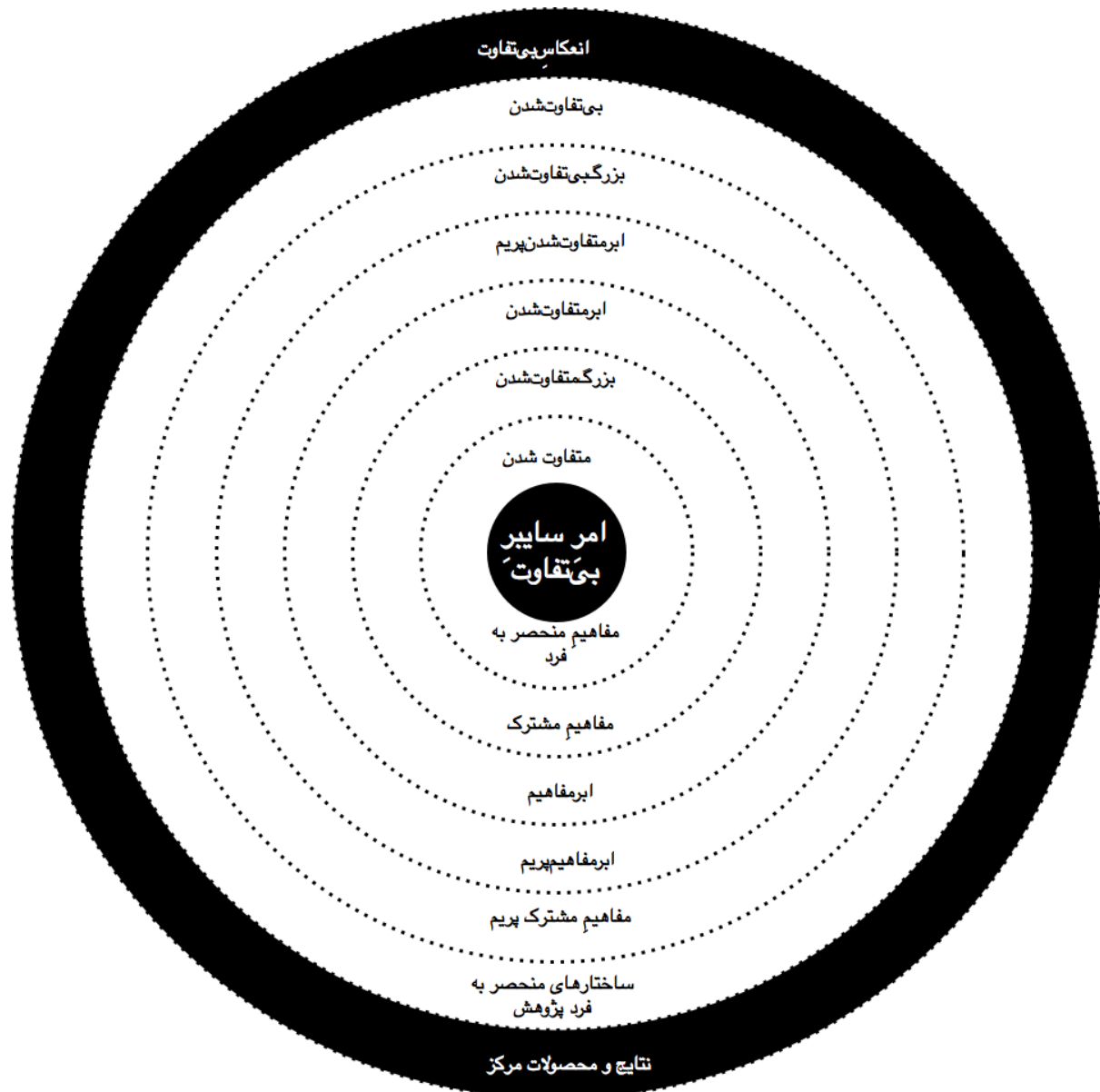
آینه‌های روبرو به این معناست که هر نتیجه‌ی پژوهش خودش موضوع پژوهش برای یک آینه‌ی دیگر است



۴۳. بخش ۳، شکل ۱۰: روابط انعکاسی و بازانعکاسی فلسفه با همه‌ی گروه‌های مرکز آینده‌پژوهی

ما می‌دانیم که در آینه‌های مقعر تصویر کشیده می‌شود و به چیزی دیگر بدل می‌شود. در تصویر بالا مشاهده می‌کنیم که چگونه نقاط کشیده‌شده در تصویر مقعر دوباره توسط خط‌های قرمز به سمت آینه‌ی فلسفه بازمی‌گردند و چگونه دوباره همان خطوط نور از آینه‌ی فلسفه به سمت دیگر گروه‌ها یا ابرآینه‌ها بازتاب داده می‌شود. در این نظام است که هر انعکاس بدل به یک نقطه‌ی شروع برای پژوهشی دوباره و گسترشی دوباره می‌شود و «جریانِ انوار» یا «جریانِ انعکاس» یا «جریانِ اطلاعات» برپا می‌گردد.

جریانِ بازتابِ میانِ آینه‌ها همان جریانِ اطلاعات در مرکزِ آینده‌پژوهی است
با توجه به این توضیحات تصویر زیر نظام کلیِ ارگانیکِ مرکزِ آینده‌پژوهی را نشان می‌دهد:



۴۴. بخش ۳، شکل ۱۱: نظام کلی ارگانیکی مرکز آینده پژوهی

ما در بخش بعد روشن خواهیم کرد که چگونه نوار سیاه پیرامون کلیت نظام ارگانیکی مرکز آینده پژوهی می تواند چون یک نظام هارمونیک نیز عمل کند. در نتیجه ما با گذر از ۸ مرحله ی نظام آینه گون اکنون می دانیم که فلسفه بنیان های هر گروه مرکز آینده پژوهی را طرح می کند و هر گروه بنا بر مفهوم معرفی شده توسط فلسفه، تعداد مشخصی از مفاهیم مشترک را برمیگزیند و سپس بنا بر روش های منحصر به فرد علم خودش بر روی آنها تحقیق و پژوهش می کند. نتیجه ی چنین تحقیقاتی «خروجی ها» یا «محصولات هر گروه» است که خودش چون یک امر بی تفاوت و امر سایبر، چون یک انعکاس صرف، توانایی بدیل شدن به یک «موضوع پژوهش برای یک گروه دیگر» را داراست. این مسئله نقطه ی آغاز ما برای طرح نظام هارمونیک مرکز آینده پژوهی است.

بخش ۴: نظام هارمونیک رابطه‌ی گروه‌های علمی

در انتهای بخش گذشته روشن شد که هر خروجی و هر گزارش مفروضی در هر کدام از آینه‌پریم‌های نظام مرکز آینده‌پژوهی خود حکم یک امر سایبر بی‌تفاوت را دارد که می‌تواند تحت نظام آزاد انعکاس قرار گیرد. توضیح این که چگونه چنین وضعیتی ممکن است و به چه نتایجی می‌رسد را به این بخش واگذار کرده‌ایم. در این بخش تبیین خواهیم کرد که حرکت از سمت بی‌تفاوتی به دوباره بی‌تفاوت‌شدن همواره یک حرکت دائم است که بنیاد نظام ارگانیک را شامل می‌شود. حرکتی که نظم و تناسب را به یک نظام عطا می‌کند و آن را بدل به یک نظام هارمونیک می‌سازد.^۱

تعریف نظام هارمونیک: حرکت منتظم بی‌تفاوتی به متفاوت‌شدن و دوباره بی‌تفاوت‌شدن

جهت توضیح این نظام هارمونیک ما در سه زیربخش مسئله را می‌شکافیم: در زیربخش بخش اول تبیین خواهیم کرد که چگونه هر گروه علمی با فلسفه یک رابطه‌ی هارمونیک و طولی را برقرار می‌کنند. در زیربخش دوم آشکار خواهیم کرد که این رابطه‌ی طولی در واقع چیزی جز یک رابطه‌ی حجمی و عمقی نیست و در نهایت در زیربخش سوم بیان خواهیم کرد که وقتی مسئله‌ی هارمونی را از بالا و به مثابه‌ی یک نظام متحد و کلی در نظر گیریم، فهم ما از وضعیت «ارگانیک، هارمونیک نظام مرکز آینده‌پژوهی» چه چیزی خواهد بود.

وضعیت هارمونیک کلیت مرکز آینده‌پژوهی را چون یک کل زنده به بار خواهد نشاند

حرکت طولی هارمونیک

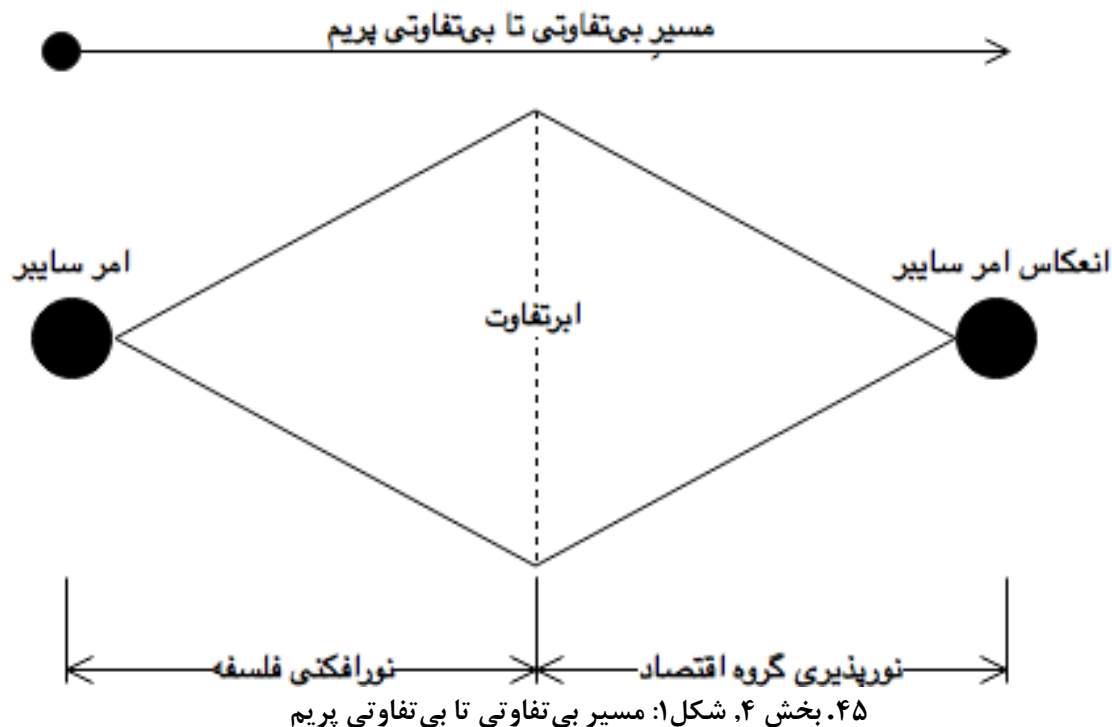
آنچه که ما تا کنون در باب رابطه‌ی شی و انعکاس شی گفته بودیم ما را به این نکته رساند که هر انعکاسی به خودی خودش توانایی ورود دوباره به راژمان انعکاس‌ها را داراست. هر انعکاسی می‌تواند به آینه‌ی روبرو دوباره منعکس شود و به واسطه‌ی انعکاس دوباره‌اش به آینه‌ی مرکزی (فلسفه) به باقی آینه‌های روبروی این آینه نیز منتقل شود و نظام گسترده و پیچیده‌ای از انعکاس‌ها را ایجاد کند. بدین بیان ما بایست میان دو آینه‌ی «نورپذیر» و «نورافکن» تمایز قائل شویم و این نکته را گوشزد کنیم که هر آینه‌ی مرکز آینده‌پژوهی به همان اندازه که

۱. در بخش آینده بیان خواهیم کرد که یک نظام ارگانیک لزومن یک نظام هارمونیک نیست و سازهای تحت این نظام یا آینه‌های روبرو باید به نحو صحیحی در مقابل یکدیگر قرار گرفته باشند تا هارمونی حاصل آید و هیچ سازی خارج نزد. بدین بیان در بخش حاضر صرفن حالت ایده‌آل هارمونی را طرح می‌کنیم و سپس در بخش آتی راه‌کارهای اجرایی جهت برقرار شدن این هارمونی در مرکز آینده‌پژوهی را واکاوی خواهیم کرد.

نورپذیر است، نورافکن نیز هست. ما مرحله به مرحله هر کدام از حالت های آینه ها را بررسی می کنیم تا نظام حرکت طولی هارمونیک آشکار شود.

حرکت طولی: هر آینه به همان اندازه که نورپذیر است، نورافکن هم هست.

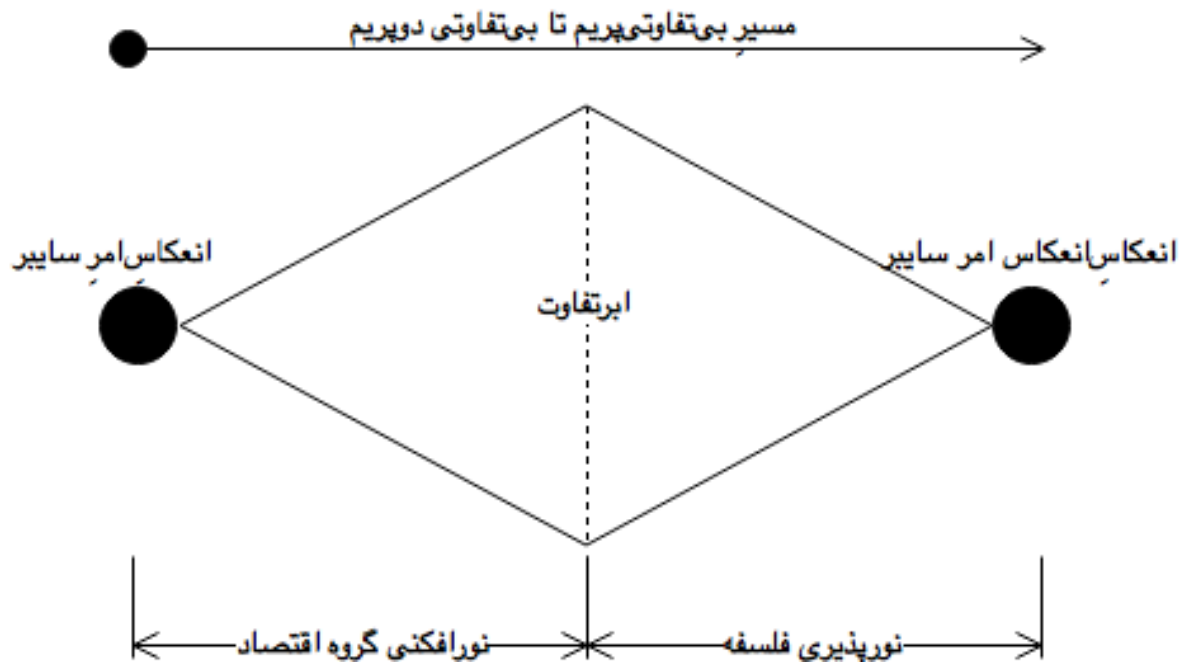
در مرحله ی اول تنها این فلسفه است که آینه ی نورافکن است و آینه های دیگر گروه ها تنها به مثابه ی آینه های نورپذیری فهم می شوند که در پی بی تفاوت کردن دوباره ی امر سایبر (انعکاس آن) هستند:



تصویر بالا به خوبی بیان گر آن چیزی است که ما در بخش قبلی گفتیم: امر سایبر وارد حیطه ی نوافکنی و تفاوت فلسفی می شود و سپس با گذر از ساختارهایی که ابرتفاوت فلسفی ایجاد کرده است به سمت «انعکاس خودش» حرکت می کند که در حالت «نورپذیری گروه اقتصاد» رقم خورده است. این مسیر را **مسیر بی تفاوتی تا بی تفاوتی پریم** خوانده ایم که نشان گر حرکت «یک پژوهش خاص و منحصر به فرد» در هر یک از گروه های علمی است.^۲ در مرحله ی بعدی ما با وضعیتی روبرو هستیم که محل نورافکنی و نورپذیری تغییر کرده است:

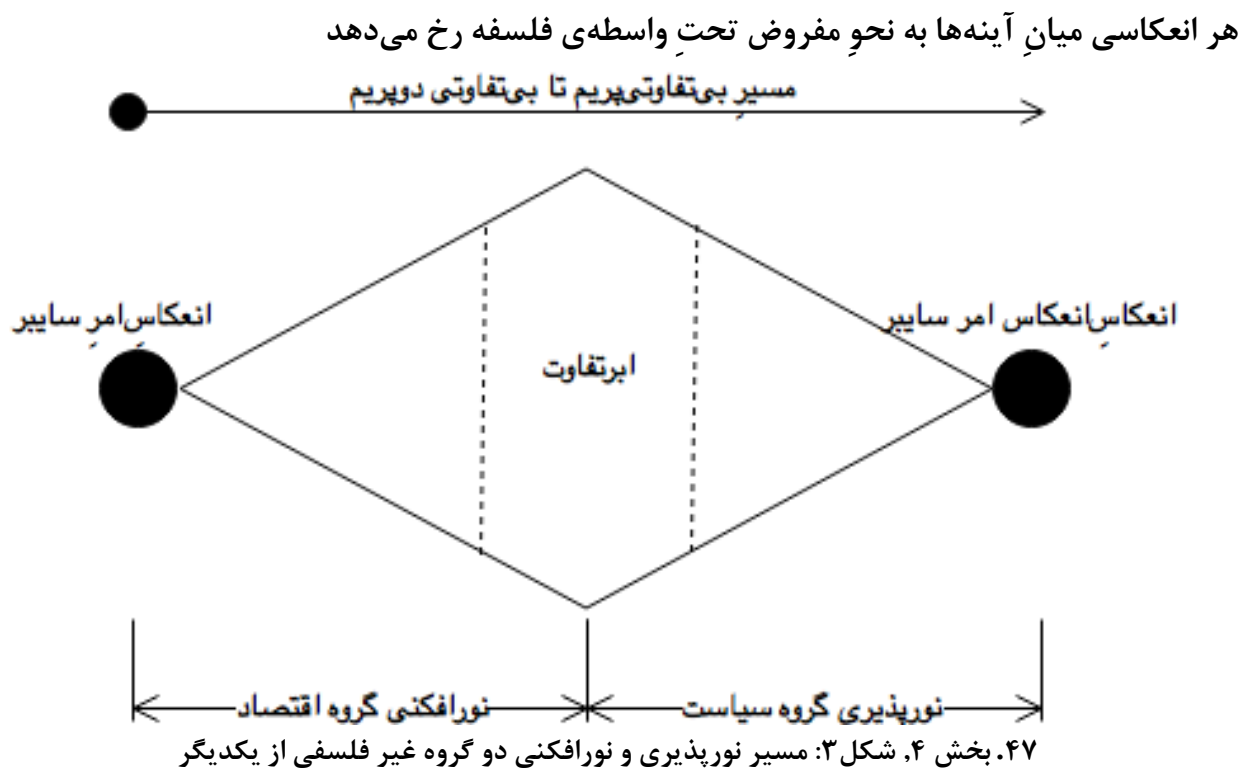
۲. نباید از خاطرمان برود که تمام آن چیزی که اکنون بیان می شود صرفن ساختارهای صوری یک نظام هارمونیک-ارگانیک است. در واقع زمانی که می گوئیم امر سایبر از خلال فلسفه وارد گروه اقتصاد می شود این امر به آن معنا نیست که هر موضوعی به نحو اجرایی توسط فلسفه به گروه های دیگر تفویض می شود. بلکه این امر به آن معناست که «بنیادهای هر کدام از گروه ها» توسط فلسفه برپا شده اند و بدین ترتیب اگر هر پژوهشی بر مبنای این بنیادها به یک پژوهش بدل می شود، بنابراین به واسطه ی نورافکنی فلسفه این پژوهش میسر شده است.

حرکتِ هارمونیکِ طولی حرکتِ بی تفاوتی (امرِ سایبر) تا بی تفاوتی پریم (پژوهش سایبری) است



۴۶. بخش ۴، شکل ۲: مسیر بی تفاوتی پریم تا بی تفاوتی دو پریم

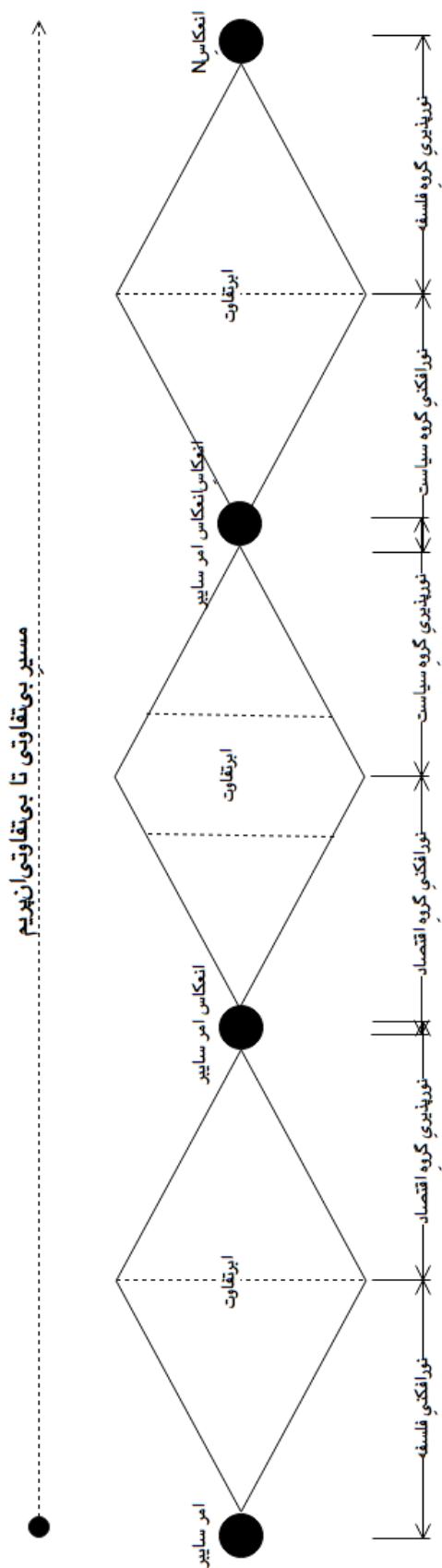
مسیری که شکل بالا وضع می کند، آن مسیری است که یک گروه خاص نه به مثابه‌ی یک آینه‌ی پذیرنده‌ی انعکاس، بلکه به مثابه‌ی یک آینه‌ی منعکس کننده‌ی انعکاس وضع می شود. این همان وضعیتی است که یک حکم علمی به مثابه‌ی یک خروجی و یک دست آورد یکی از گروه‌های علمی دوباره وارد آینه‌ی فلسفه می شود و این بار تحت تدابیر فلسفی مورد تحقیق و پژوهش قرار می گیرد. در چنین وضعیتی خود فلسفه به مثابه‌ی یک گروه علمی نیز می تواند یک خروجی علمی را صادر کند و «انعکاس انعکاس امر سایبر» را رقم بزند. پر روشن است که رابطه‌ی هارمونیک هر کدام از قوای مرکز آینده پژوهی نه لزومن از خلال گروه فلسفه، بلکه به نحو مستقیم فراهم است. با این حال از آن رو که خود فلسفه بنیان گذار هر کدام از گروه‌هاست، هر ارتباط مفروضی میان هر کدام از گروه‌های مرکز بایست از خلال فلسفه گذر کند:



بدین بیان، محیط ابرتفاوت آن محیطی است که هر نوع ارتباط مفروض میان گروه های علمی مرکز آینده پژوهی از طریق آن میسر می شود: به واقع این ارتباط همان مفاهیم مشترکی است که در فلسفه ی محض سایبر و به مثابه ی بنیان گذار نسبت های گروه ها تقویم شده است. فی المثل اگر گروه اقتصاد پژوهشی با عنوان «سیاست های بازدارنده ی اقتصاد سایبری تحت تدبیر شورای امنیت ملی» را ارائه می دهد، این گزارش تنها در آن وضعیتی می تواند به گروه سیاست مربوط باشد که گروه اقتصاد واجد مفهوم مشترکی به نام «سیاست اقتصاد سایبری» باشد که به واسطه ی این مفهوم و مفهوم مشابه «اقتصاد سیاست سایبری» در گروه سیاست، ارتباط پژوهش مذکور و بازانعکاس آن در گروه سیاست میسر می گردد.

با توجه به این توضیحات ما می توانیم یک نظام کلی از حرکت طولی گروه های پژوهشی را به عنوان نظام «حرکت متداوم بی تفاوتی تا دوباره بی تفاوتی» وضع کنیم. چنین حرکت طولی ای در تصویر زیر نمایان شده است:

۴۸. بخش ۴، شکل ۴: نظام حرکت طولی هارمونیک مرکز آینده پژوهی



حرکتِ طولیِ انعکاس‌ها حرکتی است که هارمونیک که هر گروه از گروه‌های مرکز آینده‌پژوهی در نسبت با دیگر گروه‌ها انجام می‌دهد. در واقع همه‌ی گروه‌های این مرکز در خدمتِ یک حرکتِ کلی قرار دارند و اولین قدم از این حرکتِ کلی، انعکاس‌دادنِ دست‌آوردهای خویشتن به گروه‌های دیگر یا تزریقِ سوختِ محرکه به این گروه‌هاست. بدین عنوان اگر یکی از گروه‌ها مانند فرهنگ در مواجهه با امرِ سایبر به دست‌آوردی رسید، این دست‌آورد دیگر «دست‌آوردِ یک گروه» نیست بلکه دست‌آوردِ کلیتِ نظامِ ارگانیک-هارمونیک است چرا که هر خروجی به سرعت به دیگر گروه‌ها منتقل می‌شود و به مثابه‌ی «امرِ سایبرِ جدید» تحتِ بررسی و تدقیق قرار می‌گیرد.

نظام هارمونیکِ طولی آن نظامی است که منجر به پیش‌بردِ حرکتِ کلِ مرکز آینده‌پژوهی می‌شود

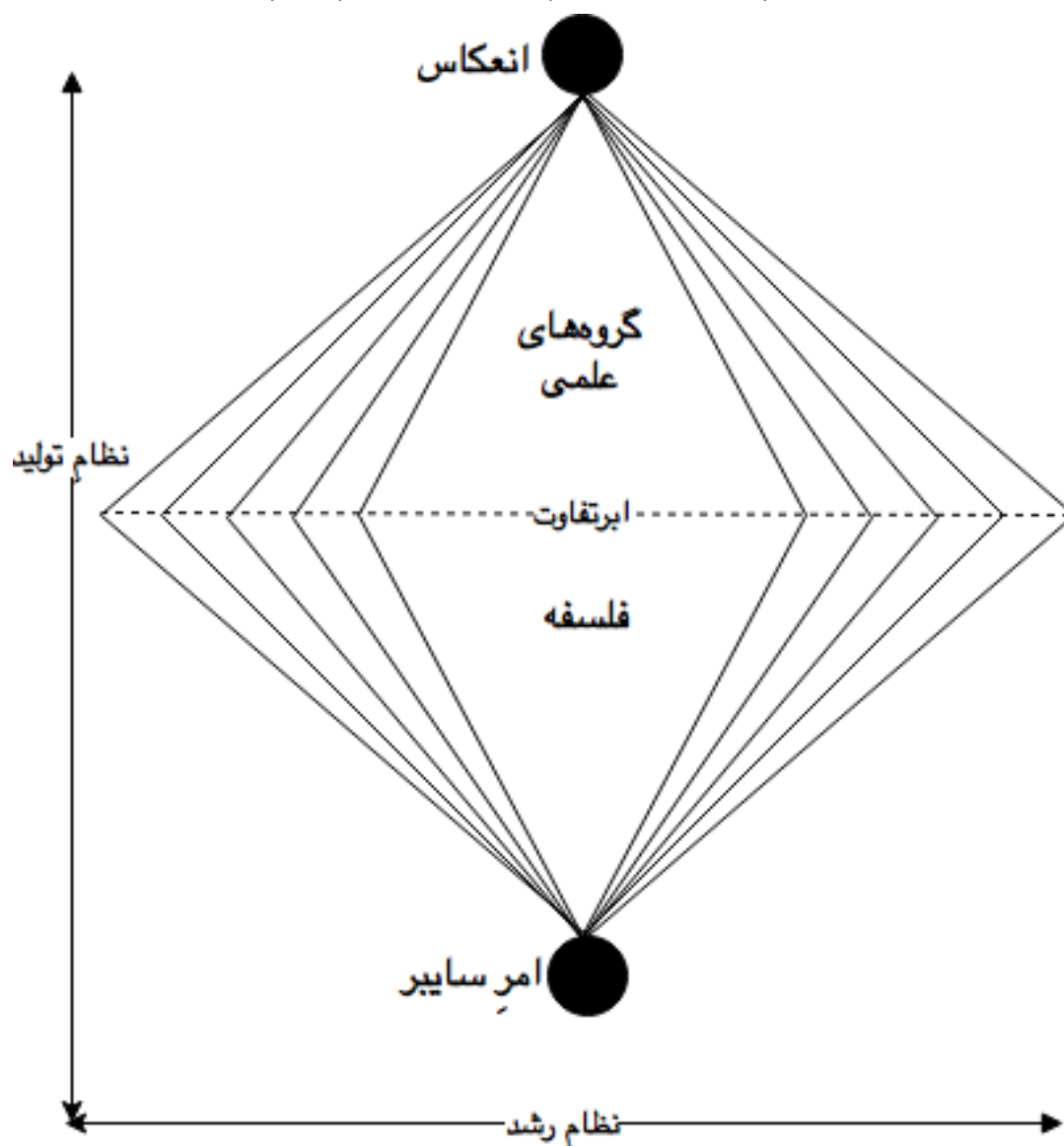
حرکتِ حجمیِ هارمونیک

روابطِ مابینِ گروه‌های مرکز آینده‌پژوهی تنها معطوف به نظامِ حرکتِ طولیِ هارمونیک نیست. مراد از نظامِ حرکتِ طولیِ هارمونیک آن نظامی که هدفش تولید و بازتولیدِ خروجی‌ها به واسطه‌ی نظامِ آینه‌گون است. در مقابلِ نظامِ حرکتِ طولی ما با نظامِ حرکتِ حجمیِ هارمونیک هم روبرو هستیم. مرادِ ما از این نظامِ آن نظامی است که در ضمنِ تولید و بازتولیدِ خروجی‌ها، مبانی و روش‌های تولیدِ خروجی را نیز بازتولید می‌کند و به آن عمق و مهارت می‌بخشد. بدین بیان، ما از نظامی از آینه‌ها سخن می‌گوییم که در هر مرحله‌ی زمانی در آینه‌شدنِ خودشان بهتر می‌شوند. یعنی هر گروه در مراتبِ اجراییِ خودش عمق پیدا می‌کند و چارچوب‌های مفهومیِ خودش را وسعت می‌بخشد تا از خلالِ وسعت‌بخشی قدم به قدم به راهِ حل‌های بهتر و روش‌های تولیدِ صحیح‌تر دست یابد.

حرکتِ حجمیِ هارمونیک آن حرکتی است که به عمق و بسطِ خودِ آینه‌ها منجر می‌شود

تنها به واسطه‌ی چنین نظامی است که می‌توان حرکتِ مستدامِ هارمونیکِ کلیتِ نظامِ مرکز آینده‌پژوهی را پایدار و مستمر نگاه داشت. در واقع هیچ سیستمِ ارگانیکی تا آن زمان که یک مکانیزمِ دفاعی و یک مکانیزمِ بهبودبخشی به عملکردِ خودش را در اختیار نداشته باشد، نمی‌تواند تضمینی در مسیرِ رشدِ خویش داشته باشد. فلذا اگر نظامِ حرکتِ طولیِ نظامِ «تولید» باشد، نظامِ حرکتِ حجمیِ نظامِ «رشد» است:

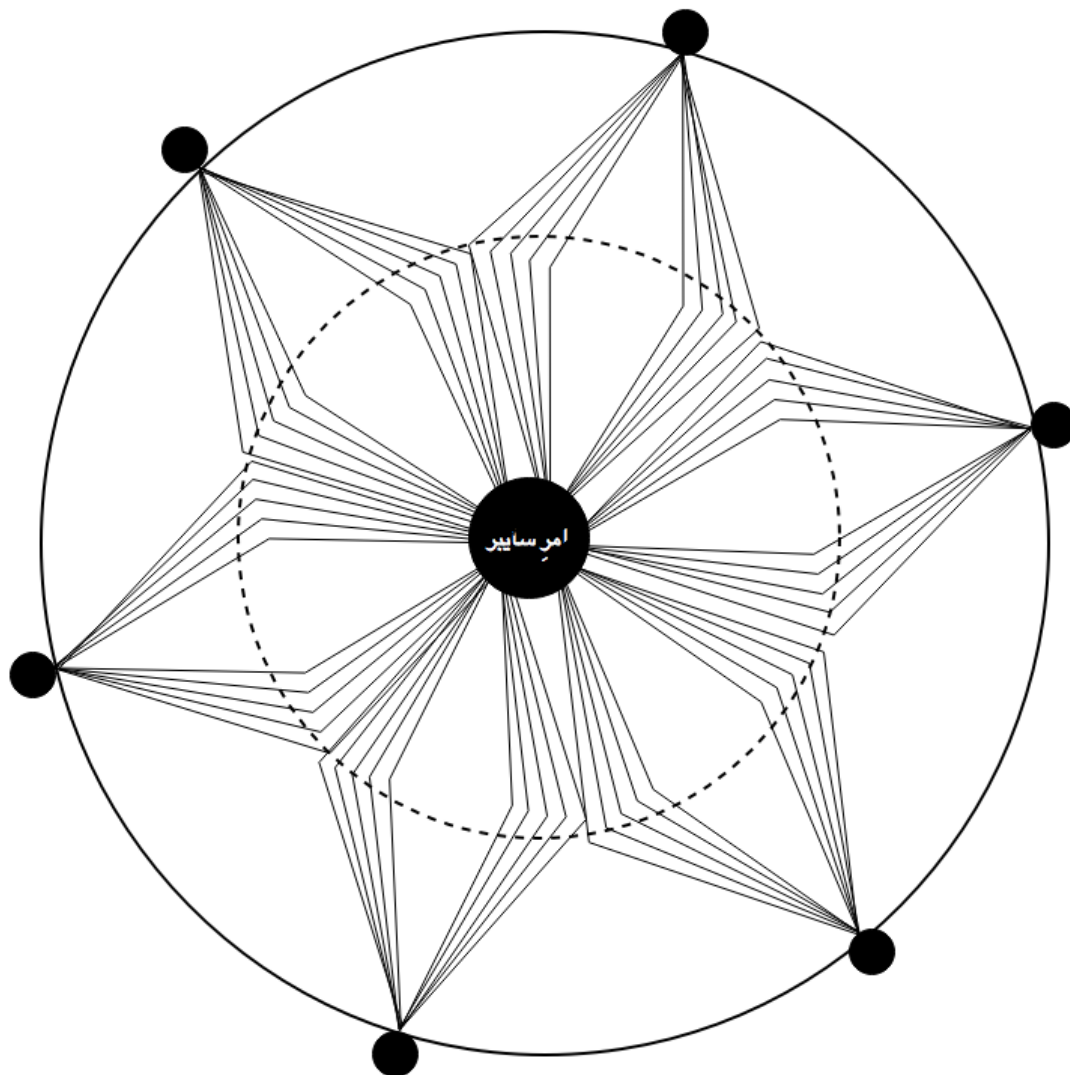
حرکتِ حجمی هارمونیک مکانیزمِ دفاعی و مکانیزمِ خودبهبودبخشیِ مرکزِ آینده‌پژوهی است



۴۹. بخش ۴، شکل ۵: نظام حرکتِ حجمیِ مرکزِ آینده‌پژوهی

ارکستر هارمونیا

بنا بر دو نظامی که اکنون سخن از آن رفت اکنون می توان به یک نظام جامع ارگانیک- هارمونیک رسید که تمام گروه های مرکز آینده پژوهی را شامل شود و به همان اندازه به مثابه ی یک نقشه ی پایدار و کامل از تمام روابط ممکن ظاهر شود. چنین نقشه ای می تواند هر آن اتفاقی که در تمامیت نظام رخ می دهد را پوشش دهد و بازنمایی کند. آنچه در زیر می آید ارکستر هارمونیای مرکز آینده پژوهی است:



۵۰. بخش ۴، شکل ۶: ارکستر هارمونیا: نظام جامع ارگانیک و هارمونیک مرکز آینده پژوهی

در این نقشه ی جامع هر هفت گروه مرکز آینده پژوهی حضور دارند: فلسفه و علوم شناختی، اقتصاد، فرهنگی- اجتماعی، مطالعات اسلامی، زنان و خانواده، سیاست و امنیت. شش بازوی اصلی که هر کدام از آنها در نهایت به

یک «مجموعه‌ی انعکاس‌ها» یا همان دایره‌های سیاه ختم می‌شوند در مرکزیتِ خودشان با امرِ سایبر روبرو هستند. دایره‌ی خط‌چینی که شش بازوی اصلی مرکزِ آینده‌پژوهی را از میانه قطع کرده است فلسفه است که وظیفه‌ی بنیان‌گذاری و برقراری نسبتِ مابینِ گروه‌ها را ایفا می‌کند.

ارکستر هارمونیا کلیتِ مرکزِ آینده‌پژوهی با تمامِ گروه‌های علمی خودش را شامل می‌شود

روشن است که نقشه‌ی عرضه‌شده در بالا صرفن یک شمایِ صوری از وضعیتِ انضمامی و تحقق‌یافته‌ی مرکزِ آینده‌پژوهی است. در این نقشه ما صرفن از سه وضعیتِ تشریح‌شده در بخشِ دوم سخن گفته‌ایم: بی‌تفاوتی امرِ سایبر، ابرمفاهیم به عنوانِ نقطه‌ی رابطه‌ی فلسفه با دیگر گروه‌ها و انعکاس‌ها به عنوانِ نتیجه و خروجیِ سیستم. لکن روشن است که این نقشه بایست کامل شود و ساحت‌های دیگر من جمله مفاهیمِ مشترکِ مابینِ فلسفه و دیگر گروه‌ها یا خراش‌ها و ساختارهای پژوهشِ گروه‌های دیگر تبیین گردد. رسیدن به چنین مقصودی آن مرحله‌ای است که ما از وضعیتِ صوریِ نقشه‌سازی به وضعیتِ انضمامی آن وارد می‌شویم: یعنی زنده کردن و کوک کردنِ نظامِ ارگانیک-هارمونیک مرکزِ آینده‌پژوهی.

لزومِ زنده کردن و کوک کردنِ نقشه‌ی نظری مطرح‌شده در بخشِ حاضر

بخش ۵: زنده کردن و کوک کردن نظام ارگانیک-هارمونیک

ما در بخش ابتدایی این متن مبانی مدل آینه‌گون را طرح کردیم و بیان کردیم که چگونه می‌توان از خلال یک مدل آینه‌گون نظامی از روابط سازمانی را در مرکز آینده‌پژوهی رقم زد. در بخش بعدی نحوه‌ی بنیان‌گذاری فلسفه برای دیگر گروه‌های مرکز را تحت تدقیق قرار دادیم و دست آخر در بخش سوم نقشه‌ی جامعی از نظام تولید و رشد این مرکز را عرضه کردیم.

آن‌چه که در بخش‌های قبلی عرضه شد صرفن نظریه و بنیاد اتحاد گروه‌های مرکز آینده‌پژوهی بود با این حال آن‌چه تا کنون گفته شد تنها در سطح یک نظام صوری قابل تامل است. به بیان دیگر ما اکنون طرح و بسط یک ماشین یا راژمان را بنا نهاده‌ایم اما تنها زمانی این ماشین می‌تواند به یک ماشین محرک یا یک بدن زنده بدل شود که ساخته شود. به بیان دیگر هر چند ما در نظر و به مثابه‌ی یک سیستم صوری روابط میان «آینه‌های مفروض» را بیان کردیم اما این روابط مفروض تنها زمانی متحقق خواهند شد که ما «آینه‌ها را دست بگیریم» و آن‌ها را در مقابل یکدیگر بگذاریم. بخش حاضر در پی تحقق چنین هدفی است.

بخش حاضر در پی گذاشتن آینه‌ها در روبروی یکدیگر است

روشن است که در یک نظام سازمانی دم مسیحایی یا سوخت روشن‌کننده‌ی ماشین آن ساختار اجرایی و تشکیلاتی ای است که بتواند نقشه‌ی صوری ماشین را به مرحله‌ی تحقق رساند. بدین بیان بخش آخر این گزارش شامل عملکردها و سازوکارهایی است که بتواند در مقام روابط تشکیلاتی (منتهی بر اساس ساخت صوری نظام آینه‌گون) وحدت منعطف و کامل مرکز آینده‌پژوهی را متحقق کند. این دم مسیحایی در نهایت به ما «نقشه‌ی جامع اتحادی گروه‌ها» را به دست می‌دهد که «نتیجه‌ی کل پژوهش‌های چارچوب محور» مرکز آینده‌پژوهی است.

دم مسیحایی در زنده کردن نظام مرکز ساختار تشکیلاتی و نقشه‌ی انضمامی این مرکز است.

لایه‌های پنج‌گانه‌ی چارچوبِ گروه‌های مرکز آینده‌پژوهی

اولین قدم برای تحققِ راژمانِ آینه‌گونی که در دو بخشِ پیش مطرح شد، وضعِ آینه‌های روبروست. در این مقطع گروه فلسفه بایست چارچوب‌های مفهومی و نظام و تشکیلاتِ تحقیقاتیِ هر کدام از گروه‌های مرکزِ آینده‌پژوهی را بنا بر «ابرمفاهیم فلسفی» و «مفاهیم مشترکِ علوم انسانی» بازسازمان کند. به واسطه‌ی چنین بازسازمانی است که کلیتِ نظامِ آینه‌گونِ مرکزِ آینده‌پژوهی شکل می‌گیرد و گروه‌های مختلف می‌توانند با یکدیگر رابطه داشته باشند. آنچه در این بخش می‌آید لایه‌های پنج‌گانه‌ای است که هر گروه علمی به واسطه‌ی تبعیت از آن، عضوی از نظامِ آینه‌های روبرو می‌شود: (۱) لایه‌ی فلسفه، (۲) لایه‌ی نظریات، (۳) لایه‌ی کلان‌ایده‌ها، (۴) لایه‌ی ضربِ دوگانه و (۵) لایه‌ی تقسیم‌بندی‌های علمی.

پنج لایه‌ای که آینه‌ها را به آینه‌های روبرو بدل می‌سازد

لایه‌ی «فلسفه‌ی...»

چنانچه گفته شد، بنا بر مدلِ آینه‌ها، فلسفه به مثابه‌ی هسته‌ی مرکزیِ گروه‌های علمی تقویم می‌شود و همان‌طور که پیش‌تر اشاره شد، این هسته‌ی مرکزی صرفن «انعکاس‌دهنده‌ی مسائل» است و نه یک «تعیین‌تکلیف‌کننده» برای گروه‌های دیگر. به بیانِ دیگر هسته‌های مرکزیِ گروه‌های مختلف (که همگی واجدِ نامِ فلسفه هستند) در ارتباط با چارچوبِ گروه فلسفه، مبانی و ساختارهای کلِ نقشه را تقویم می‌کنند و اما کاری به «روش‌ها» یا «تحوه‌ی عمل» (یا همان خراش‌ها و ساختارهای پژوهش) هر گروهِ منحصر به فرد ندارند. بنابراین «فلسفه‌ی اقتصاد»، «فلسفه‌ی فرهنگ» یا «فلسفه‌ی فقه» در نقشِ هسته‌ی مرکزیِ نقشه‌ی گروه اقتصاد، گروه فرهنگ و گروه فقه تنها وظیفه‌ی چارچوب‌دهی و بنیان‌گذاری ساختارهای تقسیم و موضوع‌شناسی را بر عهده دارد و نه آن که به روش‌ها یا موضوعاتِ پژوهش ورود کند.

جایگاه و نقشه‌ی فلسفه در نقشه‌ی جامعِ اتحادی میانِ گروه‌ها

با قرار گرفتنِ فلسفه در هسته‌ی مرکزیِ تمامِ گروه‌های مختلف الزاماتِ فلسفی نیز به ساختارِ نقشه‌ی گروه‌های علمی راه می‌یابد. این امر موجبِ یک‌دست‌سازیِ نقشه‌ی جامعِ مرکزِ آینده‌پژوهی می‌شود. بدین عنوان که تمامِ گروه‌های مرکز همگی از «یک منطق واحد» پیروی می‌کنند ولیکن در همان حال، هر کدام «کارویژه‌ی منحصر به فردِ خود» را واجد هستند. مثالی که همواره زده شده است چنین است: مانندِ بدنِ یک انسان که همگی ارگان هایش از سلول و خون و آنزیم تشکیل شده‌اند اما هر کدام (دست، پا، قلب و ...) کارویژه‌ی منحصر به فردِ خود را دارد.

ارگانیک‌شدن گروه‌های علمی به واسطه‌ی فلسفه

با توجه به این توضیحات روشن خواهد بود که گروه‌های مرکز آینده‌پژوهی به واسطه‌ی قرارگرفتن فلسفه در مقام هسته‌ی آن‌ها در «مبانی» با یکدیگر اشتراک دارند و اما هر کدام مسیرهای مطبوع علمی خود را می‌پیمایند. این امر موجب آن می‌شود که: (۱) نمایی از کلیت موضوعی مرکز به دست آید، (۲) ارتباطات میان گروه‌ها - که اکنون در مبانی با یکدیگر اشتراکاتی دارند - تثبیت گردد و (۳) ساختارهای پژوهش یک‌دست و هم‌گام گروه‌ها مهیا گردد.

لایه‌ی «مکاتب...»

اولین حوزه‌ی پیرامون «فلسفه‌ی ...» در هر کدام از نقشه‌های گروه‌های علمی حوزه‌ی «مکاتب» و «نظریات» است. مکاتب اقتصادی از آن رو در اولین لایه قرار می‌گیرند که مرکز آینده‌پژوهی به مثابه‌ی یک «سازمان علمی» در پی (۱) شناختن ساختارهای اندیشه‌های مختلف و (۲) ارائه‌ی نظریات علمی متناسب با فضای علمی ایران است.

مکاتب از آن رو در اولین لایه پس از فلسفه قرار می‌گیرند که هدف مرکز آینده‌پژوهی شناخت نظریات

و ارائه‌ی نظریه‌ی جدید است

بدین عنوان وظیفه‌ی اولیه‌ی نقشه‌ی هر گروه گردآوری «تمام بینش‌های قابل تصور پیرامون آن علم سایبری» و پژوهش در باب آن‌هاست. زمانی که این خط سیر را در داخل نقشه دنبال کنیم در خواهیم یافت که (۱) فلان نظریه ی خاص، (۲) با توجه به فلان کلان‌ایده‌های خاص، (۳) در فلان ضرب خاص و (۴) در فلان مقوله‌ی خاص چه رویکرد و چه نظریه‌ای را ارائه می‌دهد.

مکاتب و نظریات به پژوهش سایبری جهت می‌دهند

این ساختار به ما کمک می‌کند که تمام «افق‌های ممکن» (یا به بیان دیگر: تمام پژوهش‌های قابل تصور) در یک علم سایبری جایی در نقشه‌ی آن گروه علمی داشته باشند و هیچ «امر قابل تصور یک علم سایبری» از نقشه‌ی آن علم خارج نماند.

نظریات و مکاتب تمام افق‌های ممکن یک علم را گردآوری می‌کند

وظیفه‌ی ثانویه - که اصلی‌ترین وظیفه‌ی این حوزه از نقشه است - ارائه‌ی «مکتب یا نظام اقتصادی» منحصر به فرد گروه اقتصاد مرکز آینده‌پژوهی است که به عنوان «عالی‌ترین و جامع‌ترین هدف این گروه» تقویم شده است.

عالی‌ترین و جامع‌ترین وظیفه‌ی هر گروه ارائه‌ی یک نظریه‌ی منحصر به فرد است

لایه‌ی «مفاهیم ایده‌آل...»

در نقشه‌ی تمام گروه‌های مرکز آینده‌پژوهی حوزه‌ای با نام عام «مفاهیم ایده‌آل» تعبیه شده است. این حوزه «کلان‌ترین مفاهیمی» که هر کدام از علوم در پی رسیدن به آن‌ها هستند را تبیین می‌کند. بدین ترتیب عنوان عام «مفاهیم ایده‌آل» ناظر به آن مفاهیمی است که «ایده‌آل»ها و «آرمان»های هر علم بدان گره خورده‌اند^۱

هر علم واجد مفاهیمی است که ایده‌آل و آرمان‌های آن علم را تعیین می‌کنند

بنا بر فرض اولیه‌ی نقشه، هر کدام از مکاتب علمی بایست نسبت خودشان را با ایده‌آل‌های جامع آن علم روشن کنند و تبیین کنند که چه معنا و چه مرادی را از این مفاهیم افاده می‌کنند و بر اساس چه ساختاری نظریات علمی را ارائه می‌دهند. به همین دلیل است که در ساختار نقشه‌ی هر گروه مرکز آینده‌پژوهی مفاهیم ایده‌آل یا آرمانی پس از حوزه‌ی مکاتب و نظریات تقویم شده‌اند.

هر مکتب و نظریه بایست نسبت خودش را با ایده‌آل‌ها مشخص کند.

لایه‌ی «ضرب‌های دوگانه»

پس از لایه‌ی مفاهیم ایده‌آل یا آرمانی تمام گروه‌های مرکز آینده‌پژوهی وارد لایه‌ی ضرب دوگانه می‌شوند: این که عنوان و محتوای ضرب دوگانه چه باشد بر اساس مفاد همان علم تعیین می‌شود. این ضرب بنیادی‌ترین ضربی است که اجازه‌ی پویایی و هارمونیا را به خود یک گروه و سپس به کل مرکز آینده‌پژوهی عطا می‌کند.

^۱ ضرب دوگانه ضربی است که هارمونی را به هر گروه علمی و تمام گروه‌های مرکز آینده‌پژوهی عطا می‌کند

مبنای ضرب دوگانه در تمام گروه‌ها دو سنخ از پژوهش است: (۱) استتاتیک یا ایستا و (۲) دینامیک یا پویا. بنابراین این ضرب مبنای خراش‌هایی است که پژوهش‌های آتی هر گروه را متعین می‌کند. پر واضح است که هر گروه علمی بنا بر شرایط خاص خودش از یک ساختار پژوهش پیروی می‌کند اما همه‌ی این ساختارها در نهایت یا «ایستا» هستند و یا «پویا».

^۱ می‌توان چنین ادعا کرد که بسیاری از مفاهیم ایده‌آل در واقع عضوی از شبکه‌ی پوسته‌ای چارچوب فلسفه هستند.

دو سنخ پژوهش و ضرب نقشه‌ها: ایستا و پویا

ضرب ایستا (حوزه‌ی سمت چپ نقشه‌ها) آن ضربی است که کنش‌های خطی عناصر یک علم در آن به تفکیک و به نحو مستقل تحت مذاقه قرار می‌گیرند. بدین عنوان فرمول نظری مهم و قابل توجه در این سنخ از تحقیق چنین است: عناصر ایستا + کنش یک‌سویه و خطی + استقلال.

ضرب ایستا: پژوهش در عنصر ایستا + کنش یک‌سویه و خطی + استقلال

مراد از عناصر ایستا در هر علم آن عناصری هستند که نقش اصلی را در آن علم ایفا می‌کنند؛ فی‌المثل در اقتصاد این عناصر به «دولت»، «بنگاه» و «فرد» تعبیر شده‌اند و یا در فقه این عناصر به «عبادات»، «اموال»، «فرد» و «حاکمیت» تعبیر شده‌اند. پس در تعریف اول حوزه‌ی استاتیک ما بایست چنین بگوییم: حوزه‌ای که در آن عناصر تاثیرگذار بر اقتصاد سایبری احصاء و طبقه‌بندی می‌شوند.

مراد از عنصر ایستا

با این حال مسئله صرفن بر سر این نیست که ما «احصائی» از عناصر داشته باشیم بلکه اگر سخن از «تاثیرگذاری» به میان می‌آید، مسئله بر سر این است که هر کدام از این عناصر دقیقن «چه کاری؟» انجام می‌دهند و چگونه بر «اقتصاد سایبری» تاثیر می‌گذارند؟ بدین جهت است که «کنش یک‌سویه و خطی» مطرح می‌شود: یعنی طبقه بندی و مقوله‌بندی ساختارهای «رفتار» یا «کنش» هر کدام از عناصر یک علم. فلذا در نقشه‌ی گروه اقتصاد عنصر «فرد» در «کنش‌های مشخص و متعین» تحت تحلیل قرار گرفته است: کنش هزینه و فایده، کنش مصرف، کنش خانواده‌سازی و کنش رفتار اقتصادی. هر کدام از این کنش‌ها نیز به نوبه‌ی خودشان در یک مسیر خطی به کنش‌های دیگر ختم می‌شوند و این تقسیم تا پایان مسیر ادامه دارد. با توجه به این توصیف، ما به تعریف دوم لایه‌ی استاتیک می‌رسیم: حوزه‌ای که در آن عناصر تاثیرگذار در یک علم سایبری احصاء می‌شوند و کنش‌های آن‌ها در سطح همان علم مورد تحلیل و پژوهش قرار می‌گیرند.

احصاء عناصر تاثیرگذار در یک علم

چرا ما از «کنش خطی و یک‌سویه» سخن می‌گوییم؟ این امر به جهت «فرض استقلال عناصر از یکدیگر» است که تحلیل ما را استاتیک یا ایستا می‌کند. مراد از کنش خطی و یک‌سویه آن کنشی است که نه در رابطه با دیگر عناصر بلکه صرفن و صرفن در رابطه با خود عنصر تحت بررسی لحاظ می‌شود. به بیان دیگر تحلیل استاتیک اقتصاد فرض می‌کند که «دولتی وجود دارد» و این دولت «باید کنشی انجام دهد» و این کار «مستقل از بنگاه یا فرد» است.

مراد از یک‌سویه بودن کنش یک عنصر

با توجه به توضیحاتی که در سه بند گذشته داده شد، اکنون روشن خواهد شد که مراد از تحلیل «ایستا» تحلیل «کاملن علمی» و «در شرایط آزمایشگاهی» است. در تحلیل ایستا ما هر کدام از عناصر بازیگر جهان اقتصاد سایبری را در کنش یک‌سویه خود و در شرایط آزمایشگاهی و مستقل از متغیرهای دیگر تحت بررسی قرار می‌دهیم و ویژگی‌های این کنش‌گر را بازشناسی می‌کنیم. بنابراین تعریف آخرین و سوم لایه‌ی استاتیک چنین خواهد بود: «حوزه‌ای که در آن عناصر تاثیرگذار بر یک علم سایبری احصاء می‌شوند و کنش‌های هر کدام از آن‌ها به نحو مستقل و در شرایط آزمایشگاهی و در سطح همان علم مورد تحلیل و پژوهش قرار می‌گیرند.»

آزمایشگاهی بودن پژوهش استاتیک

شاید جهان واقعی و جهان هر علم یک آزمایشگاه بزرگ باشند اما روشن است که این آزمایشگاه یک آزمایشگاه استاندارد علمی نیست که بتوان تمام متغیرها را از آن حذف کرد. بنابراین لازم است که ما شرایط و کنش‌های عناصر هر علم سایبری را در فضایی که «متغیرهای دیگر» نیز حضور دارند بررسی کنیم. این حوزه همان حوزه‌ای است که ما به نحو عام به عنوان حوزه‌ی تحلیل دینامیک یا پویا می‌شناسیم. بدین بیان حوزه‌ی پویا آن حوزه‌ای است که کنش‌های عناصر هر علم را در مقابل یکدیگر (و نه به نحو مستقل) تحلیل می‌کند و بسترهای این کنش‌ها را بررسی می‌کند. چنین است که فرمول تحلیل پویا چنین خواهد شد: عناصر پویا + کنش‌های غیر خطی و شبکه‌ای + بسترهای کنش.

مراد از پژوهش پویا: عناصر پویا + کنش‌های غیر خطی و شبکه‌ای + بسترهای کنش

زمانی که از عناصر پویا سخن می‌گوییم از همان عناصر ایستا سخن می‌گوییم که این بار در مقابل یکدیگر دست به کنش می‌زنند. فی‌المثل در اقتصاد بایست تحلیل شود که دولت یا بنگاه در مقابل فرد چگونه روابط اقتصادی را کنترل می‌کند و چگونه فرد را به مسیرهایی که خودش می‌خواهد می‌راند (یا بالعکس)؛ چنین است که در این مقطع مبحث «شفافیت اطلاعات» مطرح می‌شود. پس تعریف ابتدایی ما از لایه‌ی دینامیک چنین خواهد بود: حوزه‌ای که در آن عناصر تاثیرگذار بر اقتصاد سایبری در کنار یکدیگر و به عنوان کنش‌گر و واکنش‌گر بررسی می‌شوند.

مراد از پویا بودن عناصر: کنش‌گری و واکنش‌گری عناصر نسبت به یکدیگر

هنگامی که از کنش و واکنش عناصر پویا با یکدیگر سخن می‌گوییم در همان لحظه از «شبکه‌ی روابط و کنش‌ها» سخن گفته‌ایم. شبکه‌هایی که هر کدام روابط و ساختارهای روابط میان عناصر را تعیین می‌کنند و هر کدام از این شبکه‌ها کنش‌گران را به سمت و سوی خاصی می‌کشانند. فی‌المثل به حوزه‌ی تحلیل پویای اقتصاد توجه کنیم: در این نسبت‌ها ما با بحث «اقتصاد و فرهنگ» روبرو هستیم. فرهنگ شبکه‌ای از کنش و واکنش‌هاست که بر روی

روابط اقتصادی عناصر تاثیر می‌گذارد (فرهنگ ایرانی‌ها در مصرف موجب کنش خاص مصرف‌کننده می‌شود) و به همان اندازه، اقتصاد و روابط اقتصادی نیز بر روی شبکه‌ی روابط فرهنگی (فی‌المثل کالاهای فرهنگی) تاثیرگذار هستند. بدین ترتیب در سطح تحلیل پویا ما با شبکه‌های مختلفی (از شبکه‌های درون اقتصادی مانند بازار گرفته تا شبکه‌های برون اقتصادی مانند فرهنگ گرفته) روبرو هستیم که هر کدام بر کنش اقتصادی عناصر اقتصادی تاثیر می‌گذارند. پس تعریف دوم ما از لایه‌ی دینامیک چنین خواهد بود: حوزه‌ای که در آن عناصر تاثیرگذار بر اقتصاد سایبری در کنار یکدیگر و در سطح شبکه‌ی کنش‌گری و واکنش‌گری‌ها بررسی می‌شوند.

شکل‌گیری شبکه‌های کنش‌گری در هر علم

شبکه‌های کنش‌گری و واکنش‌گری عناصر موجب تولید «بسترهای کنش» می‌شوند. این مسئله در مفهوم بازار اقتصادی به خوبی نمایان می‌گردد: بازار نه یک عنصر کنش‌گر (مانند فرد یا دولت) بلکه بستری برای کنش و واکنش میان افراد، بنگاه‌ها و دولت‌ها با خودشان یا با یکدیگر است؛ بازار شبکه‌ای از کنش‌هاست (یعنی کنش خرید و فروش) که بستری برای کنش اقتصادی فرد را فراهم کند. روشن است که بسترهای کنش به دلیل ماهیت ذات متغیر، سیال و شبکه‌ای خودشان همواره به نحو پویا روابط میان عناصر اقتصادی را جهت‌دهی می‌کنند. چنین است که آخرین و سومین تعریف از لایه‌ی دینامیک را ارائه می‌دهیم: **حوزه‌ای که در آن عناصر تاثیرگذار بر هر علم سایبری در کنار یکدیگر و بر روی بسترهای شبکه‌ای کنش‌گری و واکنش‌گری‌ها بررسی می‌شوند.**

پس از توضیح مفاد نظری تقسیم نقشه‌های گروه‌ها به دو حوزه دینامیک و استاتیک اکنون بر آن هستیم که مفهوم «ضرب» را روشن کنیم. جهت نیل به این مقصود بار دیگر تعریف‌های نهایی خودمان را از حوزه‌های دینامیک و استاتیک مرور کنیم. گفتیم که حوزه‌ی استاتیک چنین تعریف می‌شود: «حوزه‌ای که در آن عناصر تاثیرگذار بر اقتصاد سایبری احصاء می‌شوند و کنش‌های هر کدام از آن‌ها به نحو مستقل و در شرایط آزمایشگاهی و در سطح اقتصادی مورد تحلیل و پژوهش قرار می‌گیرند». تعریفمان از حوزه‌ی دینامیک نیز چنین بود: «حوزه‌ای که در آن عناصر تاثیرگذار بر اقتصاد سایبری در کنار یکدیگر و بر روی بسترهای شبکه‌ای کنش‌گری و واکنش‌گری‌ها بررسی می‌شوند». با تامل در این دو تعریف ما درخواهیم یافت که این دو حوزه در بن و بنیاد خود از یکدیگر جدا نیستند: حوزه‌ی استاتیک بازیگران عرصه‌ی دینامیک را مشخص و تحلیل می‌کند و به همان اندازه حوزه‌ی دینامیک بسترها و شرایط کنش بازیگران حوزه‌ی استاتیک را می‌پژوهد. به بیان دیگر تحلیل مستقل عناصر تنها از خلال تحلیل شبکه‌ای عناصر ممکن می‌گردد و تحلیل شبکه‌ای عناصر تنها از خلال تحلیل

مستقل و تک به تک عناصر اقتصادی میسر خواهد بود. این همان مفهوم «ضرب» در «ضرب دوگانه‌ی استاتیک و دینامیک» است: عنصر ایستا تنها در ضرب و ضربه‌ی خودش با شرایط پویا شناخته می‌شود و عنصر پویا نیز تنها در ضرب و ضربه‌ی خودش با شرایط ایستا نمایان می‌گردد. به بیان دیگر، شرایط ایستا موجب شکل‌گیری عناصر پویا می‌شوند و شرایط پویا موجب بسط، تبیین و گسترش عناصر ایستا می‌شوند. در بیانی ساده‌تر این دو ضرب مانند «ضرب بالا و پایین» هستند: هر چه ما بالاتر رویم پایین نیز بیش‌تر می‌شود و هر چه پایین‌تر رویم بالا نیز بیش‌تر می‌شود. و دست آخر در ساده‌ترین بیان این دو ضرب مانند ضربه‌های آونگ یا پاندول هستند: هر ضربه از یک سو منجر به حرکت در سوی دیگر می‌شود و هر ضربه از سوی دیگر منجر به حرکت در سوی اول می‌شود.

تبیین مفهوم ضرب میان دو پژوهش

در نهایت ذکر این نکته لازم است که هر علم ساختار پژوهش خاص خودش و به همین ترتیب ضرب‌های خاص خودش را دارد که خراش‌ها و ساختارهای بی‌تفاوت کردن همان علم محسوب می‌شوند. بنابراین هنگامی که به چارچوب‌ها و نقشه‌های هر علم مراجعه کنیم ما عناوین متفاوتی برای همان علم خواهیم یافت.

متفاوت‌بودن عناوین ضرب دوگانه‌ی هر علم با دیگری

لایه‌ی تقسیمات موضوعی علوم

در نهایت هر کدام از گروه‌های علمی پس از ضرب دوگانه و بر اساس مقولاتی که خود (بنا بر ساختارهای خراش آینه‌ی خود) تعیین کرده‌اند حوزه‌های مختلف و متکثر آن علم سایبری را تدوین و منظم می‌سازند. این لایه اجازه می‌دهد که شمایی کلی از تمام مقولات قابل احصاء در مسئله‌ی سایبر و در هر علمی به دست آید.

سه نسبت موجود در «موجود زنده‌ی مرکز آینده‌پژوهی»

تمام آن‌چه که در بخش‌های پیشین این فصل تحت بررسی قرار گرفت در خدمت آن بود که مرکز آینده‌پژوهی به یک «موجود زنده‌ی ارگانیک-هارمونیک» بدل شود. نظامی که طرح شد مبتنی بر این امر بود که «کلیتی واحد» شکل گیرد و این کلیت بتواند میان ارگان‌های خودش (یعنی گروه‌های علمی) راژمانی سازگار از فعل و انفعالات را شکل دهد. آن‌چه در این بخش به آن می‌پردازیم نتایج محصلی است که از این راژمان به دست می‌آید و ما آن را در سه نسبت «عصبی»، «درونی» و «امر ثالث» طبقه‌بندی کرده‌ایم. سه نسبتی که در موجود زنده دیده می‌شود و اکنون در مرکز آینده‌پژوهی نیز موجود است.

نسبت‌های میان گروه‌ها موجب آن می‌شود که مرکز آینده‌پژوهی چون یک موجود زنده رفتار کند

نسبت عصبی

نسبت عصبی آن نسبتی است که روابط تمام نظام را با یکدیگر هماهنگ می‌کند. به واقع وقتی تمام گروه‌های مرکز آینده‌پژوهی در ضمن «فلسفه» و بنیان‌گذاری (یا روبروسازی) فلسفه قرار گرفتند، همه‌ی این گروه‌ها به حسب «متصل‌بودن به مرکزیت عصبی فلسفه» با یکدیگر نسبت عصبی دارند. این امر نه تنها از جهت نظری بلکه در عمل نیز رخ می‌دهد: هر گزارش، هر نتیجه‌گیری و هر خروجی به حسب واسطه‌بودن فلسفه به گروه‌های دیگر نیز منتقل می‌شود (منعکس‌شدن ثانوی) و همه‌ی گروه‌ها در نسبت با آن محصول قرار می‌گیرند. علاوه بر این جلسات مستمر مابین میان گروه‌ها و شکل‌گیری گفت و گو میان این اجزاء به واسطه‌ی سرشت عصبی، رابط‌گونه و محوری «دیالوگ» در فلسفه رخ می‌دهد. بدین عنوان بهترین توصیف از نسبت عصبی همان شعر مشهور سعدی است: «چون عضوی را به درد آورد روزگار/ دگرعضوها را نماند قرار». در این شعر اگر به جای «درد»، «مسئله» یا «محصول» را جایگزین کنیم، به دقیق‌ترین توصیف مرکز آینده‌پژوهی رسیده‌ایم.

نسبت عصبی بنیان‌گذاری فلسفه و ایجاد شرایط گفت و گو است

نسبت درونی با امر ارگانیک ثانوی

علاوه بر آن نسبتی که همواره به واسطه‌ی فلسفه مابین گروه‌ها برقرار می‌شود، هر گروه در ضمن مقولات چارچوب مفهومی خودش، طبقه‌بندی‌ای از مقولات را ذیل عنوان یک گروه دیگر نیز برعهده خواهد گرفت که ارتباط مستقیم میان دو گروه را متحقق می‌سازد. فی‌المثل گروه اقتصاد مقوله‌ای با عنوان «فرهنگ» را در چارچوب مفهومی خودش

قرار می‌دهد و به همین ترتیب گروه فرهنگ نیز مقوله‌ی اقتصاد را در چارچوب خودش می‌گنجاند. هر گروه با توجه به اقتضائات «خراش‌ها» یا «ساختارهای پژوهش» در علم خودش طبقه‌بندی خاصی از مفاهیم مد نظر علمی خودش خواهد داشت اما آن‌چه که در این‌جا اهمیت دارد آن است که به واسطه‌ی همین «نگریستن به دیگری» و «توجه به مقولات مشترک» سازمان اجرایی مرکز آینده‌پژوهی توان آن را خواهد داشت که پروژه‌های «بینارشته‌ای» را میان دو گروه علمی تقویم کند. در ساده‌ترین مثال، گروه اقتصاد و فرهنگ مذکور را می‌توان چون «دست راست و چپ» تصور کرد و زمانی که «نسبت درونی» در این دو دست شکل بگیرد (یعنی هر کدام انگشت‌هایی داشته‌باشند که بتوانند به یکدیگر چفت شوند) آن‌گاه این دو دست می‌توانند «گره‌خورده به یکدیگر» عملی (یا پروژه‌ی تحقیقاتی‌ای) را انجام دهند.

نسبت ارگانیک هماهنگی دو جزء از مرکز با یکدیگر است

نسبت با امر ثالث

آخرین نسبت مابین گروه‌های علمی مرکز آینده‌پژوهی چون یک کل ارگانیک و هارمونیک نسبتی است که با امر ثالث (و وقوع یافته) برقرار می‌شود. زمانی که هر گروه چارچوب مفهومی خودش را بسط می‌دهد این توانایی را می‌یابد که در مواجهه با یک امر ثالث (که می‌توان آن را «یک مسئله» خواند یا «سفارشی سازمانی») به نحو کاملن هماهنگ و هارمونیک عمل کند. باز هم مثال زدن از یک بدن بهترین راه برای فهم این هارمونی است: فرض بگیرید که شما یک غذا را با چشم‌هایتان (یک ارگان) می‌بینید. مغز اطلاعات را دریافت می‌کند و معده اعلام گرسنگی می‌کند. دهان براق ترشح می‌کند و در نهایت دست غذا را به سمت دهان روانه می‌کند و الی آخر. می‌بینیم که بسیاری از ارگان‌های بدن در خدمت یک پروژه‌ی واحد (یعنی غذاخوردن که امری است ثالث) درمی‌آیند. نظام آینده‌گون گروه‌های مرکز آینده‌پژوهی نیز خودش را شبیه به چنین نظام ارگانیکی وضع کرده‌اند. هنگامی که با امر ثالثی مواجه می‌شویم (فی‌المثل یک مسئله‌ی خاص: بازی‌های ویدئویی چه تاثیری بر جامعه دارد؟) هر کدام از گروه‌ها بر اساس مبانی آینده‌ی خود به نحو خاص با این مسئله روبرو می‌شوند (همان‌طور که دست یک کار را می‌کند و بزاوی یک کار دیگر را) و در هماهنگی و هارمونی با دیگر گروه‌ها به حل کلیت مسئله و خدمت به خود بدن مرکز آینده‌پژوهی یاری می‌رسانند.

نسبت با امر ثالث، هماهنگی دو جزء از مرکز با امری ثالث است

بخش ۶: نتیجه گیری

در نتیجه گیری فصل قبل نظام پژوهش گروه فلسفه‌ی مرکز آینده پژوهی را بررسی کردیم و سپس با آغاز فصل دوم بر این امر متمرکز شدیم که چگونه گروه فلسفه می‌تواند سازوکاری هماهنگ را میان تمام گروه‌های مرکز آینده پژوهی وضع کند و همه‌ی آن‌ها را چون کلیتی واحد گردآورد. در بخش اول این فصل مشکلات چنین هماهنگی‌ای را بیان کردیم و در بخش دوم نظام آینده‌ها را چون نظامی که از سویی می‌تواند هماهنگی را به دست دهد و از سوی دیگر می‌تواند بر مشکلات فائق آید را ارائه کردیم. در بخش سوم بیان کردیم که بنا بر دست‌آوردهای فصل اول این نوشته، مرکز آینده پژوهی می‌تواند یک نظام آینده‌گون را شکل دهد و براین مسیر، تمام گروه‌ها در نسبتی انعکاسی با فلسفه تقویم شوند. بیان شد که تقویم‌شدن آینده‌گون مرکز آینده پژوهی رسیدن به «نظامی ارگانیک» بود و بخشی چهارم در پی آن بود که این نظام ارگانیک واجد وضعیتی هارمونیک نیز باشد که در دو عنوان کلی هارمونی طولی و هارمونی حجمی این مباحث تدقیق شدند. دست آخر بخشی پنجم فراتر از بحث‌های نظری در پی آن بود که مبادی چهار بخش گذشته را به نحوی انضمامی و اجرایی تحت بررسی قرار دهد و این امر تنها زمانی ممکن شد که نظام اجرایی‌ای مابین گروه‌ها تقویم شد و ساختاری مشخص برای چارچوب‌های همه‌ی گروه‌های مرکز آینده پژوهی ارائه گشت. بدین عنوان کتاب حاضر مقدمه‌ای است مفصل و مبسوط بر تمام چارچوب‌هایی که گروه‌های دیگر مرکز آینده پژوهی آن را منتشر خواهند کرد (هر گروه بنا بر همین منطق آینده‌گون چارچوب و کتاب خودش را عرضه خواهد کرد) و این کتاب‌ها در کنار کتاب حاضر نمایی از وضعیت ارگانیک کل مرکز آینده پژوهی هستند.

دفتر دوم: اقتصاد

پیش‌گفتار دفتر دوم (اقتصاد)

تاریخ پیشرفت‌های بشر در طول سه عصر کشاورزی، عصر صنعت و عصر اطلاعات به‌عنوان سه موج تغییر اساسی اتفاق افتاده است. در این میان پیشرفت‌ها نشان می‌دهد که چهارمین موج تغییر یا عصر مجازی شرایط جدیدی را خلق خواهد نمود که بیشتر امور روزانه زندگی بشر مجازی خواهد شد. در توضیح باید عرض کرد که پس از عصر کشاورزی و صنعت، موج سوم مربوط به عصر اطلاعات است که با حضور رایانه معرفی شده به‌سرعت در حال گسترش و توسعه بوده و به‌پیش می‌رود و حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات را شدیداً تحت تأثیر خود قرار داده است، اینترنت مشخص‌ترین نماد این عصر است. همان‌گونه که مشاهده می‌شود در جامعه اطلاعاتی امروز هرروز شاهد توسعه دانشگاه‌های مجازی، آموزش الکترونیکی، تجارت الکترونیکی، و سرویس‌های الکترونیکی متنوعی هستیم که در حال توسعه می‌باشند. این تحولات به همراه توسعه سریع دانش که از طریق شبکه‌های اینترنت به‌سرعت در حال گسترش می‌باشد، زمینه رسیدن بشر از دنیای یک‌بعدی به دنیای سه‌بعدی عصر مجازی یا موج چهارم را نوید می‌دهد (جلالی، ۱۳۸۲).

در خلال این پیشرفت‌ها، فرصت‌ها و تهدیدهای بالقوه‌ای در کمین نظام جمهوری اسلامی ایران به‌عنوان پرچم‌دار مبارزه با استکبار جهانی وجود دارد، تا جایی که این اثرات از نظر رهبر معظم انقلاب اسلامی غائب نبوده و در حکم تشکیل و انتصاب اعضای شورای عالی فضای مجازی به این مهم اشاره نموده‌اند (حکم تشکیل شورای عالی فضای مجازی، ۱۳۹۰). در این اثنا یکی از محورهای مهم و اثرگذار فضای مجازی، اثر بر نظام اقتصادی کشور و تحول آن و ایجاد یک نظام اقتصادی جدید است و این تغییرات به‌گونه‌ای خواهد بود که در دهه‌های آینده شاهد تغییرات مبنایی و پایه‌ای در نظام‌های اقتصادی پیشرفته جهان خواهیم بود که می‌توان در این خصوص تعبیر «تغییر پارادایم‌های اقتصادی» را استفاده نمود.

به‌عنوان مثال در حال حاضر تجارت الکترونیکی که یکی از تولیدات فناوری‌های اطلاعات بوده، به‌سرعت در حال رشد می‌باشد و پیش‌بینی می‌شود که تا چند سال آینده شکل تجارت سنتی را به‌کل تغییر دهد (جلالی، ۱۳۸۸، ص ۱۲۶). همچنین تمام اموری که این روزها در عصر اطلاعات و موج سوم با پیشوند «E» مطرح می‌شوند، در عصر مجازی دارای پسوند مجازی خواهند شد. مثلاً بانکداری مجازی جایگزین بانکداری الکترونیکی، پول مجازی جایگزین پول الکترونیکی، تجارت مجازی جایگزین تجارت الکترونیک و غیره خواهند شد و نهایتاً دولت مجازی جایگزین دولت الکترونیکی خواهد شد. هزاران شغل جدید مجازی جایگزین شغل‌های سنتی و الکترونیکی امروزه خواهند شد و تعداد مشاغل مورد نیاز بشر بیشتر از جمعیت روی کره زمین خواهد شد (جلالی، ۱۳۸۲).

بنابراین با توجه به اهمیت موضوع به منظور مواجه فعال و خردمندانه با این پدیده می‌بایست با نگاهی به آینده (آینده‌پژوهی)، تحولات احتمالی این حوزه را به‌خوبی شناخت، تا بتوان در زمان مناسب سیاست‌های پیشگیرانه و کنشگرا را و یا حداقل واکنشگرای لحظه‌ای را به نحو احسن اتخاذ نمود. در این میان برای شناخت و مدیریت هر حوزه‌ای، مانند اقتصاد فضای مجازی، تدوین مجموعه موضوعات مرتبط با اقتصاد فضای مجازی در قالب یک چارچوب و نظام مشخص مفهومی‌اولین قدم است، زیرا که چارچوب مفهومی، مجموعه‌ای از مفاهیم کلی و مبانی مرتبط با هم است که اهداف کلی و اهداف خاص و نحوه ارتباط‌گیری بین مفاهیم را مشخص می‌کند. هدف از تدوین چارچوب مفهومی، فراهم آوردن رهنمودی عام و فراگیر در چارچوب ویژگیهای کشور برای شناخت نظام‌مند موضوعات و مفاهیم مرتبط با هم است. از این‌رو تدوین چارچوب موضوعی و رهنگاشت مطالعاتی اقتصاد فضای مجازی به‌عنوان قدم اول، امری لازم و ضروری است که در این کتاب سعی شده است با اتخاذ روش‌های مناسب این هدف به نحو احسن دنبال شود.

لازم به ذکر است با توجه به‌اینکه «اقتصاد فضای مجازی» از ترکیب دو واژه «اقتصاد» و «فضای مجازی» تشکیل شده است، به‌منظور تدوین چارچوب موضوعی و رهنگاشت مطالعاتی آن، می‌بایست در قدم اول مفهوم و معنی هریک از واژگان «اقتصاد» و «فضای مجازی» مشخص شود و سپس تعاریف و نگاه‌ها به «اقتصاد فضای مجازی» تبیین و تشریح شود. در این راستا با توجه به‌این که اقتصاد فضای مجازی بر پایه اقتصاد خواهد بود می‌بایست در قدم دوم نظام مسائل علم اقتصاد متعارف و نظام اقتصادی آن مشخص شود، زیرا که شناخت مجموعه مسائل هر موضوعی لازمه تدوین آن موضوع در قالب یک چارچوب نظام‌مند است و بدون شناخت موضوعات اقتصادی و ارتباط بین آنان نمی‌توان به چارچوب موضوعی «اقتصاد فضای مجازی» دست یافت. بنابراین با توجه به موضوعات مذکور، در فصل اول سعی شده که دو مفهوم «اقتصاد» و «فضای مجازی» تبیین شود و دسته‌بندی‌های علم اقتصاد متعارف بیان شود و سپس تلقی‌ها از اقتصاد فضای مجازی مورد بررسی و تحلیل قرار گیرد. سپس با شناخت موضوعات اقتصاد متعارف و مطالعه تحقیقات موجود در مورد تحولات آینده نظام اقتصادی در فضای مجازی، در فصل دوم سعی شده است که چارچوب موضوعی اقتصاد فضای مجازی طراحی شود. برای طراحی چارچوب، مدل سه لایه‌ای مبتنی بر نگاه نظام اقتصادی تبیین شده است و سپس مسائل مهم در چارچوب درختی نمایش داده شده است. سپس در فصل سوم سعی شده تعاریف لغوی، اصطلاحی و عملیاتی هریک از موضوعات مذکور ذکر شود و در نهایت کلیه اطلاعات موجود در این فصل جمع‌بندی و نتیجه‌گیری شود.

فصل اول: مفهوم‌شناسی اقتصاد فضای مجازی

بخش ۱: مقدمه

با نگاهی به پیشینه تاریخ علم اقتصاد متعارف می‌توان دریافت که این علم ریشه‌ای سیصد ساله دارد و از قرن هفدهم با ظهور نظریه‌های اولیه اقتصادی در مورد بازار و تولید بروز و ظهور پیدا کرده و تا به امروز به سیر تکاملی خود ادامه داده است. این تغییر و تحولات منجر شده است مسائل مختلفی و موضوعات گسترده‌ای در علم اقتصاد متعارف شکل بگیرد. از سوی دیگر توسعه صنعت ارتباطات و ارتباطات در دهه‌های اخیر منجر به بروز اثرات قابل توجهی در نظام اقتصادی کشورهای مختلف جهان شده که به تبع آن اقتصاددانان را مجبور به بررسی و تحلیل این اثرات کرده است.

در این میان با گسترش فضای مجازی و ایجاد شبکه‌های ارتباطاتی گسترده بین کشورهای جهان، نظام‌های مالی و تجاری بین کشورها، بیش از بخش‌های دیگر اقتصاد از این رشد متأثر شده و موضوعات جدیدی همچون بانکداری الکترونیکی، تجارت الکترونیک و ... به وجود آمده است. با ایجاد مفاهیم جدید اندیشمندان اقتصادی با توجه به دیدگاه خویش از فضای مجازی و موضوعات آن، سعی نموده‌اند نظریه‌ها، نهادها و ساختارهای لازم را برای پاسخ به نیازهای بشری در فضای مجازی را طراحی نمایند. با توجه به این که رویکردهای مختلفی به اقتصاد فضای مجازی متصور است و شناخت مفهوم و تبیین نگاه دقیق به اقتصاد فضای مجازی قدم اول در رسیدن به هدف کتاب است، در این فصل سعی شده است که مفهوم این واژه تبیین گردد. بدین منظور ابتدا توضیح مختصری در مورد تعریف، تاریخچه و سیر تکاملی علم اقتصاد بیان شده و موضوعات اصلی و دسته‌بندی‌های آن، با توجه به نظام رده بندی JEL که یکی از مشهورترین دسته‌بندی‌های علم اقتصاد است، ذکر شده است. در قسمت دوم سعی شده است که تلقی‌های قابل تصور از ترکیب این دو، یعنی اقتصاد فضای مجازی، تبیین شود و در نهایت با توجه به مطالب قسمت‌های اول و دوم نگاه درست و مناسب به اقتصاد فضای مجازی شرح داده شود.

بخش ۲: چپستی اقتصاد

تعریف علم اقتصاد

به طور کلی اکثر اقتصاددانان غربی، علم اقتصاد را علم «مطالعه تخصیص منابع کمیاب برای خواسته‌های نامحدود بشری» نامیده‌اند. در این راستا ایشان در قالب تحلیل‌های اقتصادی، عاملان اقتصادی را به دو دسته تولیدکنندگان کالاها و خدمات و مصرف‌کنندگان کالاها و خدمات تقسیم می‌کنند. هدف تولیدکنندگان آن است که با بکارگیری و ترکیب منابع تولید (نیروی کار، سرمایه، منابع طبیعی و مدیریت) و با توجه به کمیابی منابع و در نتیجه آن تقبل هزینه در بکارگیری آن‌ها، سود خود را بهینه (ماکزیمم) سازند. هدف مصرف‌کنندگان نیز آن است که وقت و پول و امکانات خود را صرف استفاده از مصرف کالاها و خدماتی نمایند که رفاه و مطلوبیت بیشتری عاید آن‌ها سازد (رحمانی، ۱۳۹۳).

پس هم تولیدکنندگان و هم مصرف‌کنندگان با محدودیت منابع مواجه هستند. یک جامعه، یک کشور و یا حتی دنیا با محدودیت منابع روبرو است. وقتی که از کلمه «منابع» استفاده می‌شود، به ذهن اغلب مردم منابعی همچون نفت، گاز و سنگ آهن خطور می‌کند. لیکن این واژه معنی اقتصادی بسیار گسترده‌تری دارد و اقتصاددانان نه تنها منابع طبیعی، بلکه طیف گسترده‌ای از سایر اقلام را نیز جزء منابع می‌دانند، اما افرادی که با علم اقتصاد آشنا نیستند، آن‌ها را جزء منابع نمی‌شناسند (دبرتین، ۱۳۷۶، ص ۳).

با وجود چنین محدودیتی از طرف منابع و گستردگی تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان، این سؤال به ذهن خطور می‌کند که چگونه هماهنگی ما بین عناصر اقتصادی ایجاد می‌شود؟ اقتصاددانان تحلیل‌گر و طرفدار نظام اقتصاد آزاد (نحله کلاسیک‌ها) براین باور بوده‌اند که بازار هماهنگ‌کننده کلیه فعالیت‌های تولید و مصرف بوده و سبب دستیابی به بیشترین رفاه و کارایی برای جامعه می‌شود. اما پاره‌ای از مشکلات و نقایص که ظاهراً نظام بازار نتوانسته است به حل آن‌ها بپردازد، سبب پیدایش این تفکر شد که دخالت دولت در تخصیص منابع ضروری و شاید اجتناب‌ناپذیر است (نحله کینزین‌ها). بدین جهت از حدود بیش از دو قرن پیش که تحلیل‌های علم اقتصاد به شکل منسجم آن پدید آمده است، علاوه بر مواردی چون تأمین نظم و امنیت به عنوان وظایفی که الزاماً دولت باید انجام دهد، انواع دیگری از دخالت دولت نیز پیشنهاد شده است. به عبارت دیگر گروهی از اقتصاددانان به این نتیجه رسیده‌اند که دولت برای رفع نقایص بازار می‌تواند با ابزارهایی چون وضع مالیات، اعطای یارانه، کنترل قیمت و بدست گرفتن تولید و مصرف برخی از کالاها به بهبود تخصیص منابع جامعه کمک نمایند.

مفاهیم و شاخه‌های اصلی اقتصاد

هر علمی در برگیرنده یکی سری موضوعات و مفاهیم مهم و یکسری ساختارها و تقسیم‌های محوری است که با توجه به آن‌ها می‌توان نقشه راهی برای ادامه کار در فضای مجازی مورد بحثمان پیدا کرد. می‌توان اقتصاد را با توجه به رویکردهای مواجهه با مسائل به دو شاخه اصلی اقتصاد خرد و اقتصاد کلان تقسیم کرد.

اقتصاد خرد

همان‌گونه که اشاره شد اقتصاد خرد به تجزیه و تحلیل رفتار و کردار واحدهای انفرادی و تصمیمات آنها می‌پردازد. از کلمه خرد، اغلب در ارتباط با چیزهای کوچک استفاده می‌شود. اقتصاد خرد در مورد رفتار شخص مصرف کننده‌ای که درآمد خود را خرج می‌کند و نیز مدیر واحد تولید که سعی در تخصیص امکانات خود در راستای اهدافش دارد، بحث می‌کند (دبرتین، ۱۳۷۶، ص ۷).

به عبارت دیگر تأکید و تمرکز اقتصاد خرد کلاسیک‌ها روی تخصیص منابع کمیاب برای بهترین استفاده‌ها به طور ضمنی، مستلزم این است که ما اشتغال کامل (کمیابی منابع) را به عنوان یک وضعیت طبیعی اقتصادی فرض کنیم، زیرا اگر در اقتصاد ظرفیت‌های بیکار وجود داشته باشد تخصیص و رعایت اولویت‌ها مفهومی ندارد. اگر اقتصاد به طور قابل ملاحظه‌ای از وضعیت اشتغال کامل پایین‌تر باشد می‌توان ادعا کرد که منابع حداقل به طور موقت کمیاب نیستند و لذا هزینه فرصت تولید اضافی هر کالا تقریباً برابر صفر خواهد بود یعنی برای تولید بیشتر تنها کافی است که بیکاری را کاهش دهیم. از آنجا که اقتصاد آمریکا به مثال رکودها و کساد عمده سال‌های ۱۹۰۸-۱۹۰۷، ۱۹۲۰-۱۹۲۱، ۱۹۳۰-۱۹۳۹ را تجربه نمود و از بحران‌های خاص آن در امان نبود، اعتبار تئوری خرد کلاسیک‌ها نه تنها از طرف خرده‌گیران و شکاک‌ها بلکه از طرف خوشبین‌ها و منطقیان مورد تردید و سؤال واقع شد. لذا متعاقب بروز بحران بزرگ دهه ۱۹۳۰ و با انتشار تئوری عمومی کینز در مورد اشتغال، بهره و پول در سال ۱۹۳۶، اقتصاد کلان مدرن به عنوان یک چارچوب تحلیلی برای درک و فهم علل نوسانات بزرگ و بعضاً طولانی در سطح اشتغال، بسط و توسعه یافت (برانسون، ۱۳۷۶، ص ۲۰).

اقتصاد کلان

کلمه کلان اغلب در ارتباط با مسائل بزرگ مورد استفاده قرار می‌گیرد. اقتصاد کلان درباره تصویر کلی می‌باشد. به عنوان مال، شخصی که اقتصاد کلان مطالعه می‌کند ممکن است با موضوعاتی در ارتباط با کل اقتصاد سر و کار داشته باشد. اقتصاددانان این شاخه، مایلند درباره عمل و عکس العمل تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان در یک

جامعه یا کشور و یا حتی دنیا مطالعه و تحقیق کنند و البته به نقش سیاست دولت نیز توجه می‌کنند (دبرتین، ۱۳۷۶، ص ۷).

در توضیح بیشتر از نحوه شکل‌گیری این شاخه باید گفت که در شروع ربع دوم قرن بیستم از یک طرف تحت تأثیر نوسانات اقتصادی (و بویژه رکود اقتصادی و بیکاری گسترده) و از طرف دیگر شاید تحت تأثیر موفقیت اولیه نظام سوسیالیستی شوروی در دستیابی به رشد سریع اقتصادی، زمینه پیدایش شاخه‌ای دیگر در علم اقتصاد تحت عنوان اقتصاد کلان فراهم شد. غالب اقتصاددانان می‌پذیرند که بنیانگذار شاخه اقتصاد کلان در علم اقتصاد «جان مینارد کینز» انگلیسی بوده است. در نگرش کینز وظیفه دولت برای دخالت در اقتصاد، تنها به رفع نقایص بازار یک کالا و یا یک صنعت محدود نمی‌شود، بلکه دولت می‌تواند به بهبود عملکرد کل اقتصاد بپردازد. در واقع از نظر کینز، برخلاف اعتقاد اقتصاددانان قبل از او (کلاسیک‌ها) برای توانایی نظام بازار در حل رکود و بیکاری، با استفاده از ابزارهایی که در اقتصاد کلان مطالعه می‌شود، می‌توان با مشکلاتی چون بیکاری و رکود یا تورم مقابله کرد. بدین جهت اقتصاد کلان به مطالعه تولید کل، مصرف کل، سرمایه‌گذاری کل، پس‌انداز کل، قیمت‌های تمامی کالاها و خدمات (یا متوسط سطح قیمت‌ها)، کل بیکاری در اقتصاد و مواردی از این قبیل می‌پردازد (رحمانی، ۱۳۹۳، ج ۱، ص ۳).

لازم به ذکر است که قبل از دهه ۱۹۳۰ بسیاری از اقتصاددانان معتقد بودند که عوامل عرضه و تقاضا نهایتاً مشکل بیکاری و پایین بودن سطح تولید را حل می‌کنند. مکتب کلاسیک از منظر اقتصاد کلان تأکید دارد که اگر اقتصاد در بلندمدت به حال خود رها شده و در آن دخالتی صورت نگیرد، نهایتاً به تعادل منجر می‌شود. (دربنوش و فیشر، ۱۳۸۶، ص ۱۰). با ظهور اندیشه کینزی پس از دهه ۱۹۳۰ تا اوایل ۱۹۶۰، عمده اعتقاد طرفداران این مکتب در مورد علت اساسی تولید پایین و بیکاری، ناکافی بودن تقاضای کل (هزینه کل) بود و همچنین بر این باور بودند که راه حل تورم کاهش تقاضای کل است (همان، ص ۱۱).

در مورد نکات مهم تاریخی و تحولات تئوریک این دو رویکرد باید بیان کرد که، از سال ۱۹۵۰ تا اوائل دهه ۱۹۷۰، تحلیل‌های اقتصاددانان بعد از کینز عمدتاً روی نوسانات اشتغال که از نوسانات تقاضای کل ناشی می‌شد تمرکز داشت. در سال ۱۹۷۴، بر اثر اولین افزایش قیمت نفت، رکودی عمیق و گسترده بر اقتصاد سایه افکند که از انتقال عرضه کل ناشی می‌شد. امکان و احتمال چنین رخدادی در تحلیل‌های اقتصادی قبلی منظور نشده بود. در سال ۱۹۷۵ نرخ بیکاری به ۹ درصد رسید و نرخ تورم به ۱۰ درصد افزایش یافت. چنین تحولی در منشأ نوسانات، که در سال ۱۹۷۴ عرضه نیز به عنوان عامل نوسان شناخته شد، دانشمندان اقتصاد کلان را به مطالعه طرف عرضه وادار نمود و باعث گردید آن‌ها با بررسی و لحاظ طرف عرضه نتایج و تحلیل‌های بدست آمده در طرف تقاضا را

تکمیل نمایند. در سال ۱۹۸۰ گسترش تقاضا و دومین افزایش قیمت نفت، تورم را مجدداً به سطح بالای ۱۰ درصد بازگرداند. به دنبال اعمال سیاست‌های بازدارنده تورم، رکود عمیق سال ۱۹۸۲ بیکاری را به بالای ده درصد افزایش داد ولی تورم را هم به طور حیرت‌آور و سریع کاهش داد. این مطلب نقش انتظارات تورمی در اقتصاد را آشکار ساخت و از دهه ۱۹۷۰ به بعد، اقتصاددانان کلان مسأله انتظارات را در تحلیل‌های اقتصادی دخالت دادند (رحمانی، ۱۳۹۳، ص ۲۰).

پس از این دو رویکرد مکاتب تجدیدنظر شده‌ای چون نئوکلاسیک‌ها و نئوکینزی‌ها پا به عرصه گذاشتند و البته تاریخ محدود به این مکاتب نبوده و مکاتب متعددی شکل گرفته‌اند که مکاتبی چون پول‌گرایی در واقع نقطه عزیمت اقتصاد کلان از اقتصاد کینزی به سمت ایده‌های نئوکلاسیکی بوده‌است (شاگری، ۱۳۹۲، ص ۱۰۵۵).

یک نکته مهم دیگر در شاخه‌های علم اقتصاد این است که تجزیه و تحلیل‌های لفظی خالص، اولین مرحله در روند تاریخی گسترش و تکامل تئوری اقتصاد بود و همگام با فرمول‌بندی روابط کمی در تعداد بیشتری از روابط و همگام با تشدید پیچیدگی در ارائه تئوری‌ها، تجزیه و تحلیل‌های لفظی خاص بیش از پیش ملال آور شده و بطور پی‌گیر برای فرمول‌بندی روابط غیر قابل استفاده شده‌اند. روابط ریاضی اکثر تئوری‌های اولیه اقتصادی را در برمی‌گیرند، هر چند که به‌ندرت تئوری‌های مذکور حالت عینی بخود می‌گیرند (هندرسن و کوانت، ۱۳۹۳، ص ۱۳).

همزمان با افزایش کاربرد ریاضیات در توضیح روابط متغیرهای اقتصادی، از روش‌های آماری نیز با استفاده از اطلاعات و ارقام واقعی، برای برآورد روابط اقتصادی بیش از پیش استفاده می‌شد. بدین منظور یک گرایش کاملاً جدید تحت عنوان اقتصادسنجی^۱ (اندازه‌گیری اقتصادی) ظاهر شد که توسط آن، روابط گنجانده شده در الگوهای که پایه ریاضی داشتند، قابل اندازه‌گیری بودند (دبرتین، ۱۳۷۴، ص ۶).

اما کلیه اقتصاددانان کلان قبل از شروع بحث‌های تحلیلی با استفاده از روابط جبری و نمودارهای هندسی، ابتدا با استفاده از نمودارهایی ساده روابط بین بخش‌های اقتصادی و متغیرهای اقتصادی را تشریح می‌کنند که چگونگی گردش فعالیت‌های اقتصادی در نظام اقتصادی را منعکس می‌کند. در این نمودارها که به جریان و یا چرخه دایره‌وار یا مدور تولید و درآمد ملی معروف هستند، چگونگی ارتباط فعالیت‌های تولیدی اقتصاد با فعالیت‌های مصرفی اقتصاد در نظام اقتصادی تشریح شده و چگونگی ایجاد درآمد و تبدیل شدن درآمد به مخارج مربوط به کالا و خدمات مورد بحث قرار می‌گیرد که پایه‌ای برای بحث‌های تحلیلی جبری و هندسی است. لذا به منظور تبیین نظام اقتصادی در

اقتصاد متعارف لازم است که این مدل‌ها و روابط بین بخش‌های اقتصادی مشخص شود که به علت اهمیت این موضوع در نگاه نظام‌مند، در ادامه نگاه مختصری به این مدل‌ها خواهیم داشت.

روابط اقتصادی در مدل‌های اقتصاد کلان

مدل اقتصاد کلان چارچوب ساده شده‌ای از روابط، بین متغیرهای اقتصاد کلان جهت درک روابط اساسی در سطح کل اقتصاد است. در مدل‌های اقتصاد کلان ساده، اقتصاد به دو بخش خانوارها و بنگاه‌ها با به عبارت دیگر به دو بخش تولید و مصرف تقسیم شده و آن‌گاه گردش فعالیت‌های اقتصادی به صورت یک جریان مدور تولید-درآمد متصور می‌شود که در آن فعالیت‌های تولیدی برای صاحبان عوامل تولید، درآمد ایجاد کرده و آن‌گاه درآمد کسب شده صرف خرید همان کالاها و خدمات تولیدشده می‌گردد و این وضعیت در طول زمان ادامه می‌یابد. اقتصاددانان به منظور تکمیل مدل‌ها بخش‌های دیگر را وارد کرده و در قالب مدل‌های دوبخشی، سه‌بخشی و چهاربخشی توضیحات را ذکر می‌کنند. با توجه به این که در کلیه کتاب‌های اقتصاد کلان این مباحث ذکر شده است و ذکر تفصیلی آن در این تحقیق لازم نیست، در ادامه فقط مدل چهاربخشی که کامل‌ترین آن‌ها است، ذکر می‌شود.

مدل چهاربخشی جریان دایره‌وار تولید و درآمد ملی

در مدل‌های چهاربخشی کلیه فروض ساده‌کننده در مدل‌های دوبخشی و سه‌بخشی کنار زده می‌شود و اقتصاد شامل چهار بخش: ۱- خانوارها (مردم)، ۲- بنگاه‌ها (صاحبان سرمایه)، ۳- دولت و ۴- تجارت خارجی (جهان خارج) است و تنها فرض اساسی که در این مدل وجود دارد این است که عرضه و تقاضای تک تک کالاها به وسیله سیستم قیمت‌ها هماهنگ شده است (یعنی در این مدل بازار پول و تحلیل‌های مربوط به قیمت‌ها و نرخ بهره وارد نمی‌شود).

در توضیح بخش‌های مختلف اقتصاد در این مدل‌ها باید عرض کرد که خانوارها مالک و صاحب نهایی همه عوامل تولید (نیروی کار، زمین و منابع طبیعی، سرمایه و مدیریت) هستند که قصد کسب درآمد از آن‌ها دارند و بنگاه‌ها نیز به کار گیرنده همین عوامل تولید هستند که قصد ترکیب آن‌ها برای تولید کالاها و خدمات را دارند. البته بنگاه‌ها به غیر از عوامل تولید فوق به مواد اولیه و کالاهای نیم ساخته همدیگر نیز نیاز دارند. از طرف دیگر بنگاه‌ها که کالاها و خدمات مختلفی را تولید کرده‌اند، تمایل دارند آن‌ها را به فروش برسانند و خانوارها جهت رفع نیازهای مصرفی خود تمایل به خرید کالاها و خدمات دارند. لذا دو گونه بازار پدید می‌آید که در یکی از آن‌ها (بازار خدمات و عوامل تولید) عوامل تولید مذکور به بنگاه‌ها واگذار شده و در مقابل بنگاه‌ها پرداخت‌هایی به شکل مزد و حقوق، اجاره و بهره و سود در اختیار خانوارها می‌گذارند. (البته در این مدل‌ها فرض بر این است که بنگاه‌ها در نهایت متعلق به خانوارها هستند و سود کسب شده توسط بنگاه‌ها نیز به خانوارها تعلق می‌گیرد). اصطلاحاً مجموع درآمدهای بدست آمده برای خانوارها به اشکال فوق را درآمد ملی یا درآمد ناخالص ملی گویند. در بازار دیگر (بازار

کالا و خدمات)، کالاها و خدمات نهایی به خانوارها فروخته می‌شود و در مقابل خانوارها درآمدهای بدست آمده خود را بابت دریافت این خدمات و کالاها می‌دهند. اصطلاحاً ارزش پولی کالاها و خدمات نهایی را محصول یا تولید ناخالص ملی می‌گویند. با توجه به این که در مدل چهاربخشی پس‌انداز وجود دارد و خانوارها و بنگاه‌ها بخشی از پول خود را پس‌انداز می‌نمایند، وجود همین پس‌انداز نیاز به بازاری تحت عنوان بازار مالی (شامل بانک‌ها، مؤسسات بیمه، بورس اوراق بهادار، و مواردی از این قبیل) را مطرح می‌سازد. نیاز به این بازار نیز از آن جا ناشی می‌شود که خانوارها تمایل دارند از پس‌انداز خود درآمدی کسب کنند و بنگاه‌ها نیز تمایل دارند برای گسترش فعالیت تولیدی خود منابع مالی بدست آورند و بازار مالی می‌تواند واسطه بین پس‌انداز خانوارها و سرمایه‌گذاری بنگاه‌ها باشد. و به طور خلاصه خانوارها بخشی از درآمد ناخالص ملی را صرف مصرف می‌کنند و بخش دیگر را پس‌انداز می‌کنند و پس‌انداز آنان از طریق بازار مالی به بنگاه‌ها قرض داده می‌شود تا توسط بنگاه‌ها برای سرمایه‌گذاری برنامه‌ریزی شده مورد استفاده قرار گیرد.

بخش سوم که در مدل چهاربخشی مورد توجه است، دولت می‌باشد که روابط بین دولت و دیگر بخش‌ها مانند بنگاه‌ها و خانوارها به فرض سادگی در مالیات خلاصه می‌شود. به عبارت دیگر با وجود این که دولت از راه‌های گوناگون با بخش‌های دیگر ارتباط دارد ولی برای ساده سازی در مدل‌های اولیه فرض می‌شود که دولت با استفاده از مالیات‌های دریافتی و هزینه‌های انجام شده با دیگر بخش‌ها مرتبط می‌شود و فرض می‌شود که دولت هیچ‌گونه فعالیت تولیدی انجام نمی‌دهد و اگر بنگاه‌های دولتی وجود داشته باشند، مانند بنگاه‌های خصوصی فرض می‌شوند و لذا دولت تمام درآمد خود را از طریق مالیات کسب می‌کند. بنابراین از درآمدهای دریافتی خانوارها، بخشی صرف پرداخت خالص مالیات‌ها به دولت می‌شود که این مبلغ صرف هزینه‌های دولت می‌گردد. آنچه پس از پرداخت خالص مالیات‌ها برای خانوارها باقی می‌ماند، اصطلاحاً درآمد قابل تصرف نامیده می‌شود که بخشی از آن مصرف و بخشی دیگر پس‌انداز می‌شود. در این مدل اگر درآمد دولت برابر هزینه‌ها باشد بحث‌های کسری بودجه و یا مازاد بودجه پیش نمی‌آید و در صورتی که هزینه‌های دولت بیش از درآمد باشد، دولت با کسری بودجه مواجه است که دولت برای کسب درآمد فرض می‌شود که بخشی از پس‌اندازهای خانوارها را قرض می‌گیرد و بحث‌های انتشار پول در این مدل نادیده گرفته شده و بازار پول وجود ندارد.

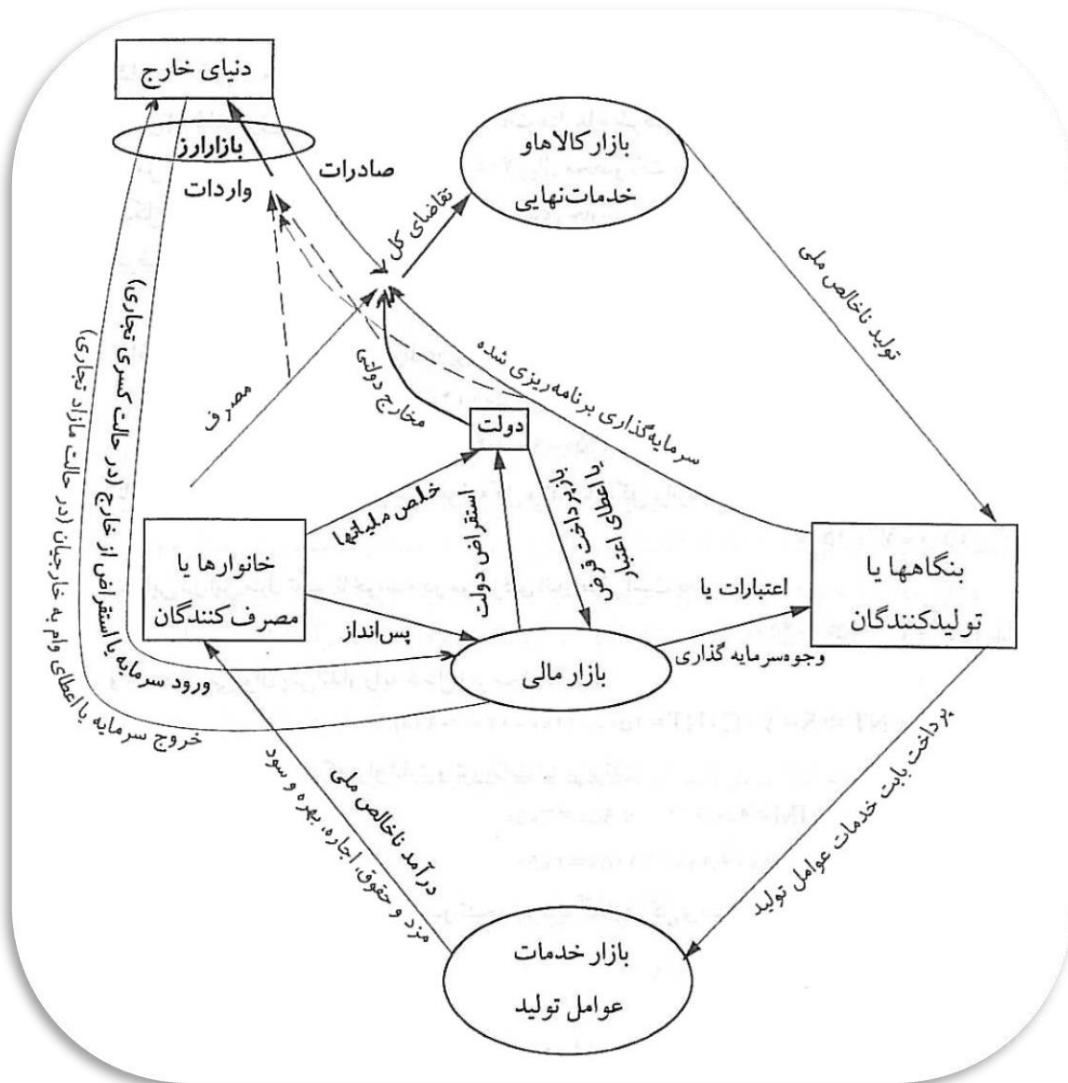
در مورد بخش چهارم که تجارت خارجی و دنیای خارج است باید توضیح داد که اگر چه در این مدل‌ها دنیای خارج وجود دارد ولی تمرکز و هدف اساسی همچنان بحث مربوط به تعادل عرضه و تقاضای کل در اقتصاد داخلی است و ارتباط با دنیای خارج تنها از طریق صادرات و واردات کالاها و خدمات است. با توجه به تجارت خارجی بخشی از مصرف خانوارها، خرید دولت و بنگاه‌ها از خارجیان صورت می‌گیرد که همان واردات است که در نمودار

۱-۰ با فلش به سمت دنیای خارج جدا شده است. (البته در این نمودار جهت پرهیز از آشفتگی جهت حرکت کالاها و خدمات نشان داده نشده است). از طرف دیگر خارجیان نیز کالاها و خدمات نهایی از بازار کالاها و خدمات نهایی داخلی خریداری می‌کنند و پرداخت بابت آن انجام می‌دهند که با فلش صادرات نشان داده شده است.

حال اگر خالص صادرات (صادرات- واردات) که اصطلاحاً تراز تجاری می‌گویند برابر با صفر باشد می‌گویند توازن تجاری وجود دارد. و اگر مثبت باشد مازاد تجاری وجود دارد که به این معنا است که خارجیان بیش از آن که به اقتصاد داخلی کالا و خدمات بفروشند، کالا و خدمات از بازار داخلی خریداری می‌کنند. در این صورت به منظور تبادل با پول‌های یکسان بازار ارز و مسائل خروج سرمایه و یا اعطای وام به خارجیان مطرح می‌شود.

بنابراین در نمودار ذیل در فلش مربوط به «استقراض دولت» ممکن است، استقراض از پس‌اندازهای داخلی صورت گیرد و یا از خارجیان و به همین ترتیب برای بازپرداخت قرض و اعطای اعتبار. همچنین از آن‌جا که برای صادرات و واردات یا ورود و خروج سرمایه باید پول داخلی به پول خارجی تبدیل شود یا بالعکس، همه تبادلات باید از بازار ارز عبور کند. بنابراین کامل‌ترین مدل اقتصاد کلان به صورت نظری و تئوریک به شکل زیر قابل ترسیم است که در آن بخش‌های مختلف اقتصادی و روابط بین آنان نشان داده شده است:

نمودار ۱-۰: مدل چهار بخشی- جریان دایره‌وار تولید و درآمد ملی



منبع: (رحمانی، ۱۳۹۳، ص ۲۵)

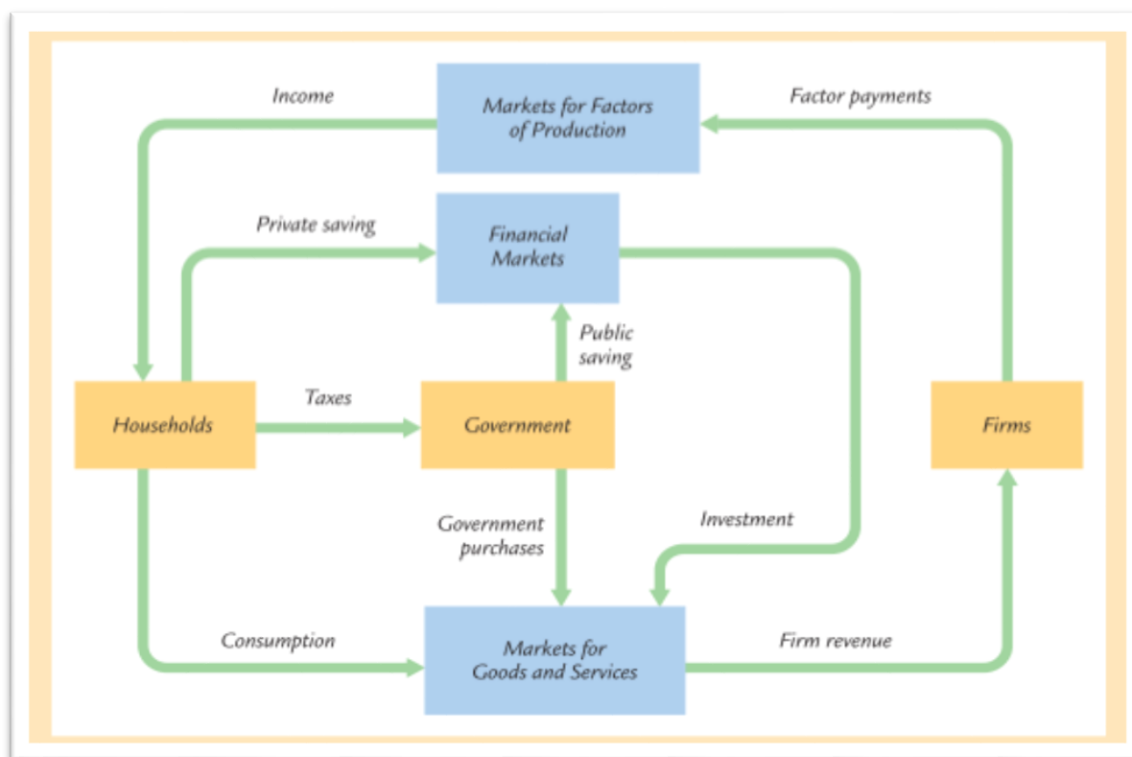
لازم به ذکر است که در کلیه مطالعات لاتین مدل‌های اقتصادی شبیه به شکل فوق ترسیم شده است که در ادامه به منظور آگاهی بیشتر، دو نمونه از آنان که در کتاب‌های معروف ذکر شده‌اند را بیان کرده‌ایم.

مدل‌های مذکور در منابع لاتین

کتاب اقتصاد کلان من کیو

جناب آقای من کیو^۲ (استاد دانشگاه هاروارد آمریکا) در کتاب خود^۳ قسمت کوچکی از مدل‌های مذکور را که جریان اقتصادی در جامعه را نشان می‌دهد، ترسیم کرده‌است. لازم به ذکر است که ایشان فقط دو نمونه از مدل‌ها را با فروزی که در بخش قبلی ذکر شد، ترسیم کرده که مدل سه‌بخشی ایشان به شرح ذیل است:

نمودار ۲-۰: مدل سه‌بخشی جریان دایره‌وار تولید و درآمد



منبع: (Mankiw, ۲۰۰۹، ص ۴۶)

کتاب اصول اقتصاد کلان ریتنبرگ

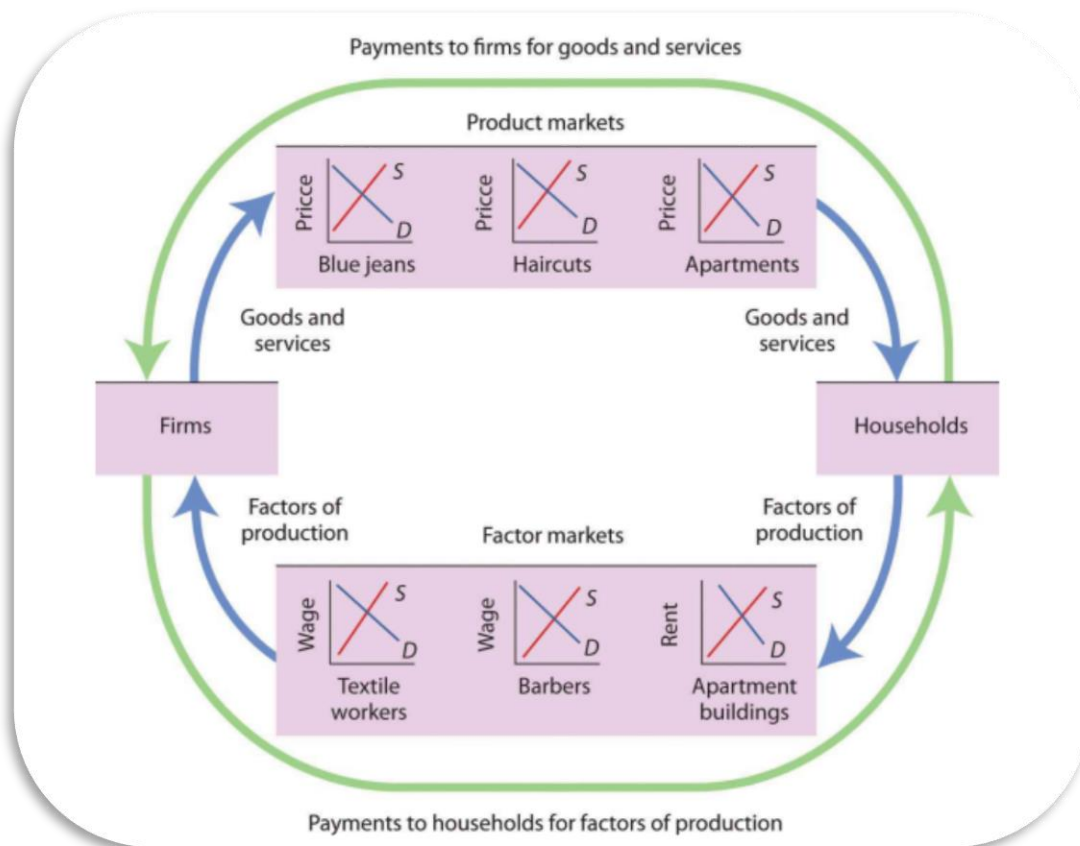
همچنین پروفسور لیبی ریتنبرگ^۴ استاد دانشگاه کلرادو در کتاب خود همانند دیگر اقتصاددانان مدل‌های دایره‌وار و چرخه‌ای را ذکر کرده است که در ذیل به آن اشاره شده است:

^۲- N. GREGORY MANKIW

^۳- MACROECONOMICS (SEVENTH EDITION)

^۴- Libby Rittenberg

نمودار ۳-۰۰: جریان دایره‌وار فعالیت‌های اقتصادی



منبع: (Rittenberg, ۲۰۱۲، ص ۱۳۲)

همان‌گونه که در نمودار فوق مشاهده می‌شود، ایشان فقط مدل دو بخشی را در این نمودار ترسیم کرده و بازار عوامل^۵ و تولید^۶ را مطرح کرده است. همچنین ایشان مدل‌های دیگر را به صورت بخشی (نه به صورت کامل) ترسیم نموده که به علت اختصار از ذکر آن خودداری شده است.

موضوعات اصلی اقتصاد

فارغ از شاخه‌های علم اقتصاد و رویکردهای موجود، یکی از منابع بسیار مناسب که در آن، موضوعات متنوع اقتصادی در تقسیم‌بندی مناسبی جمع‌آوری شده است، طبقه‌بندی JEL است. به عبارت دیگر با پیشرفت موضوعات اقتصادی

^۵- Factor Market

^۶- Product Market

در سال ۱۹۶۳ انجمن اقتصادی آمریکا^۵ به منظور طبقه‌بندی موضوعات علم اقتصاد، مجله‌ای با عنوان «The Journal of Economic Abstracts» منتشر نمود و پس از شش سال در سال ۱۹۶۹ اولین طبقه‌بندی از علم اقتصاد که مرسوم به طبقه‌بندی «JEL» بود منتشر شد. مجله ادبیات اقتصادی^۸ که شاخه‌ای از این انجمن می‌باشد، خلاصه مقالات مختلف را بصورت یکپارچه، ذیل طبقه‌بندی خود ارائه می‌دهد. بهره‌گیری از این امکان به نویسندگان مقاله کمک می‌کند تا به مقالات مرتبط با موضوع مورد مطالعه خود با روشی متفاوت و در بسیاری از موارد، بهتر از روش‌های گذشته، دست یابند. این طبقه‌بندی یکی از معتبرترین طبقه‌بندی‌ها است که موضوعات مهم را همان‌گونه که در **Error! Reference source not found.** مشاهده می‌گردد در ۲۰ محور دسته‌بندی کرده است.

محورهای اقتصاد آموزش، بهداشت و رفاه و جایگاه ورود دولت و بخش عمومی که عمدتاً در شکست بازار و هنگامی که نظام بازار ناتوان در حل این گونه مسائل باشد، مطرح می‌گردد. مباحث مالی و پولی که به ترتیب به بررسی جریانات مالی و پولی کشور می‌پردازند، نیز از جمله موضوعات مهم است. بیمه‌ها و بورس‌ها و نظام بانکی تحت عنوان اقتصاد مالی بررسی می‌شوند و بازارهای مالی که در آن حجم عظیمی از پول از طرف افرادی که دارای مازاد بوده به طرف افرادی که دارای کسری پول می‌باشند، انتقال پیدا می‌کند (میشکین، ۱۳۹۰، ص ۳۴) و از طرف دیگر بانک‌های مرکزی و نحوه کنترل جریانات نقدی کشور در راستای اهدافی از جمله ثبات قیمتی و ایجاد اشتغال و رشد ذیل اقتصاد پولی بحث می‌شود. موضوع نهادهای مصرفی از جمله نیروی کار و سرمایه از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است چنان که یکی از محورهای طبقه‌بندی JEL در مورد اقتصاد نیروی انسانی و آمار نفوس است.

جدول ۱-۰: شاخه‌های اصلی در طبقه‌بندی JEL

شاخه‌های اصلی در طبقه‌بندی JEL		
ردیف	شاخه	نام
۱	A	اقتصاد عمومی و آموزش
۲	B	تاریخچه تفکر اقتصادی، روش‌شناسی و رویکردهای نامتعارف
۳	C	روش‌های ریاضی و کمی
۴	D	اقتصاد خرد
۵	E	اقتصاد کلان و اقتصادهای پولی

^۵ American Economic Association^۸ The Journal of Economic Literature (JEL)

۶	F	اقتصاد بین‌الملل
۷	G	اقتصاد مالی
۸	H	اقتصاد دولتی و عمومی
۹	I	بهداشت، آموزش و رفاه
۱۰	J	اقتصاد نیروی انسانی و آمار نفوس
۱۱	K	قانون (حقوق) و اقتصاد
۱۲	L	سازمان صنعتی
۱۳	M	مدیریت تجاری و اقتصاد تجارت، بازاریابی، حسابداری
۱۴	N	تاریخچه علم اقتصاد
۱۵	O	توسعه اقتصادی، تغییر فناوری و رشد
۱۶	P	نظام‌های اقتصادی
۱۷	Q	اقتصاد منابع کشاورزی و طبیعی، اقتصاد محیط زیست و اکولوژی (بوم‌شناسی)
۱۸	R	اقتصادهای شهری، روستایی، منطقه‌ای و حمل و نقل
۱۹	Y	دسته‌بندی‌های متفرقه
۲۰	Z	سایر موضوعات ویژه

همچنین اقتصاد انرژی، اقتصاد منطقه‌ای، اقتصاد توسعه و دیگر حوزه‌ها می‌تواند از جمله این موضوعات شمرده شوند. نکته قابل توجه این است که تمام این موضوعات مذکور و غیر مذکور و حتی شناخته نشده ترکیبی از مباحثی است که در رویکردهای اقتصاد و دسته‌بندی اقتصاد بیان شد؛ یعنی مباحث خرد و یا کلان اقتصاد در موضوعات مختلف به کار گرفته می‌شوند و مثلاً اقتصاد کشاورزی را ایجاد می‌کنند. از این منظر دو بحث خرد و کلان از جمله شاه کلیدهایی است که با آن می‌توان موضوعات مختلف را مورد بررسی علمی قرار داد.

هر کدام از این عناوین بیست‌گانه خود به بخش‌های مختلفی تقسیم می‌گردد که در پیوست کتاب، جزئیات جداول و دسته‌بندی‌ها ذکر شده است. در اولین شاخه از طبقه‌بندی، «اقتصاد عمومی و آموزش» بررسی می‌شود. منظور از اقتصاد عمومی، اصطلاح رایج و مد نظر اقتصاددانان به معنای اقتصاد بخش عمومی نیست، بلکه مطالعات و موضوعات عمومی (جنرال) در این بخش جای می‌گیرد.

در بخش دوم، به متفکران اقتصادی پرداخته‌اند. مکاتب اقتصادی و آنچه به عنوان اقتصاد کلاسیک، کینزی، نئوکلاسیک، نئوکینزی و ... شناخته می‌شود در این بخش قابل دسته‌بندی است. تاریخچه تفکر اقتصادی پیش از

سال ۱۹۲۵، تاریخچه تفکر اقتصادی از سال ۱۹۲۵ تاکنون، تاریخچه تفکر اقتصادی اشخاص، روش‌شناسی اقتصادی، رویکردهای نامتعارف جاری زیرشاخه این طبقه هستند.

در جامعه‌ی علمی و حتی سیاست‌گذاری خرد و کلان، غالباً مدل‌های سنجی و مقادیر عددی از جایگاه بالایی برخوردار است؛ بطوری که اگر محقق بتواند از این ابزار بهره‌ی لازم را ببرد در کار خود موفق بوده و نظر مثبتی را از سوی نگاه داوران برای تحقیق خود اتخاذ خواهد کرد. «روش‌های ریاضی و کمی»، سومین حوزه مورد مطالعه در علم اقتصاد است.

اگر از افراد خارج از علم اقتصاد از ادبیات موجود در این حوزه بپرسیم، اقتصاد را در دو بخش اقتصاد خرد و کلان دسته‌بندی می‌کنند. این دو حوزه مهم از اقتصاد، در دو طبقه D و E قرار می‌گیرند. اقتصاد درون یک خانواده، تولید بنگاه‌ها، بازارها و تعادل در آن، قیمت‌گذاری و روش‌های آن، موضوع مهم تعادل عمومی، تخصیص زمان به کار و استراحت و ... در شاخه اقتصاد خرد مطالعه می‌شود. از جمله موضوعات مطرح در شاخه اقتصاد کلان و اقتصاد پولی، اقدامات یک دولت و سیاست‌های پولی آن مورد اهتمام است. تولید ناخالص داخلی، سطح اشتغال، تورم، نرخ بهره، عرضه کل و تقاضای کل است. اصلی‌ترین مطالب این دوشاخه به شرح نمودارهای ذیل است:

جدول ۲-۰: اقتصاد خرد (D)

ردیف	شاخه	نام
۱	D0	کلیات
۲	D1	رفتار خانوار و اقتصاد خانواده
۳	D2	تولید (محصول) و سازمان‌ها
۴	D3	توزیع
۵	D4	ساختار بازار و قیمت‌گذاری
۶	D5	تعادل عمومی و عدم تعادل
۷	D6	اقتصاد رفاه
۸	D7	تجزیه و تحلیل تصمیم‌گیری جمعی
۹	D8	اطلاعات، دانش و نااطمینانی
۱۰	D9	انتخاب بین زمانی و رشد

جدول ۳-۰: اقتصاد کلان و اقتصادهای پولی (E)

ردیف	شاخه	نام
۱	E0	کلیات
۲	E1	الگوهای تجمیعی عمومی
۳	E2	اقتصاد کلان: مصرف، پس انداز، تولید، اشتغال (استخدام) و سرمایه گذاری
۴	E3	سطح قیمت‌ها، نوسانات و چرخه‌های تجاری
۵	E4	پول و نرخ‌های بهره
۶	E5	سیاست پولی، بانکداری مرکزی و عرضه پول و اعتبار
۷	E6	سیاست اقتصاد کلان، جنبه‌های تأمین مالی دولتی در اقتصاد کلان و چشم انداز کلی

همچنین اقتصاد بین‌الملل به عنوان ششمین عرصه از مجموعه مسائل اقتصادی، به موضوعاتی از قبیل تجارت بین‌الملل، سیاست‌های اقتصادی در سطح جهان، تولید مشترک، تأمین مالی از منابع خارجی، اوپک و مجموعه اقتصادهای بهم پیوند، تعرفه‌گذاری و حمایت از تولید داخلی می‌پردازد. مهم‌ترین موضوعات این بخش به شرح نمودار ذیل است:

جدول ۴-۰: اقتصاد بین‌الملل (F)

ردیف	شاخه	نام
۱	F0	کلیات
۲	F1	تجارت (داد و ستد)
۳	F2	جابجایی عوامل تولید در سطح جهان و کسب و کار بین‌المللی
۴	F3	تأمین مالی بین‌المللی
۵	F4	جنبه‌های تجارت و تأمین مالی بین‌المللی در اقتصاد کلان
۶	F5	روابط بین‌الملل و اقتصاد سیاسی بین‌المللی

اقتصاد مالی که هفتمین دسته را به خود اختصاص می‌دهد، نیز مجموعه مسائلی چون بحران‌های مالی، بازار مالی و انتخاب سبد دارایی متناسب، قیمت‌گذاری دارایی‌های مالی، بازارهای بین‌المللی مالی، خدمات و نهادهای مالی چون بانک، بیمه و بورس و خدمات ایشان، تأمین مالی شرکت‌ها و نظارت مالی بر ایشان را دربر دارد.

اگر بخواهیم دخالت دولت را در اقتصاد پیگیری کرده و وظایف عمومی آن را رصد کنیم، اقتصاد بخش عمومی راهگشاست. ساختار و محدوده تصدی دولت، وضع مالیات توسط دولت و اعطای یارانه به افراد و کالاهای خاص، سیاست‌های مالی دولت که به مخارج دولتی اشاره دارد، تولید و توزیع کالاهایی عمومی، بهداشت، آموزش، برنامه‌های رفاهی، توسعه زیرساخت‌ها، امنیت، بودجه و کسری بودجه، دولت‌های محلی، استانداری‌ها و فرمانداری‌ها، اموال دولتی بخشی از گستره اقتصاد بخش عمومی را شامل می‌شود.

اقتصاد بهداشت، آموزش و رفاه، بخش نهم از اقتصاد است. در اقتصاد بخش عمومی بر وظایف و گستره اقدامات دولت در تأمین بهداشت، آموزش و رفاه می‌پردازیم و حال آنکه در این بخش به داخل هریک از این موضوعات رفته و با نگاهی از بیرون به درون و خارج از این اقتصادها، تلاش داریم این عرصه‌ها را توضیح دهیم از این رو تجزیه و تحلیل بازارهای بهداشت و درمان، ارائه و ایجاد بهداشت، بیمه‌های بهداشتی، خصوصی و دولتی، بهداشت و نابرابری، بهداشت و توسعه اقتصادی، تأمین مالی آموزشی، آموزش عالی و موسسات پژوهشی، آموزش و نابرابری، آموزش و توسعه اقتصادی، رفاه عمومی، برآورد (سنجش) و تجزیه و تحلیل فقر، سیاست دولت، فراهم نمودن امکانات و آثار برنامه‌های رفاهی از جمله موضوعات قابل طرح در این بخش است.

اقتصاددانان در اقتصاد نیروی انسانی و آمار نفوس، به سیاست‌های اقتصاد کار، روند جمعیت شناختی، ازدواج، طلاق، ساختار خانواده، باروری و تنظیم خانواده، مراقبت از بچه‌ها، اقتصاد کهنسالان، اقتصاد معلولین، عدم تبعیض در بازار کار، اقتصاد اقلیت‌ها و نژادها، اقتصاد جنسیتی، نیروی کار و استخدام، تخصیص زمان و عرضه نیروی کار، تقاضای نیروی کار، بازنشستگی، ایمنی، رضایت شغلی، ساختار و سطح دستمزدها، قراردادهای نیروی کار، اتحادیه‌های صنفی، کارگران مهاجر، بیکاری، بیمه بیکاری، حقوق کارگر می‌پردازند.

حقوق اقتصادی از جمله حقوق دارایی، حقوق قراردادهای، حقوق محیط زیست، بهداشت و ایمنی، قانون شبه جرم و مسئولیت در قبال کالا، حقوق جزایی، حقوق ضد انحصار، قانون شرکت و اوراق بهادار، صنایع تحت نظارت و قوانین اقتصادی مانند قانون کار، قانون مالیات و قانون ورشکستگی شخصی، در قانون (حقوق) و اقتصاد مطالعه می‌شود.

در بخش دیگری از اقتصاد، به موضوع سازمان صنعتی در اقتصاد اشاره می‌شود. در این بخش ساختار بازار، راهبرد (استراتژی) بنگاه و عملکرد بازار با موضوعاتی چون انحصار و بازارهای ناقص، روابط معاملاتی، قراردادهای و خوشنامی، اطلاعات و کیفیت محصول، استانداردسازی و مطابقت، همچنین اهداف، سازماندهی و رفتار بنگاه‌ها در اقتصاد، سازمان‌های غیرانتفاعی و کسب و کار دولتی، مسائل و سیاست‌های ضد تراست، مقررات و سیاست صنعتی، مطالعات مرتبط با یکایک انواع صنایع و خدمات مورد بررسی قرار می‌گیرد.

برخی مطالعات اقتصادی را می‌توان در دسته اقتصاد تجارت و بازاریابی جای داد؛ موضوعاتی از قبیل مدیریت بازرگانی، اقتصاد بازرگانی، بازاریابی و تبلیغات، حسابداری و حسابرسی و همچنین اقتصاد کارکنان در این مجموعه مورد مطالعه قرار می‌گیرد. موضوعات اصلی این بخش که بخش ۱۳ است در جدول ذیل بیان شده است:

جدول ۵-۰: مدیریت تجاری و اقتصاد تجارت، بازاریابی، حسابداری (M)

ردیف	شاخه	نام
۱	M0	کلیات
۲	M1	مدیریت بازرگانی
۳	M2	اقتصاد بازرگانی
۴	M3	بازاریابی و تبلیغات
۵	M4	حسابداری و حسابرسی
۶	M5	اقتصاد کارکنان (پرسنل)

بخش ۱۴ مربوط به مطالعات تاریخی است که در بخش‌های مختلف علم اقتصاد، موضوعات مجزایی دارد و از آن جمله می‌توان به تاریخچه اقتصاد کلان و اقتصاد پولی در جهان، رشد و نوسانات اقتصادی، باخوانی تاریخی بازارها و نهادهای مالی، نیروی کار و مصرف‌کنندگان، علم جمعیت‌شناسی، آموزش، سلامت، رفاه، درآمد، ثروت، مذهب و بشردوستی، گذر تاریخ اقتصادی بر دولت‌ها، جنگ، قانون، روابط بین‌المللی و مقررات، بررسی تاریخچه کشاورزی، منابع طبیعی، محیط زیست و صنایع استخراجی (وابسته به معدن) در جهان، تغییرات تاریخی تولید و ساخت و ساز، حمل و نقل، تجارت (داد و ستد)، انرژی، فناوری و سایر خدمات، همچنین تاریخ تجارت خرد، تاریخ منطقه‌ای و شهری، اشاره کرد.

بررسی اقتصادی در حوزه‌های فناوری و نگاه به اقتصاد توسعه نیز از مهم‌ترین شاخه‌های علم اقتصاد است که نظام مسائلی از جمله توسعه اقتصادی شامل تجزیه و تحلیل‌های اقتصاد خرد و کلان توسعه، کشاورزی، منابع طبیعی، انرژی، محیط زیست، صنعتی شدن، صنایع خدماتی و تولیدی، انتخاب فناوری (تکنولوژی)، موضوعات توسعه انسانی، توسعه اقتصادی و بازارهای مالی، پس انداز کردن و سرمایه گذاری ثابت به منظور توسعه، بخش‌های رسمی و غیررسمی، اقتصاد در سایه، ترتیبات نهادی، پیوندهای بین‌المللی با توسعه، نقش سازمان‌های بین‌المللی در فرآیند توسعه را دربرمی‌گیرد. علاوه بر آن مطالعات حول برنامه‌ریزی و سیاست توسعه، تغییر فناوری، تحقیق و توسعه، حقوق مالکیت معنوی، رشد اقتصادی و بهره‌وری کل، مطالعات کشوری در گستره علم توسعه اقتصادی را در خود جای داده است.

همچنین در دانشکده‌های اقتصاد، درسی با عنوان «نظام‌های اقتصادی» وجود دارد که به سیر تحول و تطور این نظام‌ها در جهان می‌پردازد. این مهم در شاخه‌ی شانزدهم قرار گرفته و به مطالعه‌ی مسائل مورد بررسی در حوزه اقتصادهای تطبیقی می‌پردازد.

اگر بخواهیم مطالعات مرتبط با مسائل اقتصادی در سه حوزه‌ی نزدیک به هم و مرتبط با کشاورزی و منابع طبیعی (شامل انرژی و محیط زیست و بوم‌شناسی را به طور مشخص و جزئی مورد مطالعه قرار دهیم، بهتر آن است که به کدهای مرتبط با بخش «اقتصاد منابع کشاورزی و طبیعی، اقتصاد محیط زیست و بوم‌شناسی» آشنایی داشته و در مقالات این حوزه جستجوی دقیقی انجام دهیم. در این شاخه منابع طبیعی به سه دسته‌ی تجدیدپذیر، تجدیدنپذیر و انرژی تقسیم می‌شوند.

«اقتصادهای شهری، روستایی، منطقه‌ای و حمل و نقل» هجدهمین شاخه مورد بررسی است که مطالعات مرتبط با مسائل مورد بررسی در اقتصادهای شهری، روستایی و منطقه‌ای و اقتصادهای حمل و نقل را تحت پوشش قرار می‌دهد.

«دسته‌بندی‌های متفرقه» عنوانی است که در پایانی ترین شاخه‌ها جای گرفته و برای پوشش دادن اهداف طبقه‌بندی نشده در نظام طبقه‌بندی و اساساً برای تسهیل کارهای ویرایشی ایجاد شده‌اند. این بخش از «داده‌ها: جداول و نمودارها»، «مطالب مقدماتی»، «خلاصه‌های کتاب»، «رساله‌ها و پایان‌نامه‌ها»، «بیشتر بخوانیم»، «قطعه‌های منتخب»، «مباحث عمومی بدون نویسنده»، «رشته‌های مرتبط» و «عکس‌ها و نقشه‌ها» تشکیل شده است و آنچه را که در بخش‌های پیش از این نتوانسته‌ایم جای دهیم، دربرمی‌گیرند.

در انتهای‌ترین شاخه از طبقه‌بندی JEL مطالعات مرتبط با اقتصاد فرهنگی و چند موضوع خاص دیگر که در دسته‌بندی‌های A تا R تحت پوشش قرار نگرفته را پوشش می‌دهد. در این شاخه بجز کلیات، تنها یک شاخه مشاهده می‌شود که تمام مطالعات موجود ذیل عنوان «سایر موضوعات ویژه» را پوشش داده و عنوان «اقتصاد فرهنگی، جامعه‌شناسی اقتصاد، انسان‌شناسی اقتصاد» برای آن انتخاب شده است. مطالعات مرتبط با مسائل مورد بررسی در اقتصاد فرهنگی، جامعه‌شناسی و انسان‌شناسی اقتصادی که در آن تجزیه و تحلیل اقتصادی مسائل مرتبط تعریف می‌شوند را می‌توان در این زیرشاخه جستجو نمود. مطالعات مرتبط با هنر و ادبیات، شامل تجزیه و تحلیل عرضه، تقاضا و قیمت‌گذاری آن در بخش اول؛ مطالعات مربوط به مذهب، شامل تأثیرات مذهبی بودن افراد بر رفتار اقتصادی آنان، مدیریت مالی نهادهای مذهبی و تأثیرات اقتصادی برنامه‌های اجتماعی عقیده محور در بخش دوم؛ و مطالعات مربوط به شبکه‌ها، هنجارها و سرمایه‌ی اجتماعی شامل خصوصیات اجتماعی و فرهنگی، اعتماد، فریب‌کاری و سایر سرفصل‌های جامعه‌شناسی و انسان‌شناسی اقتصاد در این شاخه تحت پوشش قرار گرفته و موضوعات ویژه نام دارند.

بنابراین موضوعات بسیار گسترده‌ای در علم اقتصاد مطرح است که می‌توان با مراجعه به پیوست ۱ تمام موضوعات در طبقه‌بندی JEL را مشاهده نمود. اکنون پس از آشنایی با موضوعات علم اقتصاد لازم است که مفهوم فضای مجازی مورد توجه قرار گیرد تا بتوان با فهمی درست و دقیق، مفهوم «اقتصاد فضای مجازی» را تبیین و تشریح کرد.

بخش ۳: مفهوم فضای مجازی

واژه «فضای مجازی» از دو واژه «فضا» و «مجاز» تشکیل شده است که وجه اصلی افتراق آن با فضای واقعی، مجاز بودن آن می‌باشد که نشان از وجود یک فضایی نزدیک، اما متفاوت از دنیای واقعی است. ذهن اکثر افراد در تعریف از فضای مجازی در وهله اول به شبکه ارتباطاتی بین‌المللی اینترنت متبادر می‌شود و گاهی در تعریف آن از عباراتی نادرست همچون «ICT» یعنی فناوری اطلاعات و ارتباطات استفاده می‌نمایند. در صورتی که براساس جمع‌بندی کلیه طبقه‌بندی‌های بین‌المللی از فناوری اطلاعات و ارتباطات می‌توان این صنعت را به سه بخش کلان نرم‌افزار، سخت‌افزار و خدمات تقسیم‌بندی نمود که بخش نرم‌افزار شامل نرم‌افزار سیستم و نرم‌افزار کاربردی و بخش سخت‌افزار شامل دو بخش تجهیزات ارتباطاتی و سخت‌افزارهای کامپیوتری و در نهایت بخش خدمات شامل خدمات نرم‌افزاری، سخت‌افزاری و ارتباطاتی است^۱ (رضائی صدرآبادی، عباسی، ۱۳۹۲، ص ۱۲).

با بررسی مطالعات مختلف در حوزه «فضای مجازی» می‌توان ادعا کرد که فضای مجازی فقط یک ارتباطات ساده در دنیای مجازی نیست و با ایجاد شبکه‌های مختلف ارتباطاتی و رشد نرم‌افزارها و سخت‌افزارها در دهه‌های آتی شاهد ایجاد یک انقلاب هستیم که می‌توان از آن به «انقلاب مجازی» تعبیر نمود. دکتر جلالی یکی از صاحب‌نظران این ایده در سال ۱۳۸۲ در دومین سمینار میان منطقه‌ای کشورهای آسیای مرکزی - غربی و جامعه اطلاعاتی که از سوی مرکز پژوهش‌های ارتباطات برگزار شد، مقاله‌ای ارائه دادند که در آن زمان مورد توجه قرار نگرفت و امروزه با مشاهده شواهد مختلف می‌توان به اهمیت نظر ایشان پی برد. با توجه به این که ما معتقد به انقلاب فضای مجازی هستیم، در ادامه بخش‌های اصلی مقاله ایشان تشریح می‌شود:

ایشان در ابتدای بحث این‌گونه می‌نویسند: «عصر مجازی نهایت توسعه و پیشرفت فناوری اطلاعات در فضای سه بعدی و در محیطی مبتنی بر دانش است. بطور یقین گسترش عصر اطلاعات همراه با فناوری‌های پیشرفته موجود، چهارمین موج تغییر را در آینده نزدیک در جهان به همراه خواهد داشت» (جلالی، ۱۳۸۲، ص ۲).

در توضیح عبارت فوق باید عرض کرد که تاریخ پیشرفت‌های بشر در طول سه عصر کشاورزی، عصر صنعت و عصر اطلاعات بعنوان سه موج تغییر اساسی اتفاق افتاده است. عصر کشاورزی با هدف تهیه و تأمین غذا بوقوع پیوست و تقریباً سی هزار سال دوام داشت. عصر صنعت پس از آن شکل گرفت و مشکل ابزار و مواد را که نیاز آن زمان بشر بود برطرف نمود و حدوداً ۵۰۰ سال دوام داشته و در بعضی از کشورها همچنان حاکمیت دارد. موج سوم

^۱ - Information and Cominucation Technology

^۲ - برای مطالعه بیشتر در مورد طبقه‌بندی‌های صنعت فناوری اطلاعات و ارتباطات به گزارش (رضائی صدرآبادی، عباسی، ۱۳۹۲)، مراجعه شود.

مربوط به عصر اطلاعات است که با حضور رایانه معرفی شده به سرعت در حال گسترش و توسعه بوده و به پیش می‌رود و حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات را شدیداً تحت تاثیر خود قرار داده است، اینترنت مشخص‌ترین نماد این عصر است. هدف از بوجود آمدن این عصر رفع نیاز اطلاعاتی بشر بوده است که به کمک رایانه و اینترنت همراه با بانکهای اطلاعاتی و شبکه‌های تار عنکبوتی WWW جهانی این نیاز تا حدودی مرتفع شده و در آینده تاثیر خود را با انتقال فضای یک بعدی (متن، پست الکترونیکی و اتاقهای گفتگو) به دو بعدی (فیلم، تصویر و آدمکهای شبیه‌سازی شده) که مشخصه این عصر است بیشتر نمایان خواهد نمود. عمر این عصر کوتاه خواهد بود و فقط از چند دهه تجاوز نخواهد کرد (جلالی، ۱۳۸۲، ص ۴-۲).

چهارمین موج تغییر عصر مجازی است که این عصر شرایط جدیدی را خلق خواهد نمود که بیشتر امور روزانه زندگی بشر مجازی خواهد شد. یعنی موج چهارم در راه است و بزودی دنیای سه بعدی را به جهان عرضه خواهد کرد و شرایطی را فراهم می‌کند تا تخیل انسان بتواند به حقیقت نزدیک شده و فضای جدیدی را معرفی خواهد نمود که بسیار توسعه یافته‌تر و متفاوت با جهان امروز است (همان، ص ۵).

همچنین ایشان در تشریح تحولات این عصر می‌نویسد: «در عصر مجازی بیشتر امور بشر به صورت غیر فیزیکی قابل انجام است: مثلاً، برای خرید از فروشگاه‌های دور دست و حتی در کشوری دیگر، نیاز به حضور فیزیکی خریدار و فروشنده در یک مکان ثابت نیست. برای آموختن دانش، نیاز به رفتن به مدارس سنتی و یا دانشگاههایی مانند دانشگاههای فعلی نخواهد بود. یک استاد در آن واحد می‌تواند در منزل دانشجو و در دهها روستا، شهر و کشور و مکان دلخواه آموزش مجازی دهد. این حضور به قدری طبیعی خواهد بود که دانشجو حضور استاد را در منزلش درک می‌کند و احساس تخیلی حقیقی در دانشجو بوجود می‌آید. پول فیزیکی وجود نخواهد داشت، پول مجازی جایگزین آن خواهد شد. دوربین‌های مخصوصی که به سیستم فتومتریک مجهز هستند از روی قرنیه چشم، افراد را شناسایی می‌کنند و لذا نیاز به داشتن کارت شناسایی و کارت اعتباری نیز نخواهد بود و بصورت خودکار بسیاری از مسائل روزمره امروزی بشر انجام می‌شود. بازرگانی مجازی رونق زیادی خواهد یافت و امکان عرضه کالا به هر کس در هر زمان و در هر جا در اولین فرصت ممکن امکان پذیر خواهد شد. تولید انبوه کالاهای فیزیکی محدود می‌شود و تولید کالاهای غیر فیزیکی -مانند اطلاعات، موسیقی و فیلم، افزایش چشم گیری خواهند یافت و اقتصاد جدید را خواهند ساخت» (همان، ص ۵).

لازم به ذکر است که ایشان از لحاظ فنی رشد سریع سه عنصر فیزیکی شامل ۱- CPU (پردازشگر)، ۲- حافظه و ۳- ابزار انتقال داده را لازمه ساخت عصر مجازی می‌دانند. به عبارت دیگر از نظر ایشان برای ایجاد عصر مجازی باید فناوری‌ها و ابزار سه عنصر مذکور رشد قابل توجهی داشته تا بتوانند عصر مجازی را ایجاد نمایند (جلالی، ۱۳۸۲،

ص ۸). در توضیح باید عرض کرد که «اولین عنصر از عناصر مورد نظر که در شکل‌گیری عصر مجازی از نظر سخت‌افزاری نقش اصلی را دارد، واحد مرکزی محاسباتی رایانه‌ها یا CPU است، که سرعت آنها باید آنقدر بالا رود تا بتوانند صدها هزار میلیارد محاسبه را به صورت لحظه‌ای انجام دهند. عوامل متعددی در افزایش سرعت CPU ها موثر هستند که مهمترین آنها قرار گرفتن تعداد بیشتری ترانزیستور در یک تراشه CPU است. در این خصوص در سال ۱۹۸۰ متخصصین می‌توانستند تنها ۲۹ هزار ترانزیستور را در یک چیپ ۸۰۸۶ قرار دهند، در سال ۱۹۹۰ این تعداد در کامپیوترهای معروف به ۴۸۶ به ۱/۲ میلیون ترانزیستور رسید. این روند افزایش تعداد ترانزیستور در CPU ادامه دارد و قرار است تا سال ۲۰۰۵ میلادی این تعداد به ۲۰۰ میلیون ترانزیستور در یک واحد CPU برسد و در قدم بعدی یعنی سال ۲۰۱۱ میلادی یک میلیارد ترانزیستور در هر واحد CPU قرار خواهد گرفت و عنصر برای عملکرد در عصر مجازی آماده خواهد شد. البته در فرآیند سرعت دادن به این واحد محاسباتی، عوامل دیگری مانند کاهش ولتاژ تغذیه CPU ها از ۵ ولت به یک ولت، تغییر اساسی مواد اولیه چیپهای سیلیکونی به مواد جدید مانند لاستیکهای نیمه هادی و تیوبهای کربنی و فناوریهای دیگری زمینه ایجاد سرعت بیشتر را فراهم می‌کند.

عنصر دومی که از نظر سخت‌افزاری در شکل‌گیری جامعه مجازی به آن نیاز شدیدی داریم، «حافظه با حجم فوق‌العاده زیاد» است. جهان مجازی جهانی سه بعدی است و حتی در بعضی موارد به فضاهای بیشتر از سه بعدی یعنی چند بعدی نیز نیاز می‌باشد. برای اینکه بتوانیم شرایط حضور غیر فیزیکی افراد و اشیاء را به صورت سه بعدی از هر نقطه مورد نظر به هر نقطه دلخواه داشته باشیم، به ذخیره‌سازی و بازخوانی حجم زیادی از داده نیاز داریم. حافظه‌های موجود، توان ذخیره‌سازی حجم بسیار کوچکی از اطلاعات را دارند و امکان تمرین جامعه مجازی حتی با ابعاد کوچک فعلاً به علت کوچکی حجم حافظه‌ها میسر نیست.

سومین عنصر مورد نیاز عصر مجازی، ابزار انتقال داده با سرعت فوق‌العاده زیاد از نقطه‌ای به نقطه دیگر و از یک رایانه به رایانه دیگر چه به صورت بی‌سیم و چه به صورت بی‌سیم است. در این خصوص «فیبر نوری» به عنوان بهترین ابزار موجود انتقال داده در حالت تئوری امکان ارائه پهنای باند بی‌نهایت را دارد. اما محدودیتهای ابزارهای جنبی و افتی که بر اثر خمش و یا محللهای اتصال و سوئیچ ها وجود دارد، سبب شده تا این عنصر در حال حاضر برای انتقال اطلاعات عصر مجازی، عنصر مناسبی نباشد. ماهواره‌ها و سایر ابزار انتقال داده و شبکه‌های با پهنای باند زیاد امروز، اگر چه نسبت به گذشته، رشد وسیع و توسعه خوبی داشته‌اند، اما برای عصر مجازی و موج چهارم مناسب نیستند» (همان، ص ۹-۸).

ایشان اضافه کرده‌اند که: «در کنار این عناصر سخت‌افزاری، به رشد و توسعه نرم افزارهای سه بعدی مجازی نیز باید توجه کرد. در این خصوص اقدامات اولیه خوبی در جهان آغاز شده است که تلاش دارد نرم‌افزارهای هوشمند

را توسعه داده و نیاز عصر مجازی را تامین کند. اینگونه نرم‌افزارها که در بازی‌های رایانه‌ای جایگاه ویژه‌ای یافته‌اند در حال کسترش و تولید می‌باشند و امید می‌رود که مشکلات خاصی در زمینه نرم‌افزار ابزار عصر مجازی نباشد» (جلالی، ۱۳۸۲، ص ۱۰).

با توجه به این که مقاله ایشان در سال ۱۳۸۲ به نگارش درآمده و با مرور زمان و مشاهده اتفاقات صدق سخن ایشان بارز شده است می‌توان به یقین گفت که انقلاب فضای مجازی با ویژگی‌هایی که ذکر شد اجتناب‌ناپذیر است و در آینده اتفاق خواهد افتاد. در این میان برای کشورهای در حال توسعه مانند ایران که هنوز در اواسط موج دوم یا عصر صنعت قرار دارند و موج سوم را درک نکرده و بکار نگرفته‌اند، اطلاع از تغییر جهان به سوی عصر مجازی، از جنبه‌های مختلف دارای اهمیت است. شاید مسئولین اداره این دسته از کشورها با اطلاع از پیدایش عصر مجازی به بحرانی بودن و عقب افتادگی وضعیت کشورهایشان در این زمینه پی ببرند و با حرکتی پرشتاب، حداقل توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات را جدی بگیرند و با وارد شدن به موج سوم، عصر مجازی را چشم انداز برنامه‌های ICT دراز مدت خود قرار دهند. از طرف دیگر با مشخص شدن عصر مجازی به عنوان چشم‌انداز، شانس اقدامات پرشی و برنامه‌های متحورانه در کشورهای در حال توسعه بیشتر خواهد شد و تلاش برای کاهش فاصله دیجیتالی نیز افزایش می‌یابد. برای گذر از موج سوم، عصر صنعت به موج چهارم باید مسیر را خوب شناخت و برنامه‌های زیادی را یکی پس از دیگری اجرا کرد.

اکنون که نگاه به فضای مجازی و مفهوم آن روشن شد در ادامه «اقتصاد فضای مجازی» تبیین خواهد شد و تلقی‌ها از آن مورد نقد و بررسی قرار می‌گیرد.

بخش ۴: تلقی ها در مورد اقتصاد فضای مجازی

با توجه به مطالب مذکور در بخش های قبلی و مطالعات موجود در مورد اقتصاد فضای مجازی می توان بیان کرد که می توان دو تلقی از اقتصاد فضای مجازی ارائه داد که عبارتند از:

مسائل اقتصادی فضای مجازی

تلقی اول در مورد اقتصاد فضای مجازی مربوط به بررسی مسائل اقتصادی در مورد کالاها، خدمات، زیرساخت ها و شقوق مختلف فضای مجازی است که نام آن را «مسائل اقتصادی فضای مجازی» می توان گذاشت. در این نگاه و تلقی ماهیت فضای مجازی مبنا قرار گرفته شده است و مسائل اقتصادی در مورد آنان مورد تحلیل و بررسی قرار می گیرد. همچنین در این نگاه فضای مجازی عصر حاضر یعنی اینترنت و کالاها و خدمات ارائه شده در آن بیشتر مورد توجه قرار می گیرد. در توضیح این تلقی باید گفت که امروزه در فضای مجازی مجموعه ای از کالاها و خدمات ارائه می شود که شبکه های اجتماعی، بازی های برخط و ... از این قبیل هستند. با توجه به این که ارائه این خدمات و کالاها عموماً به صورت رایگان و یا با هزینه بسیار ناچیزی می باشد عده ای از اقتصاددانان با توجه به نظریه های بهینه سازی سود در بنگاه ها و بهینه سازی مطلوبیت در خانوارها، به سراغ بررسی اقتصادی این کالاها و خدمات پرداخته و سعی بر تشریح مدل ها و سازوکارهای درآمدزایی این خدمات و کالاها پرداخته اند.

در این تلقی هدف اصلی پیدا کردن راه هایی برای بهبود کسب و کار در فضای مجازی و استفاده از تکنیک های اقتصادی و مدیریتی به منظور کسب درآمد و افزایش سود از فضای مجازی است که بحث های تجارت الکترونیک و کسب و کارهای اینترنتی بیشتر در این تلقی مورد توجه قرار می گیرد.

بنابراین توجه به این نگاه و تلقی، به منظور آشنایی با کسب و کارهای فضای مجازی و مدل های اداره اقتصادی آنان، حائز اهمیت است ولی با توجه به تعریفی که از فضای مجازی و انقلاب آن ذکر شد، این نگاه ناقص بوده و می توان گفت که نگاه بنیادین دیگری لازم و ضروری است که شرط کافی برای بررسی تحولات آتی می باشد و تلقی اول به نوعی شرط لازم است و نه شرط کافی.

اقتصاد در عصر مجازی

تلقی دوم در مورد اقتصاد فضای مجازی در مورد اثرات فضای مجازی بر اقتصاد است که به نوعی تداعی کننده اقتصاد در عصر مجازی می باشد، به این منظور که در این نگاه اقتصاد مبنا قرار می گیرد و اثرات فضای مجازی به عنوان فرع بر اصل بررسی می شود. به عبارت دیگر شکل گیری فضای مجازی موجب تغییرات مختلف در اقتصاد و

اثرگذاری بر نظام‌های اقتصادی شده که در همین راستا عده‌ای از اندیشمندان اقتصادی سعی کرده‌اند که این اثرات را مورد بررسی قرار داده و تحلیل‌های مختلفی در مورد آن را ارائه نمایند.

در این میان با توجه به گسترش اینترنت و تعاملات ارتباطی در سراسر جهان و اثرگذاری آن بر اقتصاد، اکثر اقتصاددانان در یک نگاه حداقلی به بررسی اثرات گسترش اینترنت و تعاملات فضای مجازی بر اقتصاد کشورها پرداخته‌اند. آنان در اکثر موارد با مدل‌های اقتصادسنجی، ضریب اثرگذاری هر خدمت یا زیرساخت اساسی در فضای شبکه را برآورد کرده و تلاش نموده‌اند توسعه شبکه‌های ارتباطی اینترنت و خدمات فضای مجازی را با نگاهی اقتصادی مورد تحلیل قرار دهند.

در این راستا با توجه به نظریه‌ها و مدل‌های رشد در اقتصاد، گسترش فضای مجازی به عنوان پارامتری در دل متغیر دانش (A)، باعث رشد و توسعه تولید ناخالص داخلی کشورها (GDP) شده است و یا از طریق افزایش بهره‌وری نیروی کار به طور غیرمستقیم منجر به افزایش تولید کشورها شده است.

بخش ۵: جمع بندی و ارائه تلقی مختار از اقتصاد فضای مجازی

با توجه به مفاهیم اقتصاد و فضای مجازی و تلقی ها و رویکردهای مذکور به «اقتصاد فضای مجازی» می توان گفت که هر دو رویکرد حائز اهمیت است، ولی رویکرد دوم با نگاه حداکثری و نه صرفاً نگاه حداقلی که ذکر شد، سنخیت بیشتری با نگاه و تلقی ما از فضای مجازی دارد. زیرا همان گونه که ذکر شد منظور ما از فضای مجازی، دنیایی است که در آن کلیه کارهای دنیای واقعی قابل تجربه و انجام است به طوری که انسان ها می توانند در آن دنیا زندگی کنند و تغییرات «پارادایمی» و «ماهوی» در عرصه های مختلف زندگی بشری اعم از اقتصاد و ... رخ خواهد داد. قطعاً در چنین دنیایی نظام اقتصادی دچار تغییر و تحولاتی بنیادین می شود که شناخت و طراحی آن نظام در دنیای مجازی حائز اهمیت خواهد بود. بنابراین هم باید پدیده های فضای مجازی را شناخت و اقتصاد آن را مورد توجه قرار داد (رویکرد اول) و هم باید اثرات فضای مجازی بر نظام اقتصادی را نقد و بررسی نمود (رویکرد دوم).

البته لازم به ذکر است که اولاً رویکرد دوم نسبت به رویکرد اول اولویت دارد، زیرا با بررسی اثرات فضای مجازی بر نظام اقتصادی می توان تحولات بنیادین و ماهوی که در آینده رخ می دهد را شناسایی کرد و نظام اقتصاد فضای مجازی را از همین الان پیش بینی و طراحی کرد اگرچه نباید از رویکرد اول هم غافل بود.

ثانیاً در مورد تفاوت نگاه حداقلی و حداکثری به این مقوله باید گفت که به نظر ما به منظور روشن شدن مسیر و ارائه تحلیل درست لازم است که اقتصاد را به عنوان یک کل یکپارچه تحت عنوان نظام اقتصادی در نظر گرفته و با نگاهی سیستماتیک و نظام مند تحولات آتی را مورد بررسی قرار دهیم. بدین منظور باید ابتدا در مقدمه ای کوتاه گفت که یک سیستم (نظام) در زیر مجموعه خود عناصری به هم پیوسته و مرتبط به هم دارد که هدف خاصی را دنبال می نمایند.

در توضیح بیشتر باید بیان کرد که واژه «نظام» به مفهوم خاص آن، سابقه طولانی ندارد. این واژه در سال های ۱۹۵۰-۱۹۵۶، با مطرح شدن تئوری عمومی نظام ها به وسیله برتالانفی^۱ (۱۹۷۲-۱۹۰۱)، زیست شناس آلمانی، مفهوم خاص خود را یافت و بعدها با کاربرد این تئوری در رشته های مختلف علوم، واژه هایی مانند نظام اقتصادی، نظام ارتباطات و نظام اطلاعات متداول شد. در یک تعریف، نظام اقتصادی عبارت است از مجموعه مرتبط و منظم عناصری که به منظور ارزشیابی و انتخاب در زمینه تولید، توزیع و مصرف برای کسب بیشترین موفقیت فعالیت می کند (نمازی، ۱۳۸۷، ص ۳۷). به عبارت دیگر نظام اقتصادی، مجموعه هماهنگ از نهادهای اجتماعی و حقوقی است؛ که در بطن

^۱- Ludwig Von Bertalanffy

آن، برخی وسایل سازمان یافته به پیروی از برخی از انگیزه‌های برتر به منظور برقراری تعادل اقتصادی مورد استفاده قرار می‌گیرد (لاژوری، ۱۳۵۵، ص ۱). بنابراین می‌توان بیان کرد که سه رکن اصلی در هر نظامی عبارتند از:

(۱) اهداف

(۲) اجزاء

(۳) ارتباط بین اجزاء

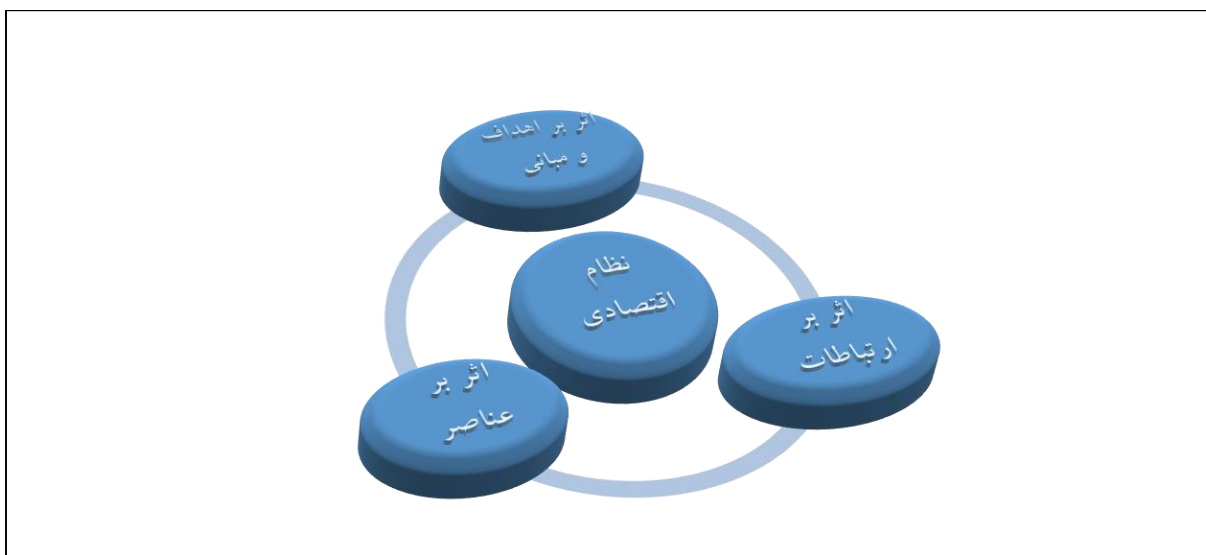
اهداف هر نظام اقتصادی، ریشه در مبانی فلسفی و ایدئولوژیکی طراحان و نظریه‌پردازان آن دارد و از سوی دیگر مبانی ایدئولوژیکی با توجه به تجربیات موجود جمع شده و سپس نظریه‌های اقتصادی را ایجاد کرده که در هریک از نظریه‌ها سعی شده است، اجزاء و ارتباطات بین آنان تبیین شود. همچنین در قدمی دیگر نهادها و ساختارهای اقتصادی که خود زیرمجموعه‌های نظام اقتصادی هستند، متناسب با نظریه‌ها طراحی شده و به منظور ایجاد ارتباط بین اجزاء، ارتباطات و سازوکارهای متفاوتی طراحی شده است.

به عنوان مثال همان گونه که در بخش روابط اقتصادی در مدل‌های اقتصاد کلان ذکر شد، در اقتصاد متعارف مبانی فلسفی و ایدئولوژیکی در انسان‌شناسی و خداشناسی و جهان‌بینی، همچون اصالت الفرد و دئیسم (خدای ساعت‌ساز) و غیره، منجر شده که در درجه اول «فرد» به ماهو فرد، فارغ از «جامعه»، محور کلیه تحلیل‌ها باشد و مطلوبیت‌گرایی و حداکثرکردن مطلوبیت مورد توجه قرار بگیرد و سپس نظریه‌های مختلف اقتصادی در مورد عملکرد این نوع انسان تبیین شود. همچنین در قدم سوم نهادهای مختلف برای ارتباط دادن بین اجزاء اقتصاد که بنگاه و خانوارها بودند طراحی شده که بعنوان مثال بانک یکی از این نهادها است که با فرض پس‌انداز خانوارها و ارائه تسهیلات به بنگاه‌ها ایجاد شده و در نهایت سازوکارهای مختلف برای ایجاد ارتباط بین نهادها و افراد جامعه طراحی شده است و تا به امروز پیشرفت داشته است. بنابراین می‌توان اثرات رشد و گسترش فضای مجازی بر یک نظام اقتصادی را بره‌ریک از ارکان آن مورد بررسی قرار داد. با توجه به مطالب مذکور می‌توان گفت که فضای مجازی می‌تواند از ۳ محور بر نظام اقتصادی اثر بگذارد که عبارتند از:

(۱) اثر بر اهداف (مبانی فلسفی و ایدئولوژیکی)

(۲) اثر بر عناصر و اجزاء (نهادها و سازمانها) نظام

(۳) اثر بر ارتباطات بین اجزاء



لذا در یک نگاه نظام‌مند و بنیادین می‌بایست اثرات فضای مجازی بر نظام اقتصادی را در حول ۳ محور مذکور مورد بررسی و نقد قرار داد. لازم به ذکر است که در حال حاضر اکثر مطالعات اقتصادی داخل کشور حول محور سوم بوده است که ما از آن تعبیر به نگاه حداقلی کردیم. یعنی در اکثر مطالعات اثرات گسترش ارتباطات شبکه‌ای و فضای مجازی بر ارتباطات بین عناصر مانند بهره‌وری نیروی کار در ارتباط بین کارگر و بنگاه، بهبود فرایند فروش با تجارت الکترونیک و مسائلی همچون ارتباطات دولت با مردم از طریق دولت الکترونیک و ... بوده است. البته در برخی از مطالعات اثر فضای مجازی بر نهادها و ساختارهای اقتصادی آنان مورد بررسی قرار گرفته ولی به طور کلی محورهای اول و دوم یعنی (اثرات بر اهداف و عناصر و اجزاء) از نگاه‌ها غافل مانده است. لذا لازم است که با نگاهی متفاوت به فضای مجازی و انقلاب‌های آینده به طراحی نظام اقتصادی مبتنی بر دنیای مجازی اندیشیده و تحولات بنیادین و ماهوی را مورد توجه قرار دهیم.

فصل دوم: چارچوب موضوعی اقتصاد فضای مجازی

بخش ۱: مقدمه

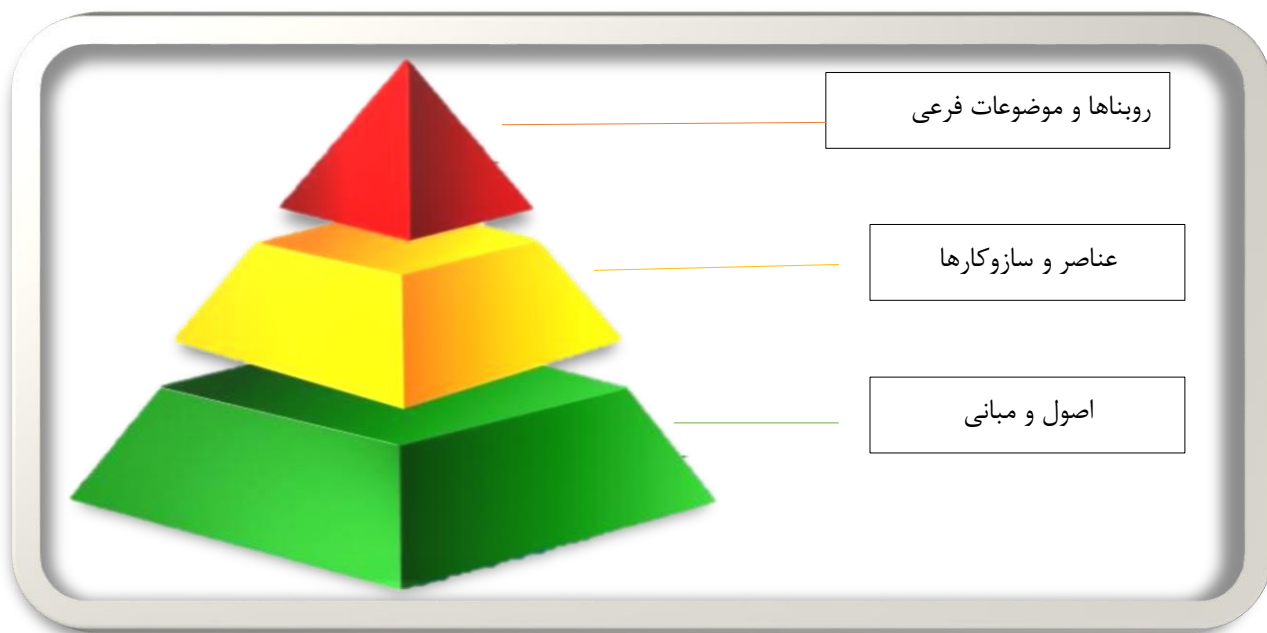
پس از تبیین مفهوم اقتصاد فضای مجازی و تلقی‌های ممکن از آن در میان اقتصاددانان، در این فصل به لایه‌های اصلی اقتصاد فضای مجازی می‌پردازیم تا بتوان ارتباط میان اجزا و اهداف این نظام را بهتر درک نمود. از این رو ابتدا نمای کلی مد نظر برای اقتصاد فضای مجازی را که شامل همه لایه‌های متصور است بیان کرده و پس از آن به هریک از لایه‌های چهارگانه خواهیم پرداخت. از آن جهت که در فصل پیش به تلقی‌های ممکن در حوزه اقتصاد فضای مجازی به اختصار اشاره کردیم، در این فصل ابتدا مبانی اقتصاد فضای مجازی را تبیین نموده، سپس چهار عنصر اقتصاد را در این نظام جایابی کرده و نهایتاً بازار را به عنوان حلقه ارتباطی این عناصر مورد تحلیل قرار داده‌ایم. از آن جهت که تبیین تمام مسائل اقتصاد فضای مجازی حتی به اندازه‌ای که در حال حاضر و از منابع موجود قابل احصاست بسیار زمان‌بر است، در این فصل به عنوان لایه چهارم به تبیین کلیاتی از مسائل این حوزه می‌پردازیم و در فصل سوم موضوعات اصلی و مهم در اقتصاد فضای مجازی را مشروحاً مورد بررسی قرار خواهیم داد.

بخش ۲: مدل هرمی اقتصاد فضای مجازی

همان گونه که ذکر شد یک نظام اقتصادی از سه بخش اهداف، عناصر و ارتباطات تشکیل شده است و لذا می توان گفت که نظام اقتصاد فضای مجازی هم از سه لایه اساسی مبانی، عناصر و ارتباطات تشکیل شده است که ترکیب این سه لایه مجموعه مسائل اقتصاد فضای مجازی را می سازد. اگر نظام اقتصاد فضای مجازی را به شکل هرم در نظر بگیریم، مبانی لایه زیرین آن بوده است که به طور مستقیم بر اهداف اثر گذاشته و اهداف یک نظام اقتصادی را شکل می دهند و مجموعه مسائل روبنایی، بالاترین بخش را شکل می دهند و در بین آنان، دو لایه عناصر و ارتباطات قرار می گیرند.

بنابراین ساختار هرمی نظام اقتصادی را می توان مانند شکل ذیل ترسیم نمود:

شکل ۱-۰: ساختار هرمی نظام مسائل اقتصاد فضای مجازی



لایه اول اصول و مبانی این نظام است که از مکاتب گوناگون قابل احصاست. مکاتبی که از ابتدای تاریخ اقتصاد، مبانی و اهداف خود را به صورت واضح و یا در لابلائی نظریات خود بیان کرده اند می توانند ملاک محتوای این قسمت

باشند. بحث از مطلوبیت‌گرایی، فایده‌گرایی، حداکثر کردن سود بنگاه‌ها، افزایش رفاه عمومی، بالا بردن رشد اقتصادی، توسعه کشورها، اخلاق‌مداری و مسائلی از این دست، را می‌توان از متون مذکور استخراج کرد.

در این میان نکته حائز اهمیت آن است که ابتدا باید نوع نگاه و نظر، به طراحی آینده اقتصاد فضای مجازی را تبیین کرد. نظراتی که می‌تواند از نگاهی حداقلی و منفعلانه شروع شده و تا نگرش‌های پویا و موثر بالا رود. به طور مثال اگر کشوری تنها بخواهد از مزیت‌های احتمالی این فضا و با استفاده از فناوری و زیرساخت‌های فنی و اجتماعی به وجود آمده توسط پیشروان این عرصه استفاده کند، تنها بخشی از نیاز خود را تأمین خواهد کرد و نمی‌تواند از ظرفیت‌های خود تمام و کمال استفاده نماید. در مقابل این نگاه، نگاهی حداکثری است که تلاش دارد، نظام را طراحی کرده و با توجه به نیاز و ظرفیت خود، این سازوکارها را به پیش ببرد.

با نظر به آنچه تاکنون در کشور اتفاق افتاده است، بجز اتفاقات محدودی مانند انقلاب اسلامی که هدف آن فرآیندی نوین و طراحی بروز حکومت اسلامی است، در کشور غالب حرکت‌ها منفعلانه و تنها استفاده اندک از مصنوعات بشری بوده است. از این رو اگرچه در پدید آمدن فضای مجازی، کشورهای محدودی دخیل هستند ولی در طراحی نظام‌هایی از قبیل نظام اقتصادی، می‌توان پیشران بود.

با این مقدمه می‌توان اهمیت تدوین و انتخاب مبانی را دریافت. اگر قرار است نظام اقتصاد فضای مجازی طراحی شود و از این مسیر به مدیریت و پیشرانی در اقتصاد فضای مجازی نایل آییم، لازم است از مبانی خود که قاعداً از مبانی اسلامی نشأت می‌گیرد شروع کنیم و نظامی بر این اساس طراحی نماییم. در این نگارش مبانی اساسی اسلام در هر نظام اقتصادی تبیین شده است اما از آن جهت که مسائل روبنایی آن بسیار نیازمند مطالعه و استخراج است، سعی بر آن است که تنها مسائل اقتصاد فضای مجازی با همان نگاه موجود منهای آسیب‌های احتمالی به نمایش درآید تا راهی باشد برای تحقیق و پژوهش حول این دسته موضوعات.

لایه دوم را مانند تمامی نظام‌های قابل طراحی، عناصر اقتصاد فضای مجازی شکل می‌دهد. در این لایه عناصر اصلی اقتصاد بیان شده و علاوه بر تکیه بر مبانی عقلی و فرضیات اقتصاد متعارف، نیازها و ملزومات دولت و اقتصاد اسلامی نیز در آن گنجانده شده است. اگرچه می‌دانیم ممکن است برخی عناصر و یا روابط در اقتصاد اسلامی وجود نداشته باشد، اما در گام فعلی و از آنجا که نه مجال این متن و نه مطالعات اقتصاد اسلامی موجود، اجازه طرح مباحث عمیق‌تر را می‌دهد، غالب موارد مندرج در اقتصاد متعارف را در متن ذکر کرده‌ایم.

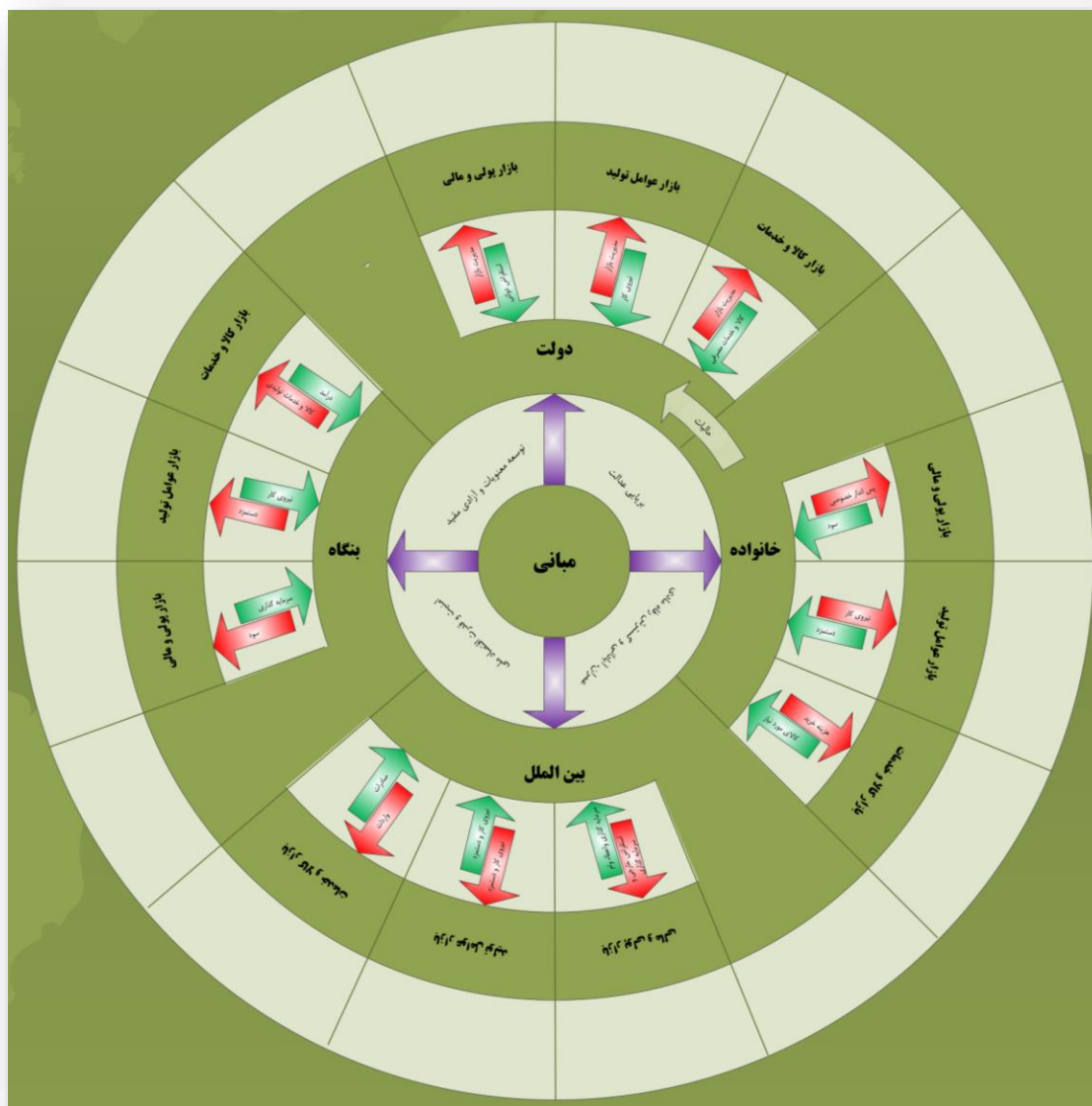
لایه سوم که در شکل ۰-۱، با لایه دوم در یک بخش فرض شده است، ارتباطات میان عناصر را در بر می‌گیرد. با مرور ادبیات اقتصادی، می‌توان بازارها را به عنوان اصلی‌ترین راه ارتباط میان عناصر نام برد و از این مسیر مجموعه مسائل لایه فوقانی را ترسیم کرد.

در قسمت بالای هرم، به مفاهیمی که لایه دوم و سوم نظام را بهتر تبیین می‌کند، اشاره می‌شود. این مفاهیم، موضوعاتی هستند که ذیل هر عنصر و یا رابطه قابل بحث هستند، اما نه عنصر اقتصادی به شمار می‌روند و نه ارتباطات بین اجزاء، بلکه تصویری دیگر و یا مجموعه مسائلی دیگر از هر عنصر یا رابطه هستند. در این بخش برای غالب عناصر و ارتباطات لایه دوم و سوم، مسائلی را طرح خواهیم کرد. به نظر می‌رسد مجموعه مسائل اقتصاد را می‌توان در چهار ارتباط تدوین کرد: ارتباط عناصر از طریق بازار پولی و مالی، بازار کالا و خدمات و بازار عوامل تولید و نهایتاً مسائلی که فارغ از ارتباط میان دو عنصر و صرفاً در تبیین و بحث حول یکی از عناصر شکل می‌گیرد. با این تعبیر مجموعه مسائل اقتصادی را می‌توان در ۱۶ محور دسته‌بندی کرد که به شکلی متقاطع میان عناصر و ارتباطات فرض می‌شود.

با توجه به نظام سه‌لایه‌ای که پیش‌تر ارائه شد، در این قسمت شکل دایره‌ای که نشانگر ارتباطات و مسائل موجود میان عناصر اقتصاد فضای مجازی است به صورت یک کره باز شده رسم شده است؛ تا بتوان به تبیین بخش‌های این نظام پرداخت.

اگر شکل زیر را نمایی باز شده از کره تلقی کنیم، مبانی در مرکز شکل و عناصر اصلی روی مبانی جایابی شده‌اند. عناصر از طریق بازارهای سه گانه مجموعه مسائلی می‌سازند و علاوه بر آن، مجموعه مسائلی خاص خود نیز دارند که بدون واسطه بازارها نوشته می‌شود. تنها رابطه مستقیم میان عناصر، موضوع مالیات است که اگرچه می‌تواند در بازار پولی و مالی مورد بررسی قرار گیرد اما در ادبیات اقتصادی ارتباطی مستقیم تعریف شده است؛ از این رو در شکل این ارتباط به صورتی مجزا دیده می‌شود.

شکل ۲۰۰: نمای کلی از نظام مسائل اقتصاد فضای مجازی



در سطح سفید رنگ (بخش چهارم) مسائل مطرح می‌شود که در بخش‌های بعد به تفصیل به مسائل مذکور اشاره می‌شود. لازم به ذکر است که برخی بخش‌های اقتصاد فضای مجازی مسائل و موضوعات متعددی دارند، اما برخی دیگر دارای مسائلی اندک هستند. غالب مسائل مرتبط با عناصر در ارتباط با بازارها قابل تعریف است و حجم اندکی از آن نیز موضوعات خاص یک عنصر در فضای مجازی است. مثلاً سؤال از مدیریت دولت در درون بدنه خود، موضوعی است که نمی‌توان ذیل بازارها برای آن بخشی را قرار داد. دولت با توان مدیریتی خود، برنامه‌ها و اقداماتی

را صورت می‌دهد که اگرچه موضوعات خاص آن در بخش بازارها قابل بحث است اما اصل مسائل در بخش مختص آن عنصر قرار داده می‌شود.

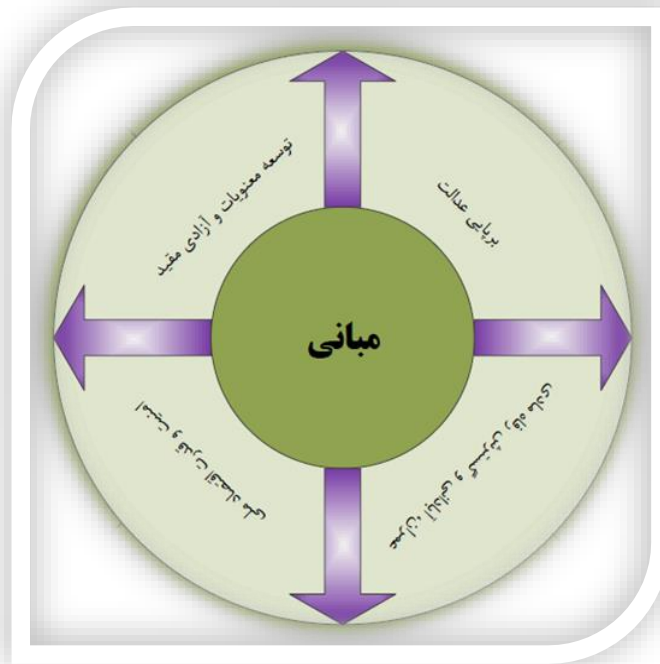
برای تبیین ارتباط میان عناصر از طریق بازارها، برای هر عنصر بازارهای سه گانه را ذکر نموده و با پیکان‌های سبز و قرمز، جریان داده و ستانده آن عنصر با بازار مربوطه را تبیین نموده‌ایم. در واقع اگر نمودار را سه بعدی و ترجیحاً به صورت شبکه مولکولی یا کره در نظر بگیریم، این تکرار بازارها از بین رفته و اتصال میان بازارها و عناصر به خوبی قابل طراحی است. اکنون با توجه به مدل، در ادامه لایه‌های اصلی مدل مورد بررسی و تحلیل قرار می‌گیرد:

مبانی اقتصاد فضای مجازی

لایه اول و زیربنای اقتصاد لایه مبانی است که اهداف یک نظام اقتصادی را می‌سازد و گاهی هم از آن به اهداف نیز یاد می‌شود. در اقتصاد متعارف و نحله‌ها و مکاتب موجود مبانی و اهداف بسیاری ذکر شده است که هر مکتب با توجه به جهان‌بینی، انسان‌شناسی خویش این مبانی را ترسیم نموده است. مسائل مهم در اهداف نظام اقتصادی در عصر مجازی را می‌توان به بخش‌هایی همچون: افزایش مطلوبیت‌گرایی، رشد و توسعه، رفع فقر، بهبود کیفیت، عدالت اقتصادی، برقراری نظام مطلوب اقتصادی و غیره تقسیم نمود، اما لازم به ذکر است که بین نظام‌های اقتصادی برگرفته از مکاتب مختلف و نظام اقتصادی برآمده از اسلام، تفاوت‌هایی مبنايي وجود دارد که با توجه به تکرار مبانی اقتصاد در مکاتب مختلف از یک سو و ترجیح نگاه فعال برای طراحی اقتصاد فضای مجازی از سوی دیگر، با حذف مبانی غیرمرتبطی چون لذت جویی و آزادی مطلق، چهار مبنای قابل اتکا در اقتصاد ذکر شده است.

این مبانی برگرفته از ادبیات اقتصاد اسلامی و متعارف است و قابلیت تسری به تمامی نیازهای اقتصادی جوامع را دارد؛ از این رو می‌تواند مبنای شکل دهی به اقتصاد فضای مجازی باشد. با بررسی منابع اقتصاد متعارف و اقتصاد اسلامی، می‌توان مبانی اقتصاد فضای مجازی را در چهار بخش تقسیم نمود: برپایی عدالت، توسعه معنویات و همچنین قبول آزادی مقید، امنیت و قدرت اقتصاد ملی و نهایتاً عمران، آبادانی و گسترش رفاه مادی. با پیگیری این چهار عنوان، می‌توان امید داشت که اقتصاد فضای مجازی خروجی و ثمرات مورد نظر هر نگرش متعادل در اقتصاد را تأمین خواهد کرد. این مبانی در شکل ذیل به نمایش درآمده‌اند:

شکل ۳-۰۰: مبانی اقتصاد فضای مجازی



دلیل ذکر و فرض گرفتن این مبانی بدین شرح است که اولاً همه افراد حق دارند در فعالیتهای خود آزادانه عمل کنند و از این مسیر به کسب درآمد و منافع مادی بپردازند. ثانیاً همه دست اندرکاران اقتصادی در تلاش هستند تا عمران و آبادانی و رفاه اقتصادی برای یکایک افراد تأمین شود. در کنار این امور، توسعه معنویات می‌تواند ضامن بقای نظام اقتصادی و همچنین تسهیل امور و تأیید حصول به اهداف باشد؛ چراکه جامعه هرچه معنوی‌تر باشد، پیاده‌سازی منویات جمعی در آن آسان‌تر است و نگاه خدا محور و اخلاق مدارانه حکم می‌کند که یکایک افراد جامعه در رسیدن به اهداف هم افزایی و همفکری کنند.

با همگرایی افراد و تلاش همگانی، رسیدن به اقتدار و قدرت اقتصادی در گستره ملی امری ممکن و شاید بتوان گفت حتمی است؛ اما نکته اساسی در این اقتدار که بایستی از سوی همه دست اندرکاران پیگیری شود، توسعه عدالت است. عدالت می‌تواند از بازخوردهای منفی سیستم جلوگیری کند. چه بسیار انقلاب‌هایی که عامل اصلی آن بی‌عدالتی اقتصادی بوده و هدفی جز برقراری عدالت نداشته‌اند. نمونه آن انقلاب‌های روسیه و فرانسه است که البته هر کدام با یک مکتب اقتصادی مشخص به دنبال رفع فقر و ایجاد عدالت اجتماعی و اقتصادی بودند.

وجود موضوعات و مسائلی از جمله آزادی در بازار و توسعه رقابت، کاهش فقر، عدالت توزیعی، کمک به افزایش رشد و تولیدات ملی، کاهش تورم، توسعه آموزش و بهداشت عمومی، آزادی در انتخاب شغل و محل سرمایه گذاری،

آزادی در تصمیم‌گیری‌های جمعی و انتخابات، امنیت اقتصادی برای پوشش ریسک‌های امنیتی، توجه به عدالت تخصیصی، وجود مسائلی در عدالت برخورد با زنان در اقتصاد نشان از اهمیت و جایگاه این مبانی در مسائل دارد که گاه مستقیم و گاه غیرمستقیم مسائل را تحت الشعاع قرار داده است.

با مروری بر ادبیات اسلامی می‌توان در تبیین این چهار مبنای اصلی، آیات و روایات متعددی یافت که اجمالاً به برخی مباحث مرتبط با آن اشاره می‌کنیم.

برپایی عدالت

اگر در مکاتب اقتصادی جستجو کنیم، سخن از عدالت در همه آن‌ها به نحوی قابل استخراج است، چراکه انسان همواره به دنبال عدالت و قراردادن هر شیء در جای صحیح خود است. در ادبیات اقتصاد اسلامی نیز عناوینی چون تأمین مصالح همه افراد، تدوین و اجرای قوانینی عادلانه (که در مکتب اقتصاد اسلامی قوانین عادلانه قوانین اسلامی است)^۱ و حتی طراحی نظامی عادلانه^۲، مبارزه با ستم‌های ممکن در حوزه اقتصادی^۳، اخذ مالیات^۴ و ایجاد توازن در ثروت‌ها و درآمدها^۵ و رفع فاصله‌های طبقاتی فاحش، عدم تمرکز ثروت^۶، برقراری قیمت‌های عادلانه در بازار^۷، توزیع منابع طبیعی و درآمدهای عمومی^۸، استرداد ثروت‌های نامشروع^۹، مبارزه با فساد^{۱۰} و مسائلی از این دست، در زمره مسائل عدالت اقتصادی قرار دارد که لازم است در هر نظام اقتصادی پیگیری و محقق شود. حتی در نگاه اسلامی عدالت از رفاه مهمتر است^{۱۱} و اسلام آن را بسیار تاکید کرده است.

با این توصیف از آن جهت که صحبت از کسب درآمد و توزیع عادلانه آن در زنجیره ارزش کالا و خدمات مجازی، طراحی نظامی عادلانه بر بستر فضای مجازی، تعیین قیمت و موضوعاتی از این قبیل در اقتصاد فضای مجازی معنادار است، می‌توان عدالت را از مبانی اقتصاد فضای مجازی نیز دانست.

^۱ جایگاه دولت در اقتصاد از دیدگاه اسلام، موسویان، ص ۵۳

^۲ جایگاه دولت در اقتصاد از دیدگاه اسلام، موسویان، ص ۵۳

^۳ مبانی فقهی حکومت اسلامی، منتظری، ج ۳، ص ۱۰۸

^۴ جایگاه دولت در اقتصاد از دیدگاه اسلام، موسویان، ص ۶۰

^۵ کتاب بررسی تطبیقی جایگاه و نقش دولت در نظام‌های اقتصادی-غفاری-ص ۲۰۶-۲۰۷

^۶ جایگاه دولت در اقتصاد از دیدگاه اسلام، موسویان، ص ۶۰

^۷ کتاب بررسی تطبیقی جایگاه و نقش دولت در نظام‌های اقتصادی-غفاری-ص ۲۱۱-۲۱۲

^۸ کتاب بررسی تطبیقی جایگاه و نقش دولت در نظام‌های اقتصادی-غفاری-ص ۲۲۴

^۹ کتاب بررسی تطبیقی جایگاه و نقش دولت در نظام‌های اقتصادی-غفاری-ص ۲۰۶-۲۰۷

^{۱۰} کتاب بررسی تطبیقی جایگاه و نقش دولت در نظام‌های اقتصادی-غفاری-ص ۲۰۶-۲۰۷

^{۱۱} مبانی فقهی حکومت اسلامی، منتظری، ج ۳، ص ۱۰۸

^{۱۲} کتاب بررسی تطبیقی جایگاه و نقش دولت در نظام‌های اقتصادی-غفاری-ص ۲۰۶-۲۰۷

۱-۱-۱-۱- توسعه معنویات و همچنین قبول آزادی مقید

توسعه معنویات از مهمترین مقوله‌هایی است که اسلام به دنبال تحقق آن در جامعه است. عینیت بخشیدن به نظام اخلاقی اسلام، گسترش امور معنوی، بالا بردن احساس مسئولیت مردم^{۱۳} از جمله اموری است که امروزه در اقتصاد متعارف نیز با عناوینی چون اخلاق اقتصادی و یا مسئولیت پذیری اجتماعی مورد مذاقه و پیگیری است. اسلام نیز برای ایجاد روح معنوی در امور اقتصادی گاه قصد قربت، گاه آداب تجارت، گاه مالیات در شکل خمس و زکات و . را مطرح می‌کند. ^{۱۴} در این میان اگرچه طبق آموزه‌های اسلامی همه باید آزادانه فعالیت اقتصادی داشته باشند^{۱۵} اما دولت مراقب رفع فقر و محرومیت، ایجاد رفاه عمومی، توازن در ثروت‌ها و درآمدها^{۱۶} و مدیریت قیمت‌ها^{۱۷} و اموری مانند آن است. با این توصیف، توسعه معنویات و آزادی مقید از مبانی اقتصاد فضای مجازی نیز می‌تواند باشد.

امنیت و قدرت اقتصاد ملی

علاوه بر دو مبنای ذکر شده، ایجاد امنیت اقتصادی به معنای آنکه کسی نتواند به مرز و حدود فردی و ملی تجاوز کند^{۱۸} و همچنین عوامل انسانی و غیر انسانی ریسک فعالیت‌های اقتصادی را بالا نبرد و قدرت اقتصادی به معنای آنکه رشد و استقلال اقتصادی هرچه بیشتر افزایش یابد، مبنای دیگری است که می‌توان هر اقتصادی را بر آن بنا نهاد.

به نظر می‌رسد برای صیانت از مرزها و حدود فردی و ملی می‌توان اقداماتی از این دست را مدنظر داشت که این مبنا را بیشتر شرح می‌دهند: ۱. اجرای عدالت و نفی هرگونه تبعیض ۲. مبارزه مداوم با عوامل تجاوزگر و مهار ایشان ۳. آشنا کردن عامه مردم با حقوق خود و دیگران برای جلوگیری از عدم تعرض‌ها ۴. ضمانت اجزای قوی معنوی و مقرراتی ۵. جلوگیری از هرج و مرج اقتصادی^{۱۹} همچنین از عواملی که ریسک فعالیت اقتصادی را بالا می‌برد می‌توان به رکود و تورم،^{۲۰} رفع فقر و محرومیت، ایجاد رفاه عمومی، توازن در ثروت‌ها و درآمدها^{۲۱} و مدیریت

^{۱۳} جایگاه دولت در اقتصاد از دیدگاه اسلام، موسویان، ص ۵۹

^{۱۴} جایگاه دولت در اقتصاد از دیدگاه اسلام، موسویان، ص ۵۹

^{۱۵} مبانی فقهی حکومت اسلامی، منتظری، ج ۳، ص ۶۸

^{۱۶} جایگاه دولت در اقتصاد از دیدگاه اسلام، موسویان، ص ۶۰

^{۱۷} کتاب بررسی تطبیقی جایگاه و نقش دولت در نظام‌های اقتصادی-غفاری-ص ۲۲۴

^{۱۸} کتاب بررسی تطبیقی جایگاه و نقش دولت در نظام‌های اقتصادی-غفاری-ص ۲۱۴-۲۱۵

^{۱۹} کتاب بررسی تطبیقی جایگاه و نقش دولت در نظام‌های اقتصادی-غفاری-ص ۲۱۴-۲۱۵

^{۲۰} جایگاه دولت در اقتصاد از دیدگاه اسلام، موسویان، ص ۵۶-۵۷

^{۲۱} جایگاه دولت در اقتصاد از دیدگاه اسلام، موسویان، ص ۶۰

قیمت‌ها^{۲۲} اشاره کرد. در افزایش قدرت اقتصادی نیز می‌توان موضوعاتی چون ایجاد مشاغل گوناگون، تأمین حد کفاف و رفاه خانواده‌ها را ارائه داد و استقلال اقتصادی را اینگونه تبیین کرد که در یک مبادله متناسب و با عزت کالا و خدمتی رد و بدل شود و وابستگی به دیگران نباشد.^{۲۳}

با این توصیفات، اقتصاد فضای مجازی به مبنایی با عنوان امنیت و قدرت اقتصادی نیاز دارد. این مبنا به گونه‌ای است که ذیل آن می‌توان کشور را در حوزه فضای مجازی به پیش برد و در این کارزار اقتصادی بیش از اقتصاد حقیقی فرصت‌هایی ایجاد کرده و رشد کشور را دنبال کنیم.

عمران، آبادانی و گسترش رفاه مادی

بی‌شک یکی از اهداف و مبانی هر اقتصاد و نظریات هر مکتب، به دنبال عمران و آبادانی و ارتقای رفاه خانوارهاست و بدون آن نمی‌تواند به توسعه اقتصاد و چرخه‌های آن و در نتیجه مالیات به عنوان درآمد خود نظر داشته باشد.^{۲۴} ایجاد فراوانی نعمت؛^{۲۵} ایجاد رفاه از طریق سرمایه‌گذاری و ارائه خدمات عمومی (خدماتی مانند تعلیم و تربیت، آموزش مقدماتی و عالی، بهداشت، بیمه و ...) و حتی اقدامات غیر مستقیمی چون تثبیت ارزش واقعی پول که خود رفاه آور است؛^{۲۶} از جمله اقداماتی است که در این زمینه قابل ذکر است.

در فضای مجازی نیز از یک سو می‌توان به کمک کالا و خدمات مجازی به رفاه جامعه افزود. با راه‌اندازی خرید اینترنتی، تولید کالا و خدمات کاملاً مجازی برای رفع نیازهایی چون آموزش، بهداشت، سرگرمی و ... از قبیل اقداماتی است که در این حوزه وجود دارد.

عناصر اصلی اقتصاد فضای مجازی

پس از تبیین مبانی اقتصاد فضای مجازی در بخش قبل، در این قسمت به عناصر چهارگانه اقتصادی می‌پردازیم که هر کدام نقشی اساسی در سازوکار و نظام اقتصادی دارند. همانطور که در نمودار مشاهده می‌شود، در اقتصاد متعارف عناصر اصلی عبارتند از دولت، خانواده، بنگاه و بخش بین‌الملل. در این بخش به روابط میان این بخش‌ها با یکدیگر و از مسیر بازارها اشاره می‌کنیم. البته پیش‌بینی اولیه این است که عناصری همچون بخش خارجی و دولت در عصر مجازی به شدت متحول شده و حاکمیت ملی و مرزهای بین‌المللی در این عصر تا حد زیادی ماهیت خود را از

^{۲۲} کتاب بررسی تطبیقی جایگاه و نقش دولت در نظام‌های اقتصادی-غفاری-ص ۲۲۴

^{۲۳} کتاب بررسی تطبیقی جایگاه و نقش دولت در نظام‌های اقتصادی-غفاری-ص ۲۱۳-۲۱۴

^{۲۴} جایگاه دولت در اقتصاد از دیدگاه اسلام، موسویان، ص ۵۹

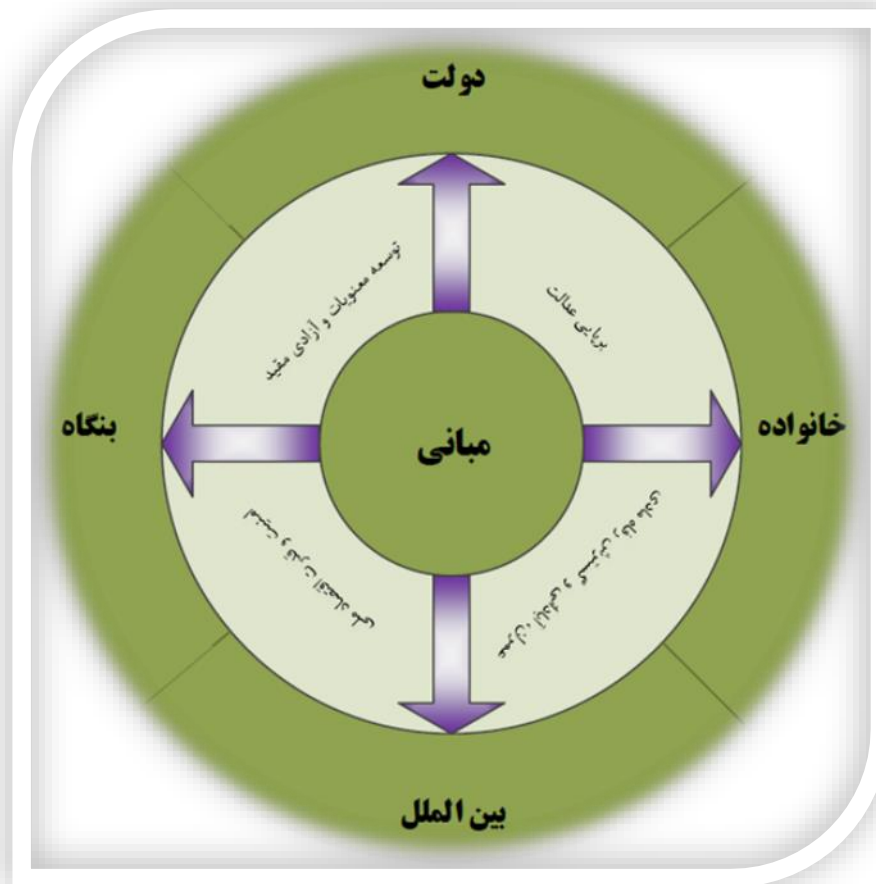
^{۲۵} جایگاه دولت در اقتصاد از دیدگاه اسلام، موسویان، ص ۶۱

^{۲۶} کتاب بررسی تطبیقی جایگاه و نقش دولت در نظام‌های اقتصادی-غفاری-ص ۲۱۵-۲۱۷

^{۲۷} کتاب بررسی تطبیقی جایگاه و نقش دولت در نظام‌های اقتصادی-غفاری-ص ۲۱۷

دست داده و مفهوم بخش خارجی که نظام اقتصادی کشورهای خارجی است، تغییر کرده و دنیای واقعی به عنوان بخش خارجی دنیای مجازی مطرح شود.

نمودار ۱-۰: لایه دوم اقتصاد فضای مجازی (عناصر اصلی)



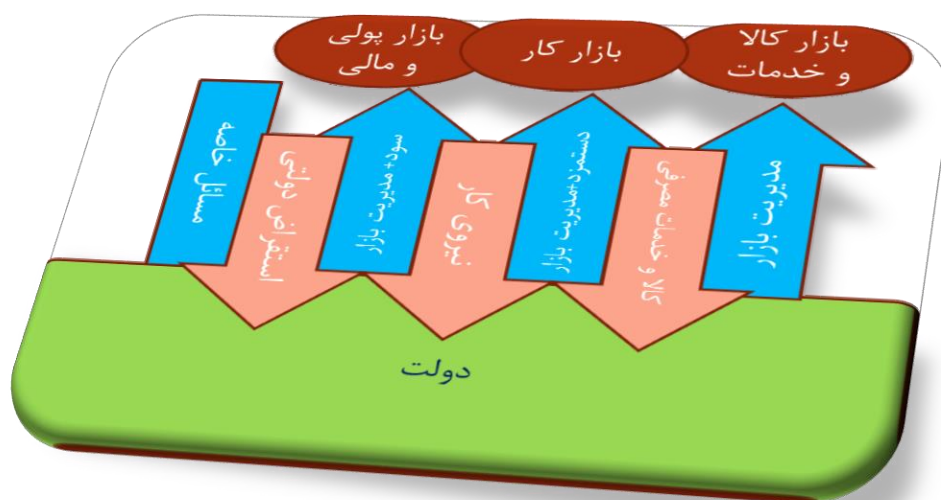
ارتباط میان هریک از عناصر از مسیر بازارها شکل می گیرد و در کنار آن برخی مسائل مستقیماً به یک عنصر و فارغ از ارتباط آن با سایر عناصر بر می گردد که در شکل ها قابل مشاهده است. همچنین لازم به ذکر است که با توجه به این که مفاهیم در اقتصاد فضای مجازی متفاوت می شوند. در ادامه سعی شده است که علاوه بر توضیح کلیات، مفاهیم اصلی و موضوعات در برگرفته از هر بخش اشاره شود.

دولت

دولت در اقتصاد همواره نقش مدیریت و راهبری را بر عهده دارد و تنها زمانی وارد اقدامات اجرایی و عملیاتی می‌شود که بخش یا تمام بازار با شکست روبرو شوند و یا به عبارت دیگر، نتوانند کارایی مورد انتظار را از خود نشان دهند. در این نگاه دولت مجموعه حکومت و حکمرانان است و به معنای قوه مجریه در ادبیات اقتصاد سیاسی کشور نیست.

در این بخش مجموعه مسائل مرتبط با دولت را در اقتصاد فضای مجازی دنبال خواهیم کرد. همانطور که پیش‌تر نیز گفتیم، هر یک از عناصر چهارگانه متصور در اقتصاد فضای مجازی، از طریق بازارها فعالیت کرده و با دیگر عناصر ارتباط دارند. همچنین برخی مسائل بدون ارتباط مستقیم با بازار برای هر عنصر متصور است که آن نیز باید بررسی شود.

شکل ۴-۰۰: دولت در اقتصاد فضای مجازی



در ادامه به مجموعه مسائل مرتبط با دولت در تلاقی با مسائل بازارهای پولی و مالی، عوامل تولید و همچنین کالا و خدمات خواهیم پرداخت و در بخش‌هایی آن نیز به مسائل خاصه دولت اشاره می‌کنیم.

دولت و بازارها

دولت در ارتباط با بازار کالا و خدمات، کالا و خدمات تولید شده توسط خود را که غالباً ذیل کالا و خدمات عمومی دسته‌بندی می‌شود در اختیار بازار قرار می‌دهد و از طرف دیگر، بازار را نیز مدیریت می‌کند. از این رو در حوزه دولت و بازار کالا و خدمات می‌توان مسائلی همچون کالا و خدمات دولتی، صیانت از حریم خصوصی، سلامت مجازی، آموزش پایه، تأمین اجتماعی و بازنشستگی، نرم افزارهای عمومی، سواد دیجیتال و رسانه، محتوای عمومی، امنیت مجازی، زیرساخت‌های فضای مجازی، مدیریت بازار، مبارزه با احتکار، مبارزه با گران فروشی و... را بیان کرد.

دولت‌ها به خودی خود کالا و خدماتی را به اقتصاد ارائه می‌دهند که در نبود آن جامعه با مشکلات عدیده‌ای روبرو می‌شود. اقتصاد بدون کالاهای دولتی که غالباً ذیل کالاهای عمومی دسته‌بندی می‌شود با مشکل شکست بازار روبرو شده و ورود دولت مطرح شده است. در حقیقت این دولت است که در اقتصاد فضای مجازی مسئول حفظ حریم خصوصی کاربران است، سلامت، امنیت و آموزش مجازی را ارائه می‌دهد، تأمین اجتماعی را برای همه فراهم می‌کند و در دنیایی که تماماً دیجیتال است، زیرساخت‌ها، نرم افزارها و محتوای عمومی و عام‌المنفعه را عرضه می‌کند؛ نرم افزارهایی که هیچ‌گاه بخش خصوصی و مردم نهاد آن را تولید نخواهند کرد.

علاوه بر این شأن دولت که در تراز فعالیت‌های یک بنگاه اقتصادی اما در اندازه‌ای بزرگ‌تر است، مدیریت اقتصاد نیز از وظایف اصلی اوست. دولت‌ها با تدابیری مستقیم و غیر مستقیم موظفانند با مشکلات اقتصادی روبرو شده و آن را حل کنند و در کنار آن به رونق و توسعه نظام اقتصادی نیز کمک نمایند. این فرآیندها را مدیریت اقتصاد نامیده و در مبارزه با احتکار انواع کالا و خدمات مجازی، گران فروشی در بازارهای مجازی، انحصار در ارائه و مدیریت انرژی و نهایتاً سهمیه‌بندی در تولید برای مدیریت آن دسته‌بندی کرده‌ایم

همچنین دولت از بازار عوامل تولید، نیروی کار دریافت کرده و از سوی دیگر با سیاست‌گذاری و اقدامات اجرایی آن را مدیریت می‌کند، از این رو مجموعه مسائل این حوزه را می‌توان در شش دسته جای داد:

(۱) دستمزد کارمندان و پیمانکاران دولت که به مدیریت کارمندان بدنه دولت در اقتصاد فضای مجازی و در دولت‌های مجازی می‌پردازد.

(۲) مدیریت بازار که به انواع روش‌های مدیریت بازار از جمله مدیریت توزیع بین بخشی در عوامل تولید می‌پردازد و از این رهگذر به دنبال مفاهیمی چون عدالت و برابری است.

علاوه بر این، دولت در صنایع مجازی و واقعی، کشاورزی، منابع طبیعی و محیط زیست و نهایتاً خدمات مجازی و واقعی نیز می‌تواند ورود کرده و آن را مدیریت کند. این حوزه از اقدامات دولتی را هم می‌توان در

مدیریت بازار کالا و خدمات بحث کرد هم بازار عوامل تولید اما به نظر نگارندگان، بازار عوامل تولید مرجح است.

- (۳) بهبود مدیریت بخش‌های صنعتی
- (۴) بهبود مدیریت بخش‌های کشاورزی
- (۵) مدیریت منابع طبیعی و محیط زیست
- (۶) بهبود مدیریت بخش‌های خدماتی

در قسمت پایانی دولت برای انجام اقدامات اقتصادی و غیر اقتصادی خود نیازمند منابع مالی است. اگرچه ادبیات اقتصادی این دسته موضوعات را ذیل بودجه‌ریزی و مدیریت بحث می‌کنند، اما لازم است در این بخش و با آنچه به این نیاز دولت، به امر استقراض و هرگونه دریافت منابع پولی از بازار به عنوان خواسته‌ای از سوی دولت اشاره‌ای داشته باشیم. از این رو دولت برای مدیریت بازار و دریافت وجوه، با بازار پولی و مالی در فضای مجازی نیز مسائلی دارد که در چهار دسته جای می‌گیرند که به شرح ذیل است:

- (۱) مدیریت بازار
- (۲) بانک مرکزی
- (۳) بحران مالی
- (۴) پس انداز دولتی

دولت در بازار پولی و مالی اولاً پس‌انداز خود را که پولی حقیقی و یا مجازی است ذخیره می‌کند، ثانیاً مسائل بازار مانند پول‌شویی و عرضه و تقاضای پول را با ابزارهایی چون سیاست‌گذاری پولی و مالی و مقررات مدیریت می‌کند و ثالثاً بانک مرکزی را هدایت کرده و از این طریق نظام بانکداری کشور مجازی خود را هدایت می‌کند.

لازم به ذکر است که بانک مرکزی را از آن جهت که مهم‌ترین بخش مدیریت و اجرای دستورات پولی دولت است در این بخش ذکر کرده‌ایم.

مجموعه مسائل مستقیم دولت

علاوه بر ارتباطات دولت با اقتصاد فضای مجازی از طریق بازارها، برخی مسائل خاصه دولت بوده و فارغ از آنکه بازاری متصور باشد یا نه این موضوعات وجود دارد. این موضوعات یا بر حوزه مدیریت کلی اقتصاد اشاره دارد و یا به مدیریت بخش‌های درونی دولت که مهم‌ترین مسائل را می‌توان به شرح ذیل نام برد:^{۲۸}

(۱) تغییر توان مدیریت اقتصاد مجازی

(۲) روش‌ها و شیوه‌های مدیریت بحران

(۳) برنامه ریزی

(۴) مدیریت مرزهای مجازی

(۵) افزایش رفاه

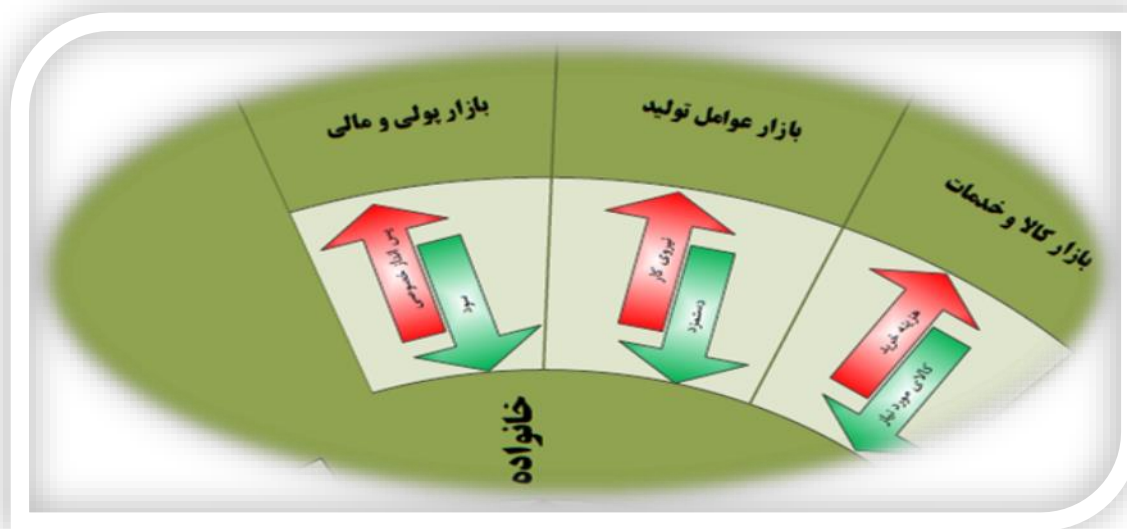
(۶) تغییر کیفیت عملکرد دولت

خانواده (کاربران)

پس از بررسی مجموعه مسائل مرتبط با دولت، در این بخش مجموعه مسائل مرتبط با خانواده یا به عبارت دیگر کاربران فضای مجازی را در اقتصاد فضای مجازی دنبال خواهیم کرد. همان‌گونه که مشاهده می‌شود یکی از عناصر مهم و اساسی در فضای مجازی کاربران می‌باشد که در نظام اقتصادی فعلی عبارت «خانوار» را به آنان اطلاق می‌کنند. در دنیای مجازی یک فرد می‌تواند به‌عنوان یک کاربر چندین هویت مجازی داشته باشد و در عمل تعداد کاربران بیش از تعداد افراد واقعی باشد. همانطور که پیش‌تر نیز گفتیم، هر یک از عناصر چهارگانه متصور در اقتصاد فضای مجازی، از طریق بازارها فعالیت کرده و با دیگر عناصر ارتباط دارند. همچنین برخی مسائل بدون ارتباط مستقیم با بازار برای هر عنصر متصور است که آن نیز باید بررسی شود. در ادامه به مجموعه مسائل مرتبط با خانواده در تلاقی با مسائل بازارهای پولی و مالی، عوامل تولید و همچنین کالا و خدمات خواهیم پرداخت و در بخش نهایی آن نیز به مسائل خاصه خانواده اشاره می‌کنیم.

^{۲۸} - با توجه به این‌که در فصل سوم عنصر دولت مجازی و مسائل آن به‌طور کامل مورد بررسی قرار می‌گیرد، در این بخش فقط اشاره مختصری به مسائل دولت شده است.

شکل ۵-۰: خانواده (کاربران) در اقتصاد فضای مجازی



خانواده و بازارها

همانطور که اشاره شد، خانواده هم نیز با بازار کالا و خدمات ارتباط گرفته و از این طریق با اقتصاد وارد تعاملات مشخصی می‌شود. مهم‌ترین مسائل مرتبط با کاربران در حوزه بازار کالا و خدمات، مصرف است که مسائل مرتبط با آن اجمالاً شامل میل جمعی، تغییر الگوی مصرف، کاهش هزینه‌ها و افزایش مصرف و کالاهای مجازی می‌شود. همانطور که در شکل نیز مشخص است، کاربران با پرداخت هزینه که از درآمدهای ایشان نشأت می‌گیرد، می‌توانند کالا و خدمات مورد نظر خود را تهیه کنند.

از سوی دیگر مهم‌ترین ارتباط خانواده و بازار عوامل تولید در تأمین نیروی کار است. کاربران در اقتصاد مظهر تأمین نیازهای اولیه انسانی در بازار کار است و از سوی دیگر، محل اصلی مصرف کالا و خدمات تولید شده. از این رو خانواده به تربیت نیروی انسانی پرداخته و تلاش دارد با تکیه بر این مهم درآمد کسب کرده و آن را برای تأمین نیازهای خود مصرف کند. از مهم‌ترین مسائل موجود در این حوزه، فرهنگ کار است که به اخلاقیات و رفتارهای مرتبط با ارتقای کیفیت و کمیت کار نیروی انسانی اشاره دارد.

همچنین نهاده خانواده مهم‌ترین رکن پس انداز در اقتصاد است. هر خانواده درآمد خود را به دو بخش تقسیم می‌کند: مصرف و پس انداز. جمع این دو مقدار برابر است با کل درآمد خانواده. در اقتصاد فضای مجازی پول می‌تواند به صورت مجازی یا واقعی ذخیره شود. از سوی دیگر کاربران برای تأمین مصارف و یا سفته‌بازی و سرمایه‌گذاری خرد در بنگاه‌های اقتصادی از بازار پولی تقاضای وام می‌کنند. در این میان انتخاب سبد دارایی و ورود به بازار بورس

نیز قابل بحث است که با مصرف پس اندازها و یا استقراض از بازار پولی توسط خانواده صورت می گیرد. از این رو مجموعه مسائل زیر را می توان برای خانواده و کاربران در بازار پولی و مالی متصور شد:

۱. پس انداز
 - ۱,۱. پول مجازی
 - ۱,۲. پول واقعی
۲. تقاضای پول مجازی و حقیقی
 - ۲,۱. برای مصرف
 - ۲,۲. برای سفته بازی
۳. انتخاب سبد دارایی

مجموعه مسائل مستقیم خانواده

علاوه بر آنچه در ارتباط با سه بازار مذکور بیان شد، خانواده در مالیه شخصی که به مدیریت درون خانواده در حوزه درآمدها برمی گردد و مالیات دادن به دولت بدون ورود به بازار اقداماتی صورت داده و مسائلی را به وجود می آورد. لازم به ذکر است که موضوع مالیات را در بخش دولت و به طور مفصل تر بیان داشته ایم و در این بخش تنها به دلیل ارتباط مستقیم دولت و خانواده در حوزه مالیاتی این عنوان ذکر شده است.

یکی از موضوعات مهم در اقتصاد فضای مجازی، وجود یا نبود خانواده و امکان مدیریت عمودی و یا افقی است. بسیاری از کارشناسان معتقدند فضای مجازی مدیریت عمودی به معنای مدیریت خانواده توسط یک فرد را خدشه دار کرده و مدیریت هایی افقی و همسطح را باعث شده است. علاوه بر این نقش های پدری، مادری و فرزند دستخوش تغییراتی می شود که لازم است از نگاه اقتصادی به آن توجه نمود.

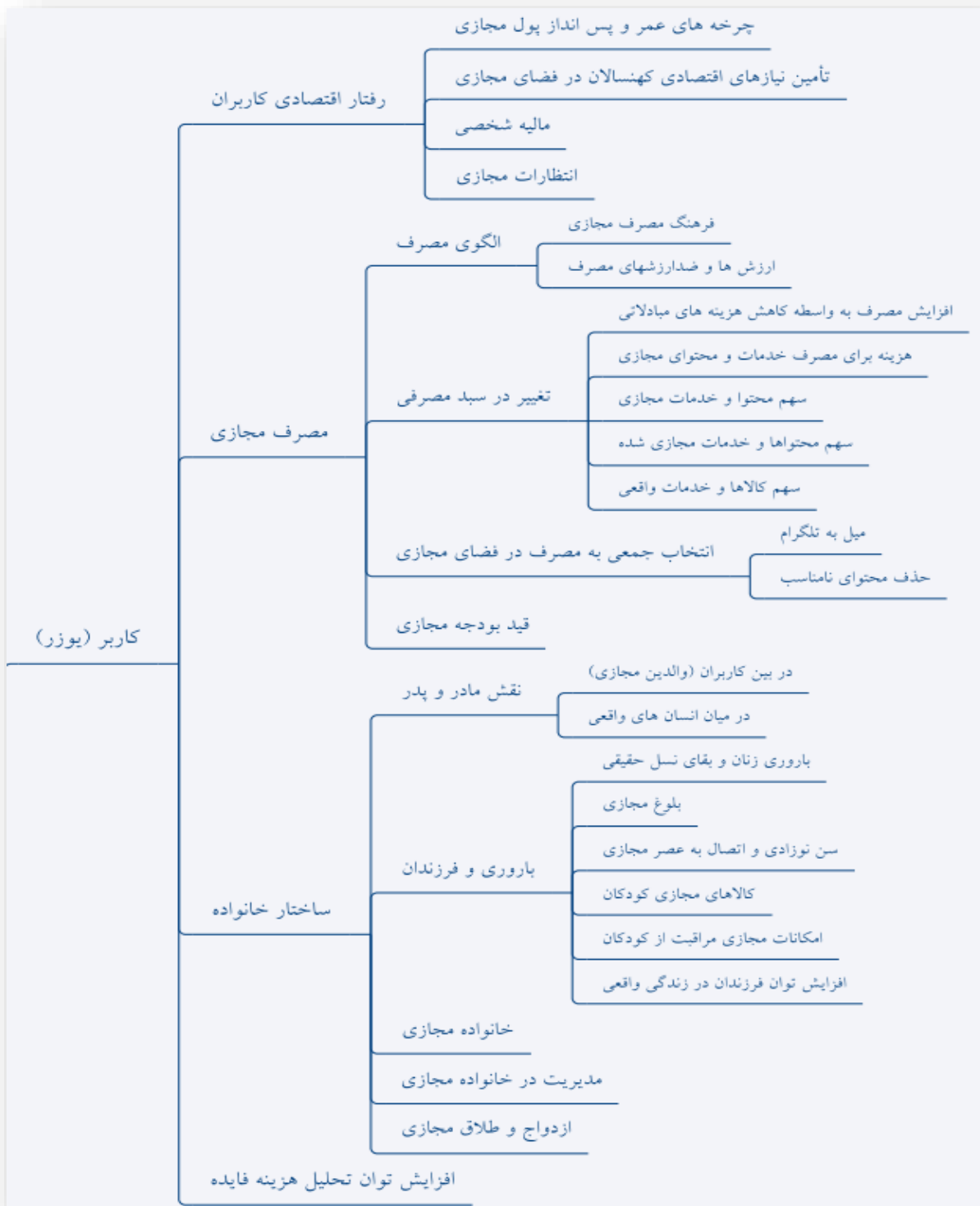
از موضوعات مهم در اقتصاد خانواده، موضوع اقتصاد ازدواج و طلاق است. آیا با گسترش فضای مجازی تشکیل خانواده به صرفه است؟ مزایا و معایب تشکیل خانواده از نگاه اقتصادی چه تغییری می کند؟ آیا در باروری و تولید نسل تغییراتی ایجاد می شود؟ آیا فضای مجازی نیازهای افراد خانواده را تأمین کرده و ارتباطات در فضای واقعی را کاهش می دهد؟ آیا این تغییر ارتباطات میل به فرزند داشتن را کاهش می دهد؟ آیا فضای مجازی برای کودکان بازارهای خاص و جدایی دارد؟ آیا می توان از این فضا امید بهبود در زندگی فرزندان را داشت؟ پاسخ به این سؤالات می تواند در شکل دهی به اقتصاد طلاق و ازدواج و همچنین باروری خانواده ها در اقتصاد مجازی موثر باشد. البته

سؤالاتی که برای مراقبت از کودکان به عنوان قشر آسیب پذیر وجود دارد در حوزه سالمندان نیز قابل بحث است که یکی از مسائل این بخش به شمار می‌رود.

یکی از نگرش‌های دیرین انسان، بقای ابدی بوده و هست. پیش بینی می‌شود در آینده انسان در فضای مجازی آنچنان ردپاهای متعددی از خود برجای گذارد که هوش‌های مصنوعی بتوانند با شبیه سازی، همواره فردی با آن خصوصیات را زنده نگه دارند و برای نسل‌های متمادی از وجود آن استفاده کنند. سؤال از اینکه آیا این موضوع می‌تواند بازار خوبی را ایجاد کرده و کسب و کار جدید ایجاد کند و یا سؤال از اینکه استفاده از این مدل انسان‌ها تا چه میزان به شناخت تقاضای بازار و روندهای تغییر آن کمک می‌کند، از جمله سؤالاتی است که اقتصاد فضای مجازی را در بعد دیرینه و پایا بودن افراد معنادار می‌کند.

بنابراین مهم‌ترین مسائل خانواده و کاربران در فضای مجازی و زیربخش‌های آن را می‌توان در نمودار ذیل مشاهده نمود:

نمودار ۲۰۰: مسائل خانواده (کاربران) در نظام اقتصادی عصر مجازی

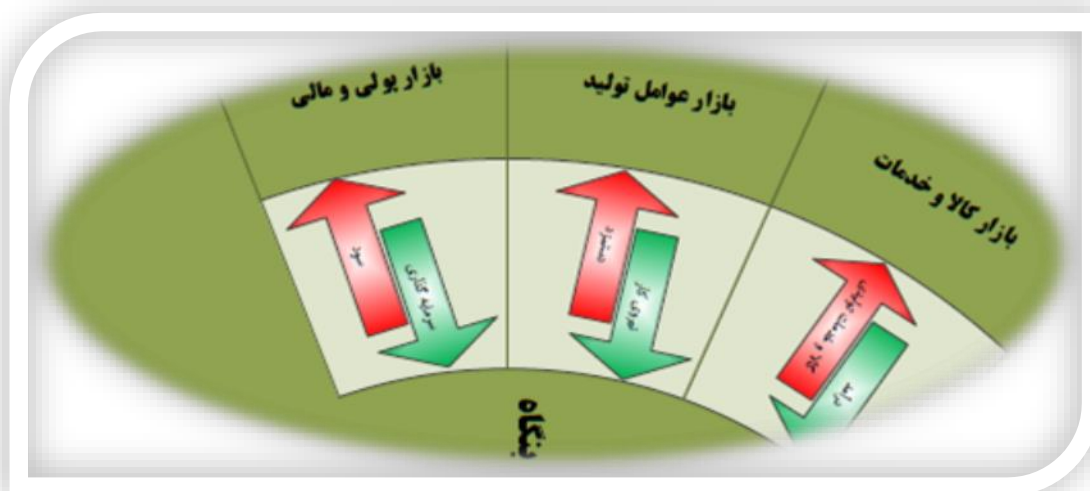


همان‌گونه که مشاهده می‌شود در بخش رفتار اقتصادی کاربران در فضای مجازی، مسائلی همچون چرخه‌های عمر و پس‌انداز پول مجازی، مالیه شخصی و انتظارات مجازی و در بخش مصرف مجازی مسائلی همچون الگوی مصرف، تغییر در سبد مصرفی، انتخاب جمعی به مصرف و قید بودجه مجازی و همچنین در بخش ساختار خانواده مسائلی مانند نقش مادر و پدر (والدین مجازی)، بلوغ مجازی، خانواده مجازی، مدیریت خانواده و ازدواج و طلاق مجاز از مهم‌ترین مسائل این قسمت می‌باشند.

بنگاه

با تکمیل مجموعه مسائل مرتبط با خانواده، در این بخش مجموعه مسائل مرتبط با بنگاه‌ها را در اقتصاد فضای مجازی دنبال خواهیم کرد. عنصر سوم در یک نظام اقتصادی، بنگاه‌های تولیدی و خدماتی هستند که با گسترش فضای مجازی با پدیده‌ای به نام بنگاه مجازی مواجه خواهیم بود. در بنگاه‌های مجازی کالاها و خدمات مجازی تولید می‌شود. در اینجا نیز هر یک از بنگاه‌ها از طریق بازارها فعالیت کرده و با دیگر عناصر ارتباط دارند. همچنین برخی مسائل بدون ارتباط مستقیم با بازار برای بنگاه‌ها متصور است که آن نیز باید بررسی شود. در ادامه به مجموعه مسائل مرتبط با بنگاه‌های مجازی در تلاقی با مسائل بازارهای پولی و مالی، عوامل تولید و همچنین کالا و خدمات خواهیم پرداخت و در بخش نهایی آن نیز به مسائل خاصه این عنصر اشاره می‌کنیم.

شکل ۶-۰۰: بنگاه در اقتصاد فضای مجازی



بنگاه مجازی و بازارها

بنگاه‌ها درآمد خود را با فروش کالا و خدمات تولیدی خود تأمین کرده و آن را بین عوامل تولید تقسیم می‌کنند. در این مسیر سؤال ابتدایی و مهم سؤال از نوع و میزان کالا و خدمات تولیدی است. کالا و خدمات تولید دولت می‌تواند همان کالاها و خدمات واقعی باشند که بستر فضای مجازی مانند یک فروشگاه آنلاین برای آن عمل کرده و بازاریابی و فروش می‌کند؛ از سوی دیگر می‌توان برخی کالاهای واقعی را دیجیتالی کرد و در فضای مجازی فروخت مانند مقالات و نشریات دیجیتال؛ به نظر می‌رسد شکل سوم کالا و خدمات ارائه شده از سوی بنگاه، کالاها و خدمات کاملاً مجازی است مانند بازی‌های رایانه‌ای.

دومیم موضوع قابل بحث در اقتصاد فضای مجازی، ساختار بازار است، اعم از اینکه رقابتی باشد یا انحصاری، کامل باشد و تمام ویژگی‌های مطرح در کتب اقتصادی را نداشته باشد یا خیر از جمله مسائل مهم این حوزه است. علاوه بر این مجموعه مسائل، سؤال از روش‌های توزیع در اقتصاد فضای مجازی و شبکه‌سازی در این فضا، استانداردسازی در تولید کالا و خدمات، سؤال از فواید استفاده از فضای مجازی ذیل کاهش هزینه‌ها، کاهش قیمت‌ها و همچنین ایجاد انجمن‌ها و کانون‌های تصمیم ساز در این حوزه تعریف می‌شود. نهایتاً می‌توان بازار کالا و خدمات خاصی مانند آموزش، امنیت، سلامت، فضاهای مجازی تخصیص یافته و ... را نیز مطرح نمود.

همچنین در ارتباط بنگاه‌های مجازی با بازار کار، اولین موضوع سؤال از ساختار بازار است. اینکه عناصر این بازار چگونه تعریف می‌شوند و باهم ارتباط برقرار می‌کنند. موضوع اشتغال مهم‌ترین مسئله از نظر بسیاری از دولت‌هاست که در این بخش به آن پرداخته می‌شود. همچنین موضوعات دیگری نیز در این بخش قابل تعریف است: سؤال از اینکه مشاغل جدید تا چه حد می‌توانند بازار کار را در دست گیرند و بیکاری را کم کنند و آیا فضای مجازی مشاغل سنتی را از بین خواهد برد؟ آیا در این بازار می‌توان با کمک اشتغال از راه دور و روش‌هایی از این دست به کارهای پاره وقت مشغول شد؟ آیا زمان جستجوی کار را می‌توان از طریق استفاده از نرم افزارهای کاربردی و سایت‌ها و شبکه‌های اجتماعی تخصص محور کم کرد؟ شرایط شغلی در فضای مجازی چگونه است؟ آیا دستمزدها تغییر می‌کند؟ آیا تبعیض در اشتغال کمتر می‌شود؟ اشتغال برای زنان چگونه خواهد بود و آیا ترکیب بازار کار عوض می‌شود؟ بنابراین با توجه به آنچه بیان شد، مجموعه مسائل این حوزه را می‌توان شامل ساختار بازار، حذف مشاغل سنتی و ایجاد مشاغل جدید، نیروی کار پاره وقت، زمان جستجوی کار، بیمه بیکاری، تغییر فرآیندها و چارچوب‌های استخدام دستمزدها، کاهش هزینه‌های غیر دستمزدی و ... بیان کرد

ارتباط سوم ارتباط بین بنگاه‌ها و بازار پولی و مالی است. بازار پولی و مالی متشکل از نهادهای پولی و مالی است. هریک از این نهادها می‌توانند ذیل بنگاه‌های اقتصادی تعریف شوند. صندوق‌های بازنشستگی، بیمه‌ها،

بانک‌های تجاری و بورس. ارتباطات میان این عناصر و نهادها یا دولت، سایر بنگاه‌ها و خانواده، مجموعه مسائلی را شامل می‌شود که در ادامه به آن اشاره شده است:

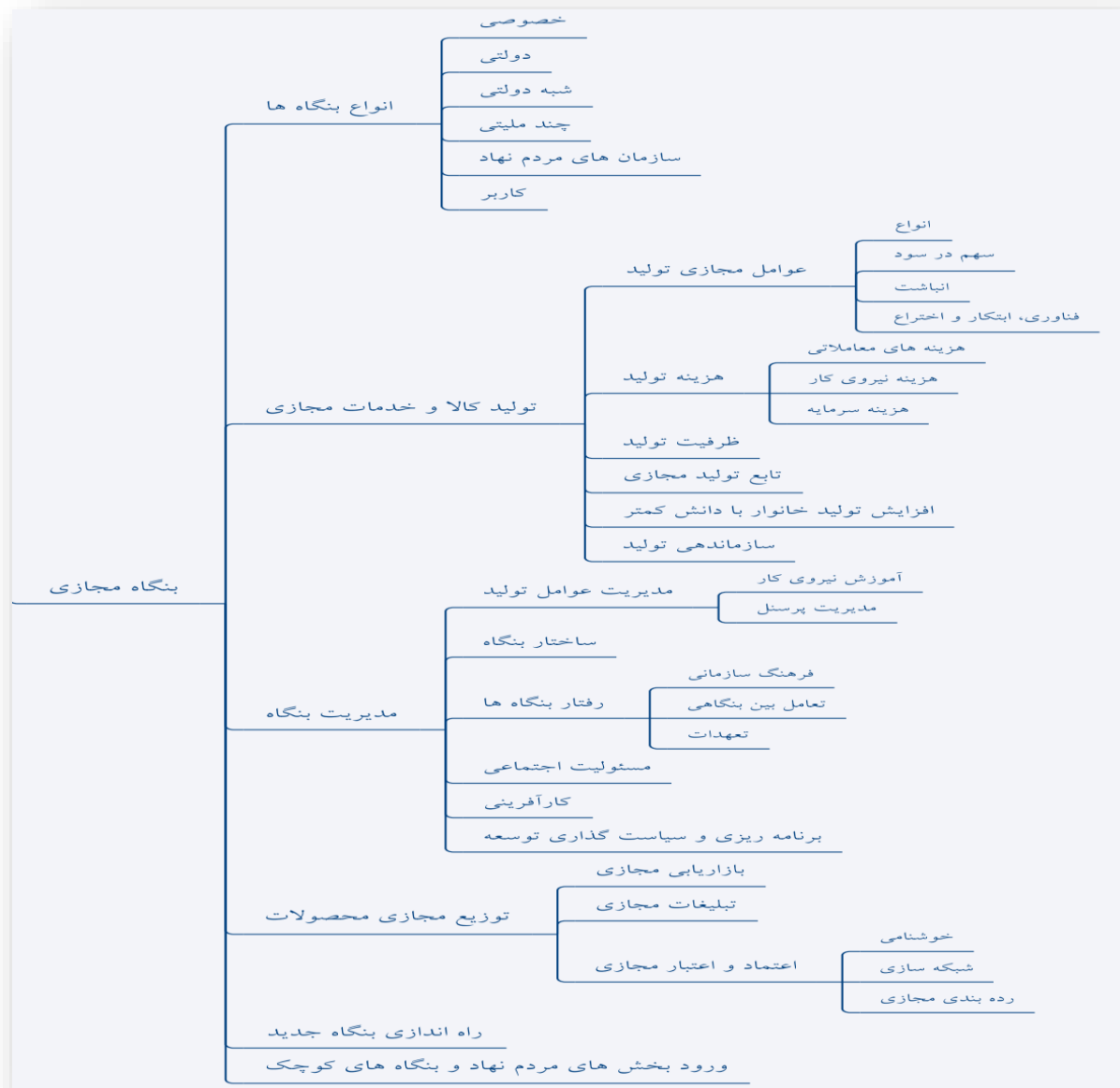
- (۱) نهادهای پولی و مالی مجازی
- (۲) روش‌های جدید تأمین مالی
- (۳) قیمت گذاری دارایی مجازی
- (۴) اطلاعات در بازار مالی مجازی
- (۵) بازارهای مالی نوین
- (۶) مدیریت ریسک
- (۷) عرضه پول مجازی و حقیقی
- (۸) تقاضای پول مجازی و حقیقی
- (۹) کاهش هزینه‌های مبادلاتی

مجموعه مسائل مستقیم بنگاه

این حوزه از مسائل مرتبط با اقتصاد بنگاه را می‌توان در چهار دسته اصلی قرار داد: انواع بنگاه مجازی، مدیریت بنگاه، مسئولیت اجتماعی و نهایتاً ورشکستگی. سؤال از اینکه بنگاه مجازی دولتی است یا شبه دولتی و یا حتی بخش عمومی آن را راه اندازی کرده است؛ از سوی دیگر آیا یک بنگاه ملی است یا بین‌المللی و حتی تک ملیتی است یا چند ملیتی و نهایتاً اشاره به موضوعی کمه در فضای مجازی به وفور دیده خواهند شد سؤال از اینکه بنگاه‌ها را آیا افراد به تنهایی راه انداخته اند و یا گروهی.

در بخش مدیریت بنگاه اولاً لازم است مدیریت داخلی و خارجی یک بنگاه مورد توجه باشد و ثانیاً کل فرآیند پیش از تولید، تولید، بازاریابی و فروش و نهایتاً کسب درآمد را مورد توجه قرار داد. علاوه بر این دو محور موضوع شناخت، باور و عمل به مسئولیت اجتماعی و همچنین حدود و ثغور موضوع ورشکستگی نیز قابل بیان است. در نتیجه مهم‌ترین مسائل مربوط به بنگاه‌های مجازی را می‌توان در نمودار ذیل خلاصه نمود:

نمودار ۳-۰۰: بخش بنگاه مجازی در نظام اقتصادی عصر مجازی

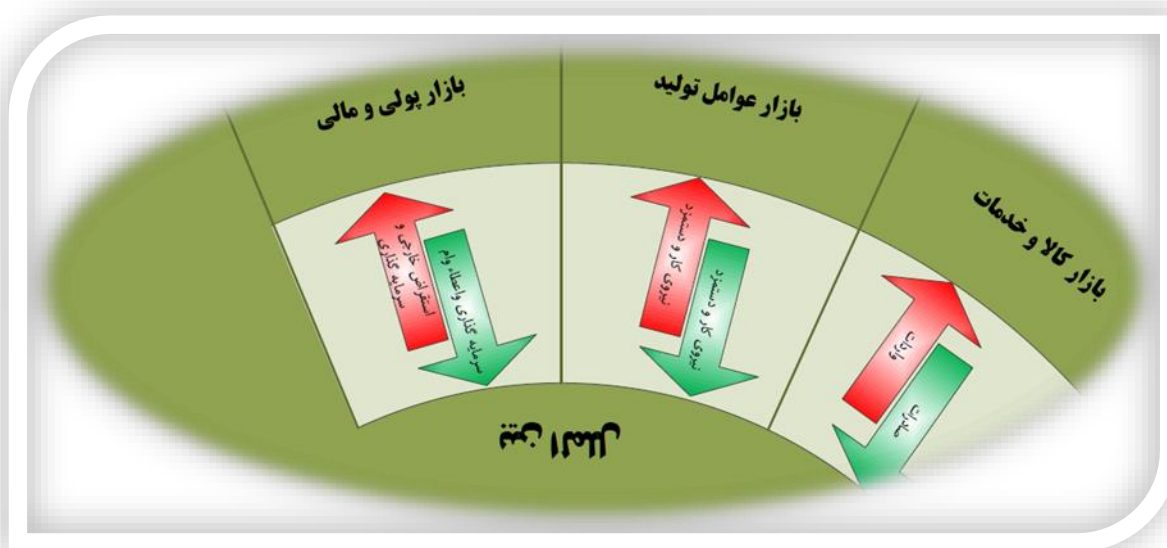


بخش خارجی و بین الملل

یکی دیگر از عناصر مهم در اقتصاد بخش خارجی و بین الملل است که پیش بینی می شود در عصر مجازی شاهد تغییر مفهوم ملل و بین الملل و ماهیت بخش خارجی باشیم که می بایست در بخش مبانی و مفاهیم مورد توجه قرار گیرد. همچنین مدیریت اقتصاد بین الملل یکی دیگر از بخش های مهم است که در آن مسائلی همچون تفاوت های

بین‌المللی در فعالیتهای اقتصادی، نهادهای پولی و مالی مجازی بین‌المللی، تحریمهای مجازی، نظم جهانی اقتصاد، استعمار و امپریالیسم جهانی و قدرت مجازی مطرح است که باید روی این مسائل تحقیق نمود. پس از بررسی مجموعه مسائل مرتبط با سه عنصر اصلی نظام متصور اقتصاد فضای مجازی، در این بخش و به عنوان آخرین قسمت از مسائل نظام اقتصاد فضای مجازی، مجموعه مسائل مرتبط با فضای بین‌الملل را دنبال خواهیم کرد. در ادامه به مجموعه مسائل مرتبط با بخش بین‌الملل در تلاقی با مسائل بازارهای پولی و مالی، عوامل تولید و همچنین کالا و خدمات خواهیم پرداخت و در بخش نهایی آن نیز به مسائل خاصه آن اشاره می‌کنیم.

شکل ۷-۰: بخش بین‌الملل در اقتصاد فضای مجازی



بخش بین‌الملل و بازارها

بازارهای جهانی در خرید و فروش کالا و خدمات کشورهای مجازی، سازمان‌های تجاری متشکل از کشورها و افراد ذی‌نفوذ، الگوهای تجارت در جوامع مجازی جهانی، صرفه‌های مقیاس (که با گسترده شدن افراد همکار و بازار فروش کالا و تأمین نیازها بالا خواهد رفت)، امکان همکاری فردی یا جمعی (با افرادی که تا پیش از این به سختی می‌توانستیم با ایشان ارتباط برقرار کنیم و کسب و کارهایی مشترک را تعریف نماییم)، وجود موانع تجاری (به‌ویژه تعرفه‌هایی که کشورهای واقعی و یا مجازی بر ورود کالا و خدمات به مرزهایشان می‌گذارند)، همگی از جمله موضوعات و مسائل قابل طرح در این بخش است.

همچنین بازار بین‌المللی عوامل تولید به دنبال جابجایی نیروی کار است. از این رو دستمزدهایی از دو طرف پرداخت شده و خدمات نیروی کار داده می‌شود. در این بخش اگرچه موضوعات متنوعی وجود دارد اما از آن جهت که بازار نیروی کار بین‌الملل مجموعه‌ای از ارتباطات بازارهای کار دولتی، بنگاه و خانواده است، در این بخش تنها به مثالی با عنوان بازار کار بین‌المللی و مهاجرت اکتفا کرده‌ایم.

در بازار پولی و مالی بین‌الملل نیز همانند سایر بازارها، مسائل متنوع و گسترده‌ای وجود دارد که در بخش‌های قبلی مثال‌های داخلی و ملی آن بیان شد و در اینجا به چند مورد خاص اشاره می‌شود:

۱. بازار پولی و مالی بین‌الملل

۱.۱. سرمایه‌گذاری بدون مرز

۱.۲. پول‌های مجازی و ارزها

۲. عرضه پول مجازی و حقیقی

۳. تقاضای پول مجازی و حقیقی

مجموعه مسائل مستقیم بخش بین‌الملل

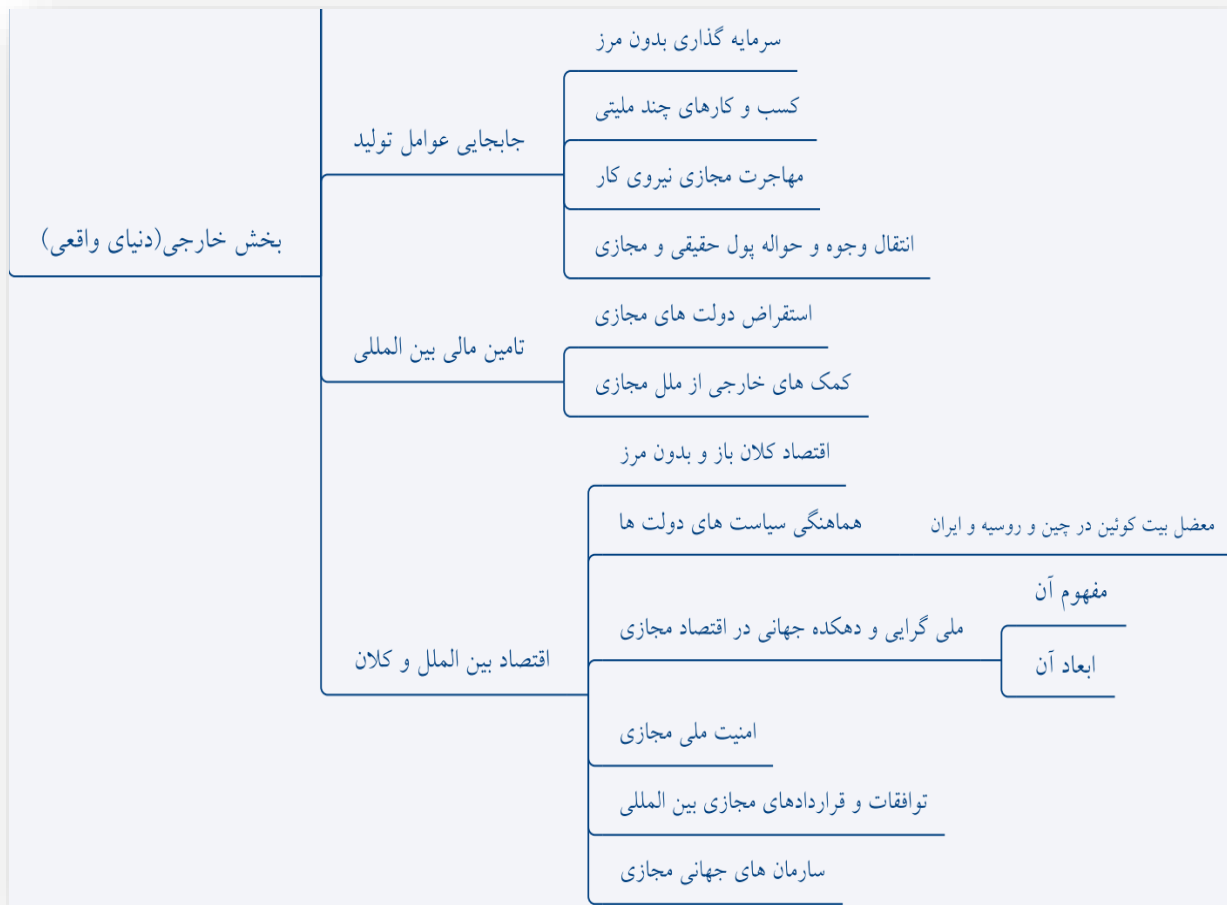
حوزه مسائل مستقیم بخش بین‌الملل نیز مانند تمامی عناصر دیگر نظام اقتصاد فضای مجازی بایستی دیده شود. از این رو در این بخش به سه عنوان اصلی اشاره شده است: مدیریت اقتصاد جهانی و قدرت‌های آتی در اقتصاد فضای مجازی، پررنگ شدن مسائل مرتبط با دهکده جهانی و تقریب اقتصاد جهانی به یک پارچه شدن و نهایتاً موضوع ملل در هم آمیخته که مقصودش تجمع کاربران است که در عالم واقعیت جزء کشورهای مختلفی هستند. با این توصیف مسائل می‌توان مجموعه مسائل مربوط به بخش بین‌الملل را در نمودارهای ذیل مشاهده نمود:

نمودار ۴-۰: بخش بین‌الملل (خارجی) در نظام اقتصادی عصر مجازی (۱)



دیگر زیربخش‌های این عنصر در نمودار ذیل به نمایش درآمده است:

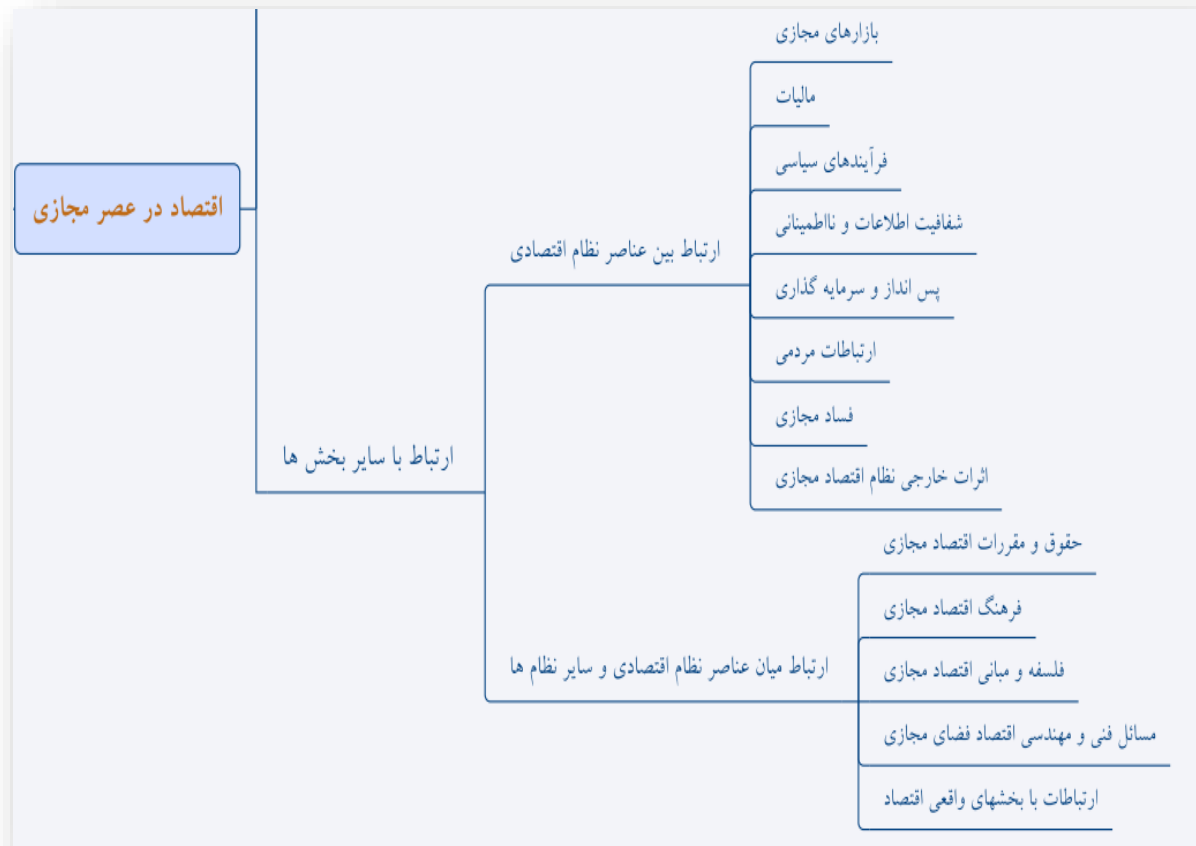
نمودار ۵-۰: بخش بین‌الملل (خارجی) در نظام اقتصادی عصر مجازی (۲)



ارتباطات و سازوکارهای اقتصاد فضای مجازی

در یک تقسیم‌بندی جامع ارتباطات بین عناصر در اقتصاد فضای مجازی به زیربخش‌های ذیل تقسیم می‌شوند:

نمودار ۶-۰: محور ارتباطات در نظام اقتصادی در عصر مجازی



با توجه به گستردگی مباحث این قسمت، در ادامه مسائل زیربخش‌ها به تفکیک مورد بررسی قرار می‌گیرد:

ارتباطات بین عناصر نظام اقتصادی

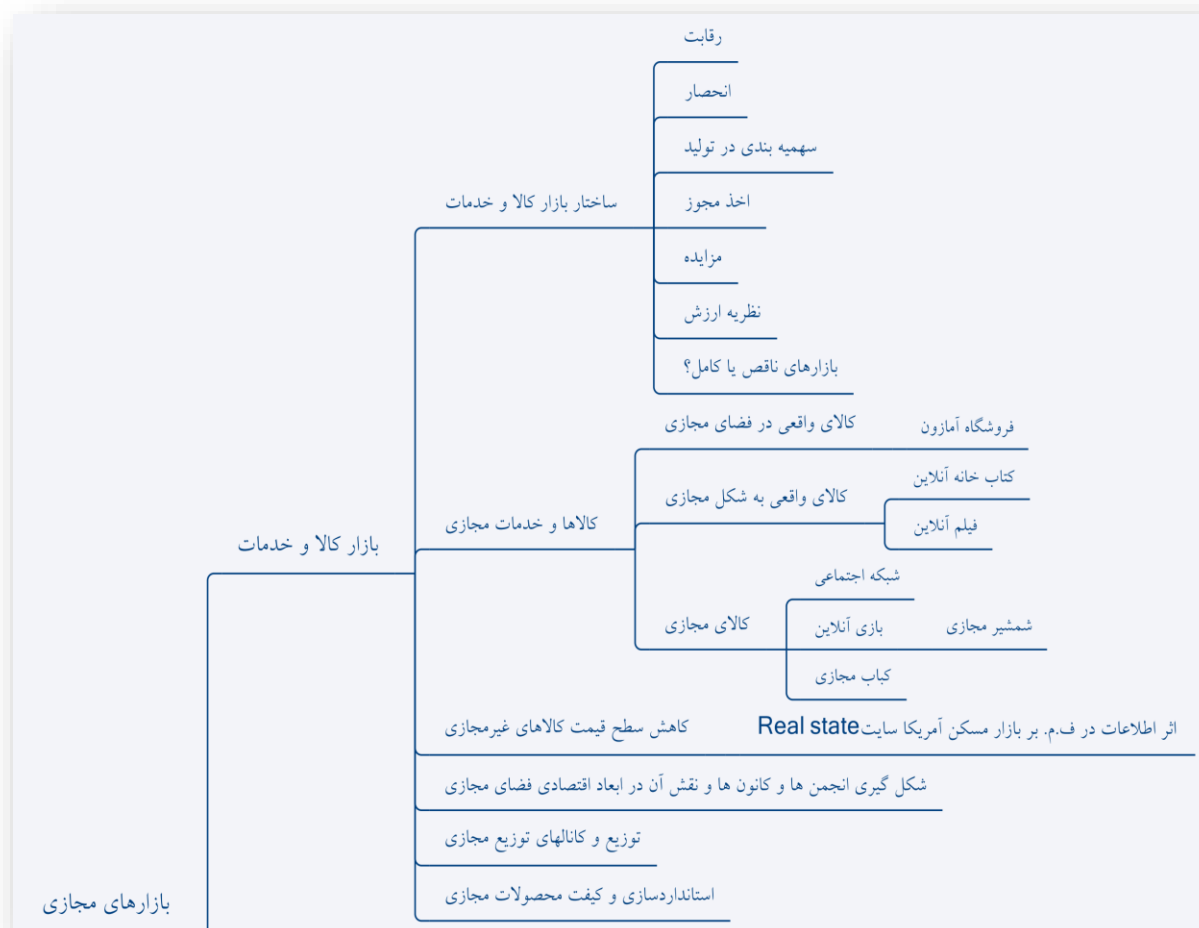
در مورد ارتباط بین عناصر نظام اقتصادی همان گونه که در قبل هم اشاره شد، تأکید می‌شود که از مهم‌ترین مسائل ارتباطی بحث بازارها است که انواع بازارها اعم از بازار مالی، کالا و خدمات، عوامل تولید و ... را در بر می‌گیرد. همچنین پول در ارتباط بین بازارها نقش اساسی و کلیدی دارد که در این قسمت مورد توجه قرار خواهد گرفت. در نمودار ذیل اهم مسائل در زیر بخش بازار مجازی، ذکر شده است:

بازارهای مجازی

بازار کالا و خدمات

یکی از بازارهای مهم در اقتصاد بازار کالا و خدمات است که با تحولات مجازی و گسترش کالاها و خدمات مجازی ساختار بازارهای سنتی دچار تغییر و تحول بنیادین می‌شود که اهم مسائل این زیربخش را می‌توان در نمودار ذیل مشاهده نمود:

نمودار ۷-۰: مسائل زیربخش بازار کالا و خدمات در ارتباطات بین عناصر



همان گونه که مشاهده می شود اولین مسأله ساختار بازار کالا و خدمات در آینده است که نوع آن اعم از رقابت، انحصار و ... مورد بحث و سؤال است. مسأله دوم نوع کالاها و خدمات ارائه شده در فضای مجازی است که پیش بینی اولیه حاکی از آن است که سه نوع از کالاها و خدمات در عصر مجازی ارائه شود که اولین آن کالاها و خدمات واقعی در فضای مجازی (مانند دیجی کالا) و دومین آن کالاهای واقعی به شکل مجازی (مانند کتاب اینترنتی، موزیک ها و فیلم های آنلاین) و نوع سوم، کالاها و خدمات کاملاً مجازی (مانند ابزارهای مجازی استفاده شده در بازی های آنلاین: شمشیر مجازی و ...) است.

از دیگر مسائل مهم در این زیربخش می‌توان به سطح قیمت کالاها و خدمات، نحوه توزیع و کانال‌های آن و مسائل استانداردسازی و... اشاره نمود.

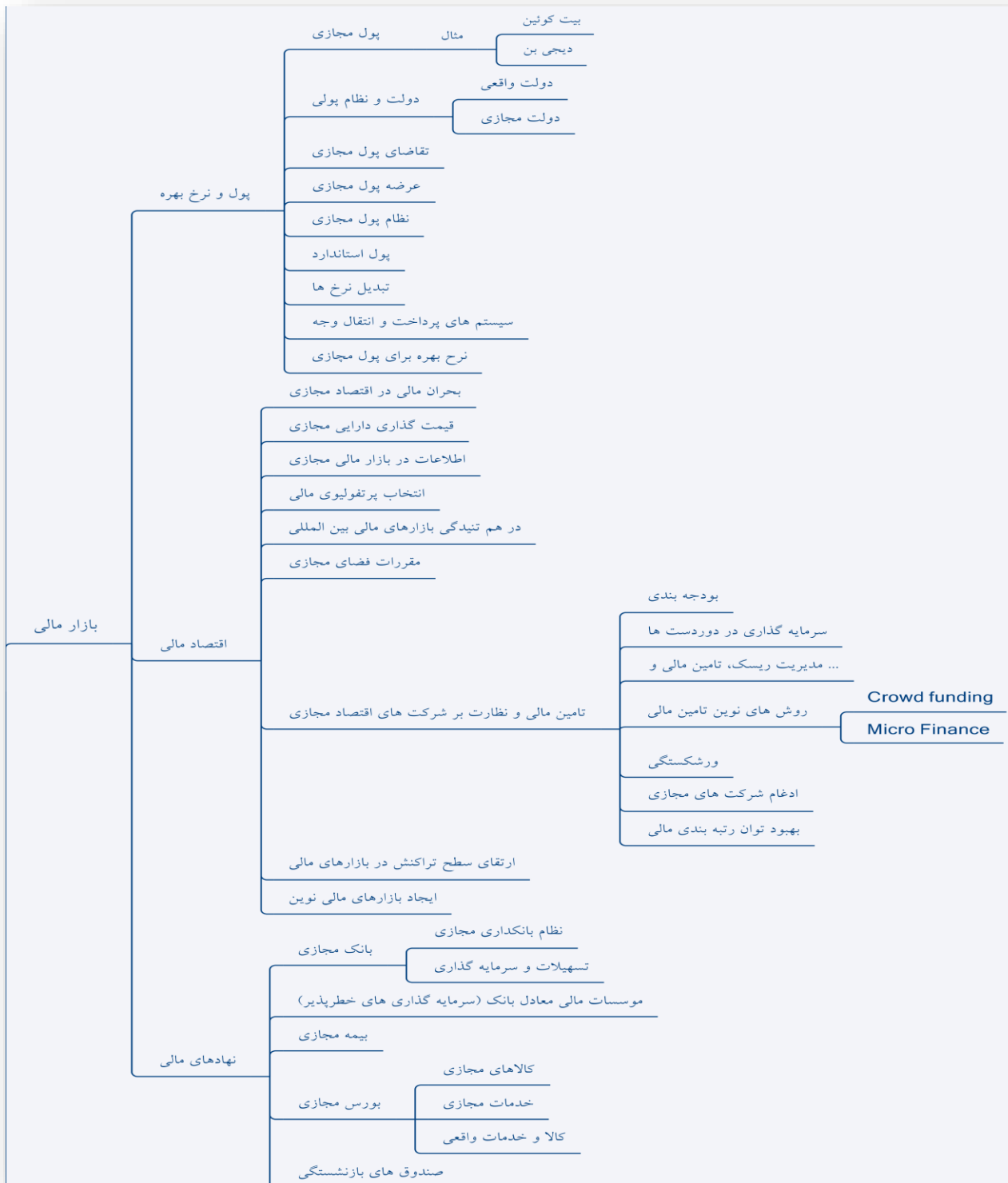
بازار مالی

بازار مالی دومین بازار مهم در نظام اقتصادی است که ارتباط دهنده بین صاحبان پول و متقاضیان پول است. در این بازار اولین مسأله مهم پول و نرخ بهره است که در عصر مجازی ماهیت پول با ایجاد پول مجازی دچار تغییرات مبنایی خواهد شد. در مورد پول به عنوان یک بخش مهم در بازار مالی، مسائلی همچون ماهیت پول مجازی، نحوه عرضه و تقاضای پول مجازی، دولت و نظام پولی، نظام پول مجازی، پول استاندارد و... مورد اهمیت است که باید مورد بررسی دقیق قرار گیرد.

اقتصاد مالی دیگر بخش مرتبط با بازار مالی است که اعم از نظریه‌ها، سازوکارهای متفاوتی برای مدیریت مالی بازار طراحی شده است که با ایجاد عصر مجازی، تحولات چشمگیری در این حوزه به وجود خواهد آمد. در این میان مسائلی همچون چگونگی شکل‌گیری بحران‌های مالی در فضای مجازی، نحوه قیمت‌گذاری دارایی مجازی، انتخاب پرتفولیوی مالی، مقررات فضای مجازی و تأمین مالی و نظارت بر شرکت‌های مجازی از مهم‌ترین مسائل مطرح در این بخش هستند.

مسأله سوم از بازار مالی به نهادهای مالی اختصاص دارد که بانک به عنوان مهم‌ترین نهاد مالی در این قسمت حائز اهمیت است. همچنین نهادهای تازه تأسیس مانند مؤسسات سرمایه‌گذاریهای خطرپذیر و نهاد بورس در این قسمت بسیار حائز اهمیت است که باید موشکافانه مورد تحلیل و بررسی قرار گیرند.

نمودار ۸-۰: مسائل زیربخش بازار مالی در ارتباطات بین عناصر

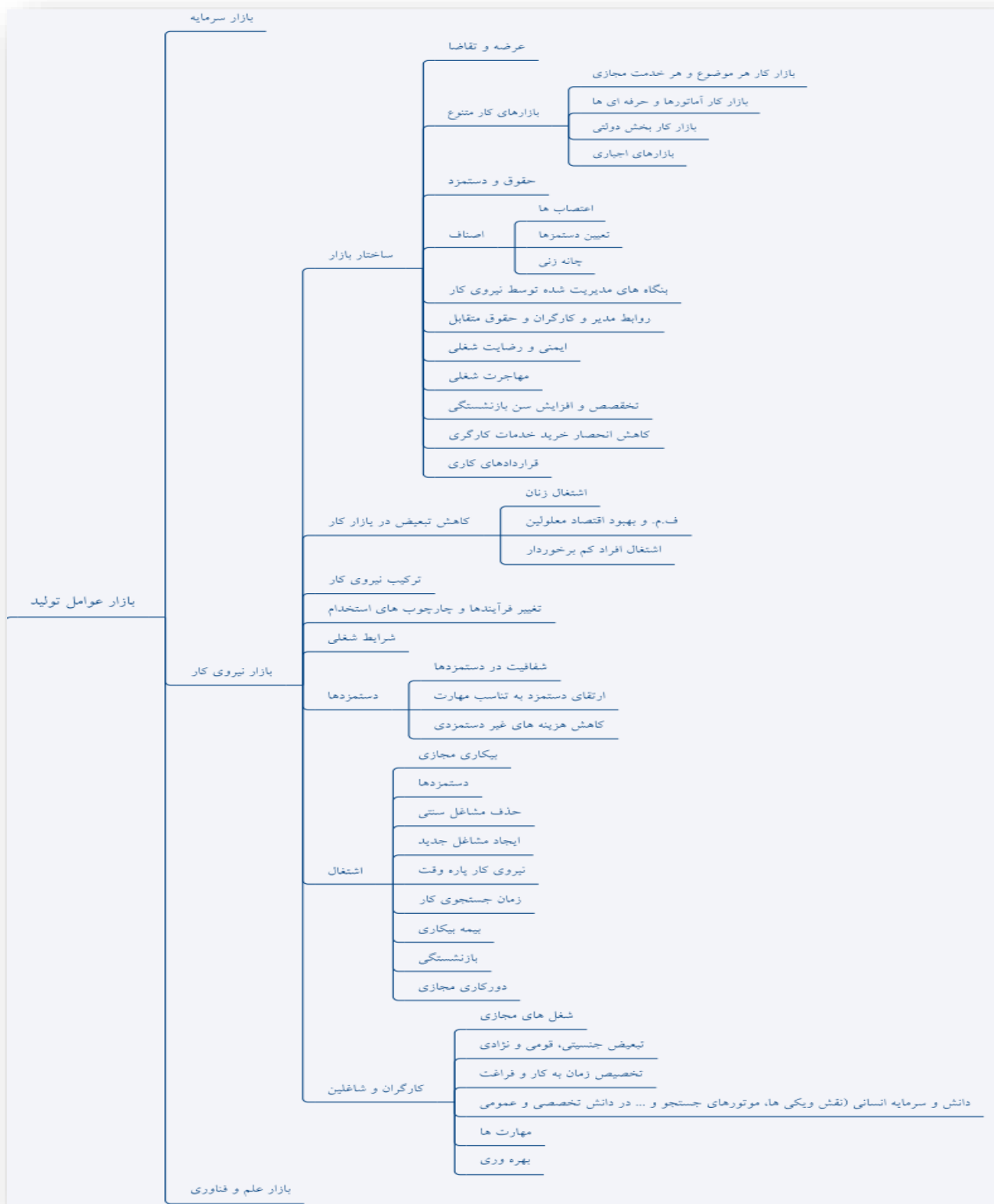


بازار عوامل تولید

یکی دیگر از بازارهای مهم در اقتصاد بازار عوامل تولید است که سرمایه، نیروی کار و علم و دانش به عنوان سه عامل تولید اصلی در علم اقتصاد مطرح هستند. بنظر می‌رسد از بین سه عامل مذکور، عامل نیروی کار بیشترین تأثیر را از تغییر و تحولات مجازی دریافت کند زیرا در عصر مجازی مسائل نیروی کار همچون نحوه مشخص شدن دستمزد نیروی کار، ساختار بازار نیروی کار، سهم‌بری از تولید، نقش نیروی کار در تولید، شغل‌های جدید و شغل‌های منسوخ شده و ... مطرح می‌شود. در مورد بازار سرمایه و علم و دانش مسائلی همچون ماهیت سرمایه در فضای مجازی، ماهیت علم و دانش در فضای مجازی، مدل‌های تأمین سرمایه و دانش مجازی و ... مطرح است که در بخش مشترکات ذکر شده است و به علت گستردگی از ذکر آن در این بخش خودداری می‌شود.

در ذیل نمودار زیربخش‌های بازار عوامل تولید ترسیم شده است:

نمودار ۹-۰: زیربخش‌های بازار عوامل تولید در ارتباطات بین عناصر



سایر بازارهای مجازی

می‌توان دیگر بازارهای مجازی را به شرح نمودار ذیل تقسیم‌بندی نمود و مسائل اصلی آن را بررسی کرد. در این راستا یکی از بازارهای دیگر بازار ارز است که ارتباط تنگاتنگی با بازار پول داشته و دارد از ذکر جزئیات آن خودداری شده است.

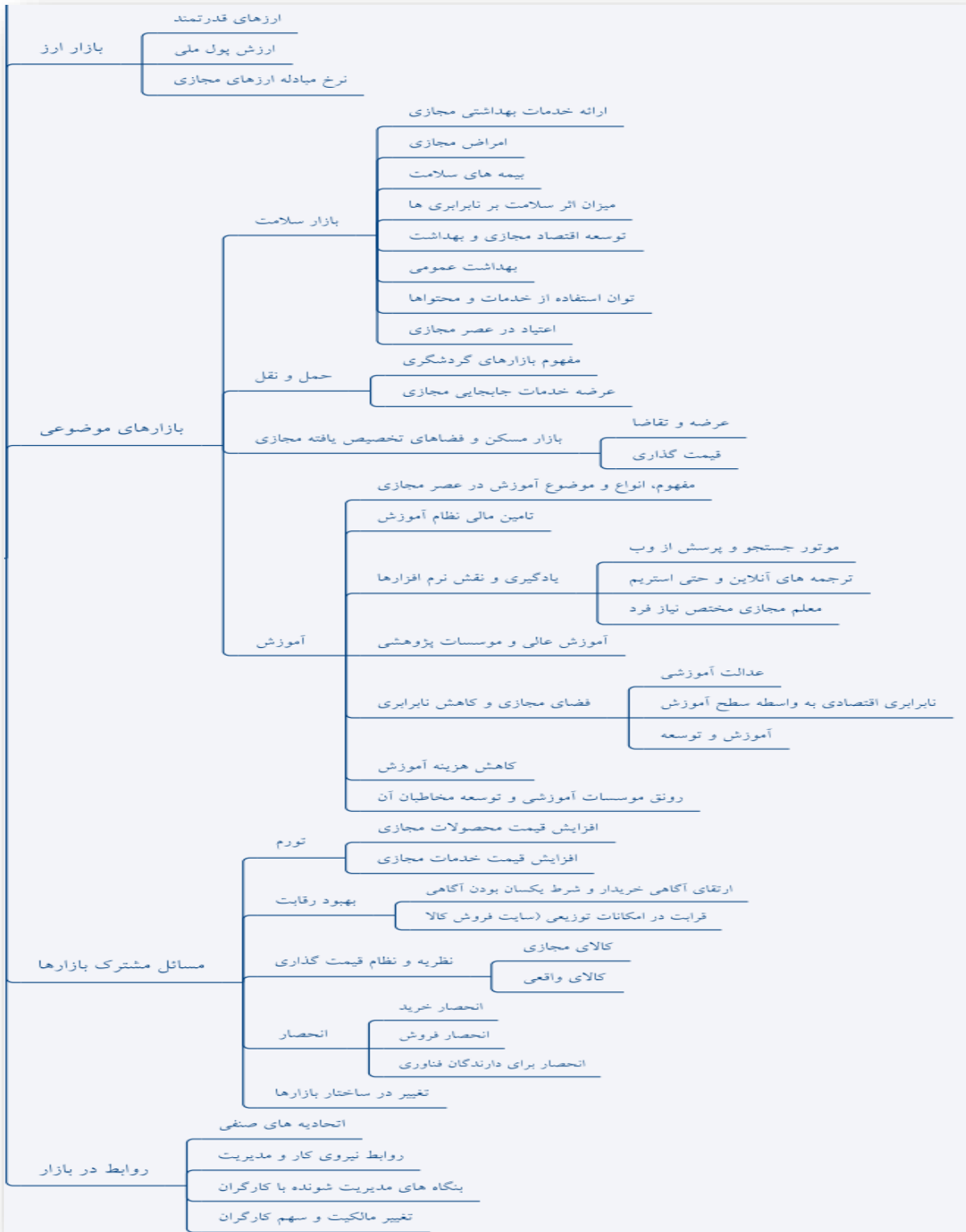
بازارهای موضوعی بخش دیگری است که اگرچه عبارت شاید نامناسب بنظر برسد ولی منظور بازارهایی بوده است که حول موضوعات مختلف اقتصاد اعم از سلامت، حمل و نقل، مسکن و آموزش به وجود می‌آید. مسائل این بازارها می‌تواند با گسترش فضای مجازی تغییر یابد و بررسی‌ها در مورد آنان را حائز اهمیت کند.

لازم به ذکر است که با توجه به این که مسائل مشترکی بین کلیه بازارها وجود داشته است، به منظور جلوگیری از تکرار در یک بخش جداگانه به این مسائل اشاره شده است. از جمله این مسائل مشترک می‌توان به تورم، بهبود رقابت، انحصار، ساختار بازارها و ... اشاره کرد.

در پایان این بخش می‌توان مسائل مربوط به روابط بین بازاری را در موضوعاتی همچون اصناف، مدیریت کارگران و سهم آنان در بازار و ... دسته‌بندی نمود.

در نمودار ذیل اهم مسائل سایر بازارهای مجازی ذکر شده است:

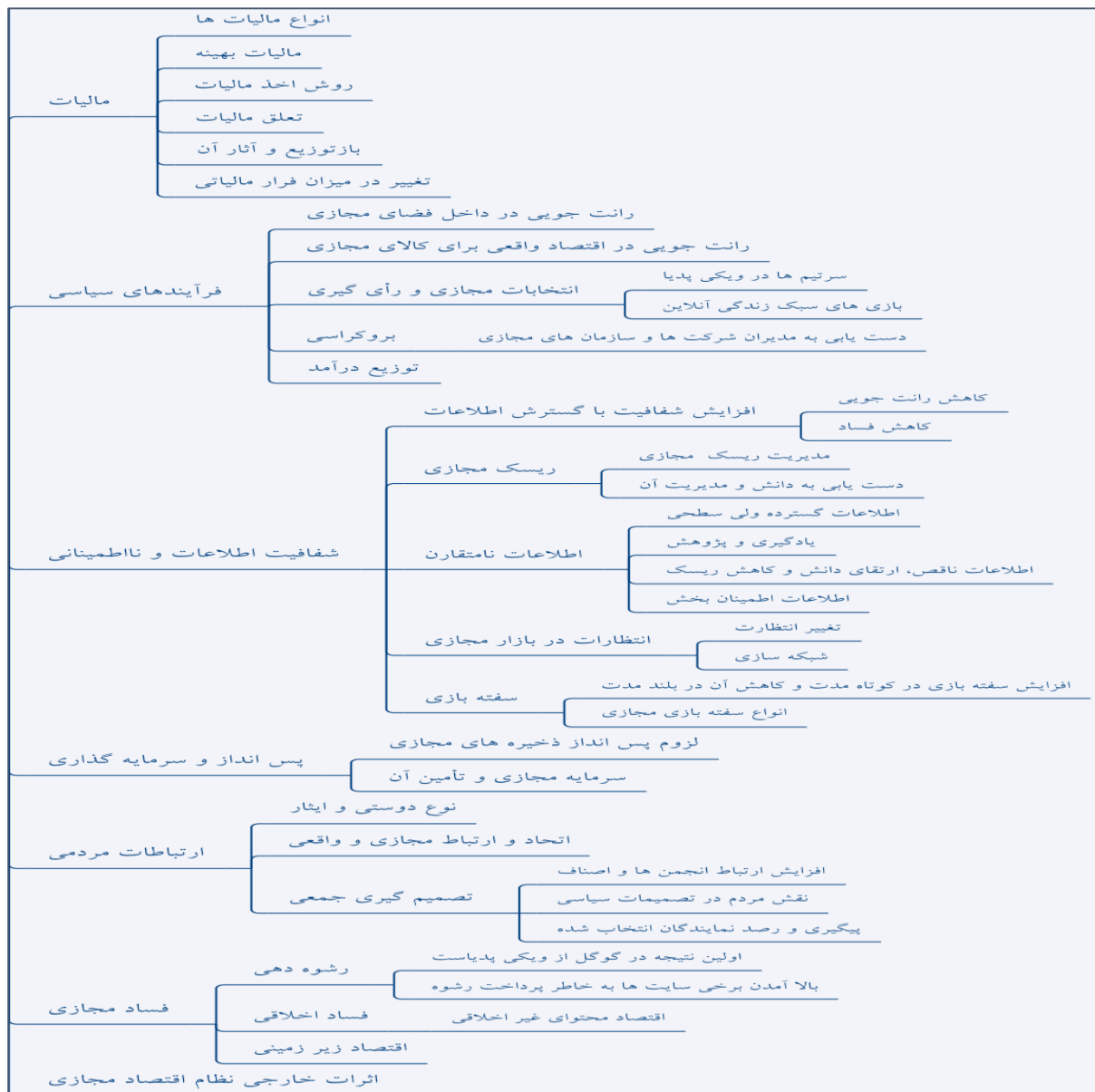
نمودار ۱۰-۰: زیربخش سایر بازارهای مجازی در ارتباطات بین عناصر



سایر ارتباطات بین عناصر نظام

سایر ارتباطات بین عناصر را می‌توان در بخش‌های مالیات، فرایندهای سیاسی (ارتباط بین دولت با کاربران و بنگاه‌ها)، شفافیت اطلاعات و نااطمینانی (ارتباط بین بنگاه‌ها با دولت و کاربران)، پس انداز و سرمایه‌گذاری (ارتباط بین کاربران و بنگاه‌ها)، ارتباطات مردمی، فساد (اعم از اداری، خصوصی و شخصی) تقسیم نمود. در نمودار ذیل این مسائل مهم ترسیم شده است:

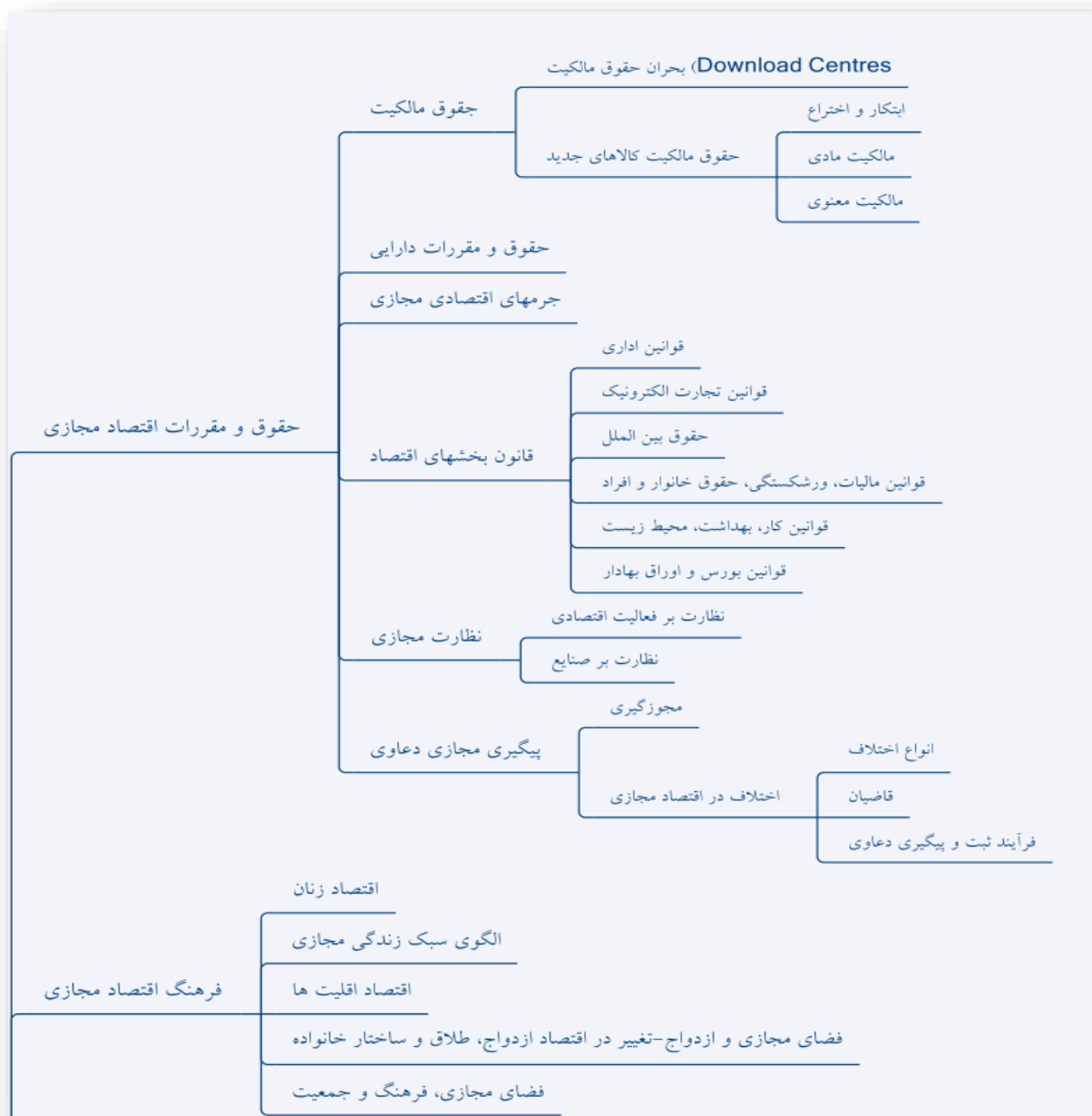
نمودار ۰-۱۱: مسائل زیربخش سایر ارتباطات بین عناصر نظام



ارتباطات بین نظام‌ها

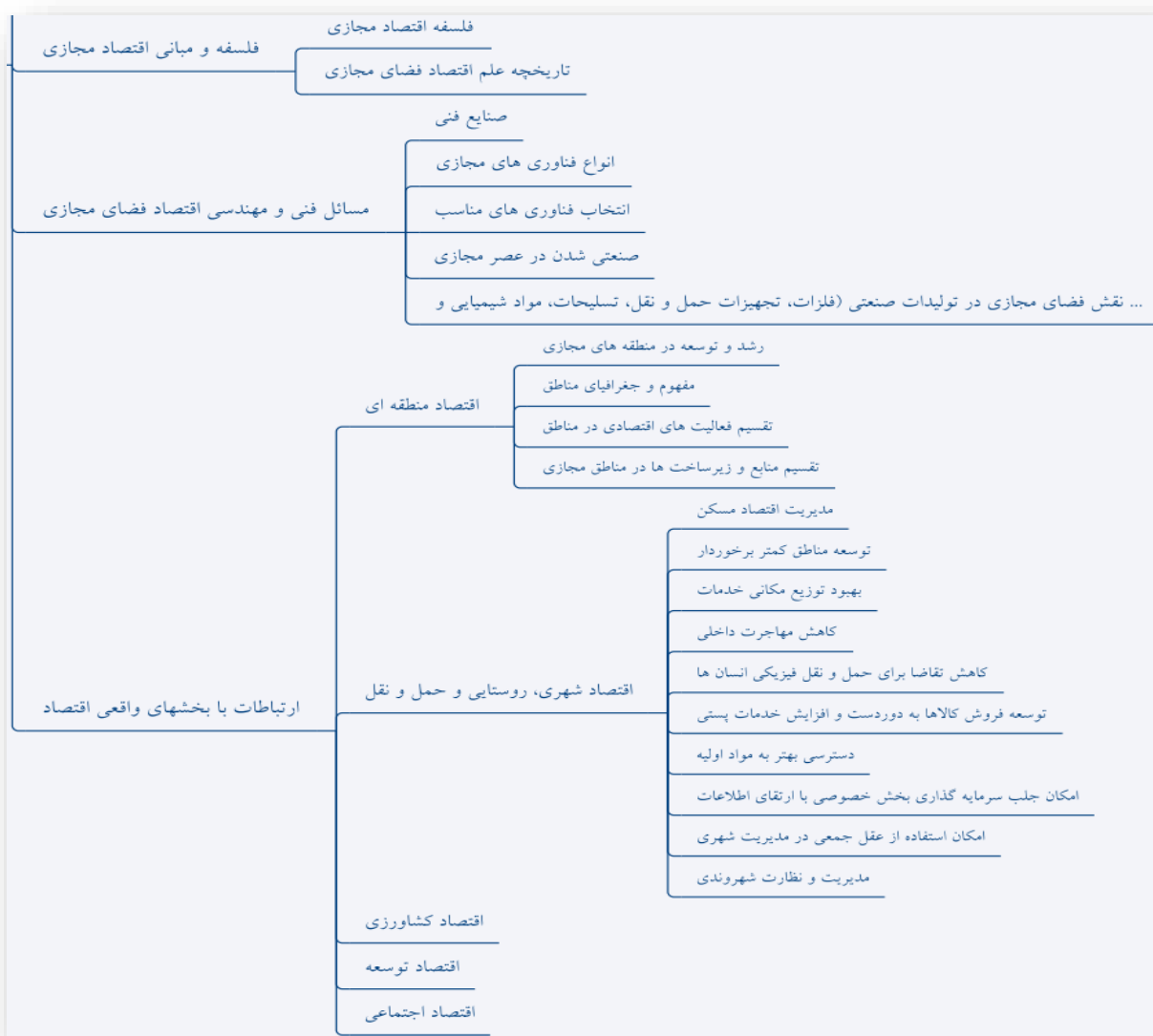
در ارتباطات بین نظام‌ها با توجه به اهمیت نظام‌های حقوقی، سیاسی، فلسفی، فنی و مهندسی و فرهنگی و اجتماعی ارتباط این نظام‌ها با نظام اقتصادی در قالب محورهای اصلی اقتصادی ترسیم شده است که در نمودار ذیل مهم‌ترین مسائل آن مشاهده می‌شود:

نمودار ۱۲-۰۰: زیربخش‌های ارتباطات بین نظام‌ها در عصر مجازی (۱)



همان گونه که مشاهده می شود با توجه به اهمیت نظام حقوقی و نظام فرهنگی و اجتماعی دو بخش مرتبط با نظام اقتصادی را می توان حقوق و مقررات اقتصاد مجازی و فرهنگ اقتصاد مجازی در نظر گرفت. در بخش حقوق و مقررات مسائلی همچون تعریف و ماهیت حقوق مالکیت مجازی، جرم های اقتصادی مجازی، قانون بخش های مجازی و ... مطرح می شود. در بخش فرهنگ هم مسائلی همچون الگوی سبک زندگی مجازی، اقتصاد زنان، فضای مجازی و ساختار ازدواج و طلاق و ... مطرح می شود که در بخش های قبلی هم اشاره ای به این مسائل شده بود. در نمودار ذیل سایر ارتباطات بین نظام ها مشاهده می شود:

نمودار ۱۳-۰۰: زیربخش های ارتباطات بین نظام ها در عصر مجازی (۲)



بخش ۳: جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

در این فصل به منظور شناسایی چارچوب موضوعی و نظام مسائل اقتصاد فضای مجازی سعی شد با توجه به تعاریف مطرح شده در فصل اول و با در نظر گرفتن مسائل علم اقتصاد، چارچوب جامعی از کلیه مسائل مرتبط با اقتصاد فضای مجازی ترسیم شود. با توجه به این که علم اقتصاد متعارف نظام مسائل بسیار گسترده‌ای دارد می‌بایست در قدم بعدی با بررسی آثار علمی و پژوهش‌های صورت گرفته بخش‌های مطرح شده در چارچوب را مورد رصد و بررسی دقیق قرار دهیم و نظام مسائل را با توجه به تغییرات آینده تکمیل و نهایی نمائیم و در صورت امکان مسائل و زیربخش‌ها را تشریح نمائیم.

فصل سوم: تشریح و تبیین مسائل اقتصاد فضای مجازی

بخش ۱: مقدمه

در این فصل به منظور تشریح و تبیین دقیق نظام مسائل اقتصاد فضای مجازی سعی شده است مهم‌ترین مسائل اقتصاد بر حسب اولویت انتخاب شود و سپس چіستی و چرایی آن‌ها مورد بررسی قرار بگیرد. در این راستا در قدم اول مهم‌ترین موضوعات اقتصاد فضای مجازی با محوریت عناصر و ارتباطات نظام اقتصادی در عصر مجازی انتخاب شده است.

با توجه به اهمیت موضوعات اقتصادی در نظام اقتصادی کشور ایران، در محور عناصر دو بخش دولت و بخش خارجی (تجارت بین‌الملل و الکترونیک) و در محور ارتباطات بین عناصر، دو بخش شفافیت اطلاعات و نااطمینانی و بازار مالی (پول و نهاد بانک) انتخاب شده است که در این فصل ذکر خواهد شد.

لازم به ذکر است که در فصول قبل با بررسی نظام JEL و نظام مسائل اقتصاد فضای مجازی، سعی شد که جایگاه موضوعات تبیین شود و در این فصل به منظور تبیین مفاهیم و تعاریف موضوعات مهم سعی می‌شود که ابتدا موضوعات اصلی و مناسب در هر بخش تبیین شود و در نهایت اثرات آتی فضای مجازی بر موضوع و مسأله مورد نظر تحلیل و بررسی شود.

همچنین مؤلفه اصلی در انتخاب این ۴ موضوع، میزان اثرگذاری این موضوعات در نظام اقتصادی است. به عبارت دیگر در بین عناصر نظام اقتصادی که در فصل قبل بررسی شد، ۲ عنصر دولت و بنگاه‌ها و در بین ارتباطات مسائل پول، نهادهای مالی و شفافیت اطلاعات موجود در بخش‌های اقتصادی جایگاه ویژه‌ای دارند، زیرا براساس مکتب کلاسیک بنگاه‌ها در نظام بازار آزاد می‌توانند به بیشینه سود دست یابند و با بخش خارجی ارتباط تنگاتنگی دارند و براساس مکتب مخالف آنان یعنی کینزین‌ها بخش دولت در زمان‌هایی که شکست بازار رخ می‌دهد باید وارد اقتصاد شود. از سوی دیگر امروزه گسترش فضای مجازی باعث ایجاد تحولات عظیم در بازارها و بنگاه‌ها و به تبع آن ارتباط بین دولت و بنگاه‌ها شده، به گونه‌ای که مفاهیم دولت الکترونیک، فروشگاه‌های مجازی، تجارت الکترونیک، شفافیت اطلاعات و... به وجود آمده است و بررسی مفاهیم جدید در این حوزه‌ها که ریشه در مکاتب بنیادین اقتصاد دارد، می‌تواند راه‌گشا باشد. همچنین از سوی دیگر یکی از مسائل اصلی علم اقتصاد، پول و نهادهای مالی مانند بانک است که طی قرون گذشته بسیار بحث برانگیز بوده است. لذا مسأله پول و بانک هم به عنوان مسأله دیگر در این فصل مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

بخش ۲: دولت

همان‌گونه که بیان شد بخش دولت از نقطه نظر تأثیر به سزای آن در اقتصاد، حائز اهمیت است، البته در نظام اقتصاد فضای مجازی، مقصود اصلی ما از نقش تعیین‌کننده دولت، به معنای مفهوم آن در اقتصادهای بازار آزاد و یا کینزی بر مبنای نحوه‌ی دخالت دولت در بازارها نیست، بلکه در نظام اقتصاد فضای مجازی، فراهم کردن زیرساخت‌های تجاری و البته الکترونیکی برای مبادلات حتی کاملاً آزاد، نیاز به ورود دولت دارد، حتی اگر نقش دولت به عنوان واگذارکننده این خدمات به بخش خصوصی باشد.

در طی سال‌های گذشته دولت الکترونیک با تلاشی که در جهت افزایش کارایی و اثربخشی دولت‌ها انجام داده است، منجر به تغییر نگرش مردم نسبت به دولت شده است و در آینده هم خواهد شد. دولت الکترونیک با افزایش شفافیت عملکرد دولت و کاهش تبعیض‌های احتمالی دولت بین افراد، گروه‌ها یا قومیت‌های مختلف، به افزایش عدالت احساسی (اظهار عادلانه‌ی احساسات) بین مردم و همچنین عدالت مراوده‌ای (ارتباط با مردم با احترام، حفظ شأن آن‌ها و...) منجر می‌شود که این موارد در افزایش اعتماد به دولت نقش مهمی دارند (قلی پور & پیران نژاد، ۱۳۸۷، ص. ۲۳۲).

با دیدی آینده‌نگرانه می‌توان پیشرفت سه حوزه‌ی ارتباطی و اطلاعاتی و سخت‌افزاری را در طول زمان دید و در چنین فضایی منتظر آینده‌ای بود که در آن نه به شکل امروزی و در پی ارتباطاتی دوبعدی تعاملات مجازی انجام گیرد، بلکه فضایی که در آن اکثر کارهای روزمره انجام می‌شود و فقط حاصل ارتباطات دوبعدی اینترنت نیست. در فضای سه‌بعدی تعاملی آینده که بارقه‌هایی از آن هم‌اکنون نیز مشاهده شده، اگر قائل به آنارشیسم نباشیم، حتماً تحت نظارت و سلطه قوایی کنترل‌کننده خواهد بود که اگر درست اقدام نشود متأسفانه این قوا چیزی به غیر از طاغوتی که از آن نهی شده نخواهد بود. یعنی مردمانی که در کشور اسلامی متولد می‌شود به عنوان کاربران مجازی در فضایی خارج از محدوده‌ی قدرت اسلامی کنترل می‌شوند. این تلاش طاغوت است که به نحوی فضا را کنترل کند تا شاه‌راه‌های زندگی در دست او دیده شود و همه از روی نیاز به ولایت او راضی شوند.^۱ اینجاست که باید تمام تلاش خود را در فضای مجازی به کارگیریم و به تأسی از ائمه‌ی اطهار و بزرگان در برابر حکومت‌های جور و طواغیت سکوت نکنیم^۲ و برای تحقق مصداق آیه‌ی "و لن يجعل الله للکافرین علی المومنین سبیلاً"^۳ تلاش کنیم.

^۱<http://puya.nashriyat.ir/node/109182>

^۲<http://iqna.ir/fa/news/3500643>

بنابراین در ادامه اصلی‌ترین و مهم‌ترین موضوعات دولت مجازی مطرح شده و سپس مفهوم موضوعات و مفاهیم مرتبط با آنان شرح داده خواهد شد. لازم به ذکر این نکته است که در وضعیت موجود واژگانی همچون «دولت مجازی»، «تجارت مجازی» و ... کاربردی ندارند و اکثر واژگان با پسوند «الکترونیک» استفاده می‌شوند و لذا در ادامه برای شناخت دقیق وضع موجود سعی می‌شود که ابتدا واژگان موجود تعریف و تبیین شوند و سپس واژگان احتمالی آینده تعریف شوند.

دولت الکترونیک

در مورد تعریف مفهوم «دولت الکترونیک» باید گفت که با توجه به تعریف بانک جهانی به استفاده دولت از تکنولوژی‌های اطلاعاتی که موجب تقویت رابطه‌ی دولت با شهروندان، بنگاه‌ها و دیگر بازوهای دولت می‌شود، «دولت الکترونیک» گویند. این تکنولوژی‌ها اهداف متفاوتی دارند، مثل بهبود انتقال خدمات دولتی، بهبود روابط با بنگاه‌ها و صنعت، تقویت و پشتیبانی اطلاعاتی شهروندان و در نهایت مدیریت دولتی کاراتر. (Jenkins و Barrenechea, ۲۰۱۴, ۲۹)

همچنین در تعریفی ساده «دولت الکترونیک» عبارت است از چند صفحه‌ی گسترده‌ی اطلاعاتی در شبکه‌های کامپیوتری از قبیل اینترنت که دیدگاه‌ها، استراتژی‌ها، خط مشی‌های دولت را به اطلاع کاربران می‌رساند و حتی می‌تواند جایگزین مراجعات حضوری به ادارات دولتی گردد (معمارزاده, ۱۳۸۲).

همچنین برخلاف رویکردی که در بسیاری از کشورهای در حال توسعه مشاهده می‌شود، دولت الکترونیک دادن رایانه به مقامات و کارمندان و یا ایجاد وب سایت‌های وزارتخانه‌ای نیست، بلکه عبارت است از متحول کردن دولت و فرآیند کشور داری از طریق قابل دسترسی تر، کارآمدتر و پاسخگوتر کردن دولت‌ها و ارائه‌ی اطلاعات و خدمات به شهروندان و سایر نهادهای دولتی با استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات می‌باشد. (محمدیان & وهاب زاده, ۱۳۸۴)

دیگر تعاریف دولت الکترونیک به شرح ذیل است:

(۱) لولینگ دولت الکترونیک را به معنای استفاده‌ی دولت از شبکه‌ی گسترده‌ی جهانی یا اینترنت با هدف ارائه‌ی خدمات پیوسته و همزمان به شهروندان و برقراری امکان تعامل الکترونیکی شهروندان با سازمان‌های مختلف در سطوح مختلف دولت به کار برده است. همان گونه که از تعریف فوق برمی‌آید، دولت الکترونیک صرفاً به بخش اجرایی محدود نمی‌شود بلکه گستره آن شاخه‌های قانون گذاری و قضایی و همچنین سطوح مختلف آن از سطح مرکزی تا سطح محلی را نیز در بر می‌گیرد (الوانی و یعقوبی ۱۳۸۲).

(۲) دولت الکترونیکی فقط قرار دادن فرم‌ها و خدمات فعلی به صورت بر خط نیست، بلکه فرصتی را برای تفکر مجدد در مورد چگونگی خدمات رسانی دولت و چگونگی مرتبط ساختن آن‌ها متناسب با نیازمندی‌های مصرف کنندگان فراهم می‌نماید. (همتی & سیدنقوی، ۱۳۸۸)

روابط در دولت الکترونیک

روابط دولت با سایر بخش‌ها یکی دیگر از موضوعات مهم است که در ادامه بررسی می‌گردد:

۱- دولت با دولت^۴:

در دولت الکترونیکی به معنی اشتراک اطلاعات و داده‌ها و تعاملات الکترونیکی بین بخش‌های مختلف دولتی می‌باشد. این تعاملات می‌تواند به صورت درون سازمانی و یا برون سازمانی و در سطح محلی، ایالتی، ملی و بین المللی صورت پذیرد.

۲- دولت با کارمندان^۵:

این مؤلفه تلاش می‌نماید بهینه سازی نحوه ارتباط دولت با کارمندان سازمان‌های مختلف دولتی را بهبود بخشد. کارمندان دولت بایستی بتوانند با صرف حداقل زمان و هزینه، کارهای خود را انجام دهند.

۳- دولت با مصرف کننده^۶:

فعالیت‌های انجام شده در این بخش ارتباط شهروندان با دولت را تسهیل نموده و شهروندان می‌توانند از طریق وسایل ارتباطی مانند وب سایت‌ها و ایستگاه‌های اطلاع رسانی به اطلاعات عمومی دسترسی پیدا کنند.

۴- دولت با بنگاه^۷:

بخش دیگر دولت الکترونیکی برقراری ارتباط بین دولت با تجارت و صنعت است. تمرکز مؤلفه G2B روی تعاملاتی است که میان دولت و بازرگانان انجام می‌شود. (همتی & سیدنقوی، ۱۳۸۸، ص. ۱۳۷)

^۴Government to Government (G2G)

^۵Government to Employee (G2E)

^۶Government to Consumer (G2C)

^۷Government to Business (G2B)

عناصر و عملکردها

همچنین در ذیل دولت الکترونیک یکسری عناصر و بخش‌ها مطرح می‌گردد که در ذیل مهم‌ترین آنان بررسی شده است:

۱- گمرک الکترونیکی^۸

استفاده از تکنولوژی اطلاعاتی برای برقرار کردن خدمات گمرکی مبتنی بر کانال‌های ارتباطی جایگزین پروسه‌های کاغذی آن است که نتیجتاً موجب ایجاد فضای گمرکی کارآ و مدرن می‌شود.

۲- مالیات الکترونیکی^۹

انواع مالیات‌ها قابل تصور است که از آن جمله می‌توان به مالیات‌های کالاهای حقیقی که به صورت برخط پرداخت می‌شود اشاره کرد همچنین ممکن است مالیات‌های کالاهای مجازی باشد که باید پی‌گیری و پرداخت شود و یا اصلاً به نوعی از مالیات‌ها گفته می‌شود که در عصر فضای مجازی بر ابعاد مختلف آن زندگی وضع شده باشد.

تجارت الکترونیکی امر مشاهده اطلاعات و اجرای مالیات را برای متصدیان مالیاتی سخت و یا نشدنی کرده است. پرداخت کنندگان مالیات ممکن است در فضای مجازی ناپدید شوند و کسی نداند که آن‌ها واقعاً در کجا قرار دارند. (طیب نیا & سیاوشی، ص. ۱۰)

در مبادلات بر خطی که بین دو نفر از دو کشور با قوانین مالیاتی متفاوت رخ می‌دهد، تعیین زمان و مکان انجام معامله و نیز قانون مالیاتی حاکم بر معامله مورد سؤال است. (طیب نیا & سیاوشی، ص. ۱۰)

۳- نظام پرداخت الکترونیکی^{۱۰}

سیستم پرداخت‌های الکترونیکی که انواع پرداخت‌ها را شامل می‌شود.

۴- انتخابات الکترونیکی^{۱۱}

رأی‌گیری به روش سنتی که برای اولین بار در ایالت ویکتوریای استرالیا در ۱۸۵۶ انجام شد تا امروز تحولات بسیاری را پشت سر گذاشته و به صورت الکترونیکی یا توسط تجهیزات الکترونیکی در آمریکا، هند، بلژیک، برزیل، انگلستان، فرانسه، و استرالیا برگزار می‌شود. در ایران نیز اولین تلاش‌ها

^۸E-Customs

^۹E-Tax

^{۱۰}E-Payment systems

^{۱۱}E-Voting

سال ۱۳۷۲ آغاز شد و پس از پیگیری در سالهای ۱۳۷۸، ۱۳۸۰، ۱۳۸۶، این تلاش‌ها هنوز به بهره برداری نرسیده و نافرجام مانده است (نصیری مقدم، نقوی و سرلتنی ۱۳۹۳، ۲). رأی گیری الکترونیکی خود به دو نوع تقسیم می‌شود: رأی گیری کامپیوتری و رأی گیری اینترنتی؛ در رأی گیری کامپیوتری تحلیل و پردازش آرا و اصل رأی دادن به وسیله کامپیوتر اجرا می‌شود ولی باز هم نیاز به حضور رأی دهنده در حوزه انتخاباتی هست ولی در رأی گیری اینترنتی فرد به وسیله اینترنت و حتی در منزل خود رأی دهی می‌کند و طبقاً مسائل امنیتی این نوع رأی گیری چالشی‌تر است (فکری نجات، ۲).

۵- دموکراسی الکترونیکی^{۱۲}

دولت دموکراتیک به معنای دولتی از مردم است که به وسیله مردم انتخاب شده و برای مردم باشد.^{۱۳} (Barrenechea and Jenkins 2014, 187) در بعد مجازی آن به معنای استفاده از فناوری و استراتژی‌های ارتباطی و اطلاعاتی توسط بخش‌های موجود در فرآیندهای سیاسی جوامع گوناگون است. به بیان روان‌تر به معنای به کارگیری فناوری اطلاعات برای پشتیبانی و توسعه مردم سالاری است. در واقع دموکراسی الکترونیک فرصتی برای پل زدن بر روی شکاف بین حاکمان و افراد تحت حکومت است که فرصت مشارکت در فرآیندهای تصمیم گیری را برای افراد تحت حکومت مهیا می‌سازد. (حیدری و کاظمی بدون تاریخ)

۶- حکومت الکترونیکی^{۱۴}

معنای شبیه و البته نه یکسان با دولت الکترونیکی دارد و همان دولت الکترونیک است در معنای محدود آن که پروسه‌های مختلف اداری را در قالب الکترونیکی اجرا کرده و آن پروسه‌ها را به وسیله سرویس‌های متنوع الکترونیکی و اجازه دسترسی به اطلاعات به شهروندان تجهیز نموده است. (Vukadinović and Avramović n.d., 6).

۷- خزانه داری الکترونیکی^{۱۵}

نظامی است که دریافت و پرداخت‌های برنامه‌های مالی را اجرا کرده و بر درآمدهای دولت و شرکت‌های دولتی نظارت کرده و آن‌ها را متمرکز کرده و بر اساس قانون منابع را تخصیص می‌دهد، همچنین بر تعهدات

^{۱۲}E-democracy(digital democracy or Internet democracy)

^{۱۳}Government of the people, by the people, for the people. (Abraham Lincoln)

^{۱۴}E-Administration

^{۱۵}E-Treasury

مالی و هزینه‌های دولت نیز نظارت دارد. (hatami, imanipour and zarei gorgabad 2015,)
(۳۶۶)

۸- سلامت الکترونیک^{۱۶}

استفاده از تکنولوژی اطلاعات برای انتقال خدمات دارویی و اطلاعات از منطقه‌ای به منطقه‌ای دیگر که شامل انتقالات مراقبت‌های دارویی، مشاوره‌ای، تشخیصی و معالجه‌ای و همچنین آموزش بیماران و کارکنان می‌شود. (Weeks n. d. , 6)

۵۱ تعریف مختلف برای آن شمرده شده است که به عنوان مثال تعریف ساده‌ی سازمان بهداشت جهانی عبارت است از استفاده از تکنولوژی‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی برای سلامت. به هر حال هسته‌ی تمام تعریف‌ها را این گونه می‌توان در نظر گرفت: آن یک تعهد و تفکر فراگیری است برای بهبود مراقبت‌های حوزه‌ی سلامتی چه محلی و چه منطقه‌ای و چه جهانی به وسیله‌ی تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات. (WHO 2006, 1)

۹- آموزش الکترونیکی^{۱۷}

آموزشی که در آن ویژگی‌هایی زیر رعایت شود:
فاصله‌ی مکانی میان آموزگار و دانش آموز تا وجه تفاوت آن با آموزش رو در رو باشد، همچنین وجود یک سازمان آموزشی به عنوان وجه تمایز آن با مطالعه‌ی فردی و تدریس خصوصی باشد، در نهایت استفاده از شبکه‌ی کامپیوتری برای انتقال محتوا و ارتباطات دو طرفه از ملزومات آن است. (Paulsen 20۰۲, ۱).

۱۰- مزایده‌ی الکترونیکی^{۱۸}

مزایده‌های الکترونیکی مزایده‌های اینترنتی هستند که پیشنهاد دهندگان منتخب به صورت الکترونیکی قیمت‌های خود را به فروشنده اعلام می‌کنند. تمام مراحل از ارتباطات و دعوت پیشنهاد دهندگان تا تأیید اولیه‌ی آن‌ها و نهایتاً ارائه‌ی قیمت‌ها الکترونیکی برگزار می‌شود. (Commerce(OGC){UK} (۲۰۰۸, ۳)

ایران نیز به سهم خود اقدام به برگزاری چنین مزایده‌هایی می‌کند، برای مثال می‌توانید به آدرس زیر مراجعه کنید:

<http://www.setadiran.ir/eproc/welcome.do>

^{۱۶}-Healthcare (Telemedicine)

^{۱۷}-Education(Online Education, E-learning, virtual education, Internet based education, web-based education)

^{۱۸}e-Auction

۱۱- تهیه‌ی الکترونیکی^{۱۹}

ترکیب استفاده از اطلاعات و ارتباطات برای تقویت اتصال بین مصرف کننده و عرضه کننده و همچنین بین سایر شرکت کنندگان در زنجیره‌ی تولید ارزش است که در نتیجه‌ی آن پروسه‌ی مدیریت خرید و فروش بهبود می‌یابد. (SM: eProcurement 2013, 1&P)

به بیانی دیگر به دسته ابزارها و تکنولوژی‌ها و راه حل‌های سازمانی که پروسه‌های تهیه و تدارک عمومی را تقویت می‌کنند خصوصاً مزایده‌ها و مناقصه‌های الکترونیکی از آن جمله‌اند. (Gardenal بدون تاریخ، ۳)

۱۲- دفاع الکترونیکی^{۲۰}

یک مجموعه از اقدامات تکنیکال و غیر تکنیکال که یک کشور را قادر می‌سازد در سیستم‌های اطلاعاتی فضای مجازی از خود دفاع کند. (cyber-definitions n.d.)

مثالی از آن را می‌توان در محلی سازی داده‌ها^{۲۱} جست و جو کرد. ترس از کاهش کنترل در درون حکومت‌ها موجب روی آوری به محلی سازی داده‌ها می‌شود که ممکن است در نهایت موجب بالکانی^{۲۲} و تکه تکه کردن اینترنت در کشورهای مختلف بشود. این در حالی است که امنیت برپایه‌ی تکنولوژی است و نه جغرافیا، چنان که در خود آمریکا پرونده‌های الکترونیکی ۲۲ میلیون نفر از اداره‌ی مدیریت پرسنل آمریکا^{۲۳} توسط چین به سرقت رفت. گرچه خود چین اکنون سیاست "یک کمربند یک جاده"^{۲۴} را در پیش گرفته است (اشاره به طرح جاده‌ی ابریشم) اما همانند سایر کشورها بیشتر به سیاست یک شبکه و یک اینترنت باز، رایگان، پویا و امن^{۲۵} نیازمند است. (Bildt 2015)

^{۱۹}e-Procurement^{۲۰}e-Defense (Cyber defense, Cyber defence)^{۲۱}data-localization^{۲۲}balkanize^{۲۳}US Office of Personnel Management^{۲۴}One Belt, One Road^{۲۵}One Net – an open, free, dynamic, and secure Internet

۱۳- دولت سبز^{۲۶}

به مجموعه اقداماتی در راستای اصلاح مصرف انرژی و حفظ محیط زیست عنوان می‌گردد. مثلاً با کار کوچکی چون خاموش کردن رایانه‌های و پی گیری خط مشی‌های تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات سبز^{۲۷} از ورود ۵۵۷۰۰ تن کربن به داخل جو ممانعت کرد. (Bennett, 2009, ص. ۱۳)

۱۴- اتلاف الکترونیکی^{۲۸}

به تجهیزات الکترونیکی قدیمی و از کار افتاده و خراب اطلاق می‌گردد که علاوه بر داشتن مواد ارزشمند، دارای مواد خطرناک نیز می‌باشند که البته با روش‌های بازیافت می‌توان آن‌ها را مخصوصاً مواد ارزشمند و کمیاب و یا خطرناک را استحصال کرد. گوشی‌های تلفن، رایانه‌ها، نمایشگرها از مصادیق این لوازم الکترونیکی هستند.

۱۵- سنجش سلامت حکمرانی مجازی^{۲۹}

یک پرسشنامه‌ی غیر تکنیکی است که به ۳۵۰ شرکت برتر از لحاظ شاخص^{۳۰} FTSE داده شده و مدیریت ریسک سایبری آن‌ها مورد سنجش قرار گرفته است. طی تحقیقی که از دولت انگلیس از این شرکت‌ها انجام داده است، ۶۳٪ به درستی رویکرد مدیریتی‌شان را برای مقابله با ریسک‌هایشان را در گزارش سالانه اعلام می‌کنند که ۳۳٪ از مسئولان‌شان جایگاهی مهم برای ریسک سایبری قائل هستند و ۴۹٪ از مشاغل ریسک سایبری را به عنوان مهم‌ترین ریسک مواجهه با آن به شمار می‌آورند. (Vaizey, 2016, ص. ۳-۴)

^{۲۶}Green e-government

^{۲۷}Green ICT

^{۲۸}e-Waste or Waste Electrical and Electronic Equipment (WEEE)

^{۲۹}The Cyber Governance Health Check

^{۳۰}Financial Times Stock Exchange (FTSE 350 Index)

مفاهیم دولت مجازی

اکنون فارغ از دولت الکترونیک و مسائل آن در بحث دولت مجازی ناگزیر از به کارگیری برخی مفاهیم هستیم که بهتر است برای دقیق شدن و شناخت بهتر آن‌ها را تعریف کنیم:

(۱) ذینفع:^{۳۱}

افراد، سازمان‌ها و گروه‌های خاصی هستند که به نحوی به طرح‌ها و برنامه‌های دولت علاقه مند هستند و تصمیمات دولت برای آن‌ها اهمیت دارد.

(۲) مشتری:^{۳۲}

استفاده کننده از سرویس‌های دولتی را مشتری می‌گویند.

(۳) شهروند:^{۳۳}

فرد با حقوق و مسئولیت‌های تعریف شده و معین در جامعه که در فعالیت‌های جامعه شرکت می‌کند.

(۴) بنگاه:^{۳۴}

شرکت‌های تجاری و خصوصی که از یک سو با دولت و سازمان‌های دولتی و از سوی دیگر با مصرف کنندگان یا مشتریان در ارتباط هستند. (شاگری ا.، ۱۳۹۰)

(۵) بروکراسی وبری

در اواخر قرن بیستم، وبر شکل جدیدی از سلسله مراتب سازمانی را در رابطه با چالش‌های جدید حوزه‌ی صنعتی ارائه نموده و اصولی را خلاصه بندی نمود که از طریق آن بوروکراسی‌های جدید ساختار دهی شدند (محمدیان & وهاب زاده، ۱۳۸۴، ص. ۱۲).

(۶) مدیریت دورن سازمانی:^{۳۵}

سنجش‌های سیستماتیک مثل گزارش‌ها و متدها و پروسه‌ها که به وسیله‌ی یک سازمان برای موارد زیر اجرا گردد:

الف- به دست آوردن عملکردی منظم و بهینه

ب- ایجاد امنیت دارایی‌ها و منابع

^{۳۱}Stakeholder

^{۳۲}Customer

^{۳۳}Citizen

^{۳۴}Business

^{۳۵}Internal control

ج- تشخیص و رفع خطاها و دزدی ها

د- اطمینان یافتن از دقت و کامل بودن داده های حسابداری

ه- ایجاد اطلاعات مدیریتی و مالی قابل اتکا در طول زمان

ه- اطمینان به در راه سیاست ها و طرح ها بودن.^{۳۶}

(۷) بودجه ریزی

به مفهوم بازتوزیع منابع به سمت برنامه هایی که کارایی و اثربخشی خوبی دارد و تماما به نسخه های اولیه ای اداره های تحقیقات شهری در ابتدای قرن بیستم برمی گردد. (Janet M. Kelly, 2015, p3)

(۸) برنامه ریزی

برنامه ریزی یک برنامه خدمت رسانی یک تلاش نظام مند آینده محور است که شامل تحلیل مشکلات و نیازها، تخمین هدفها، کاوش خدمات طراحی جایگزین و توسعه ی طرح انتخاب شده است. (Pawlak and Vinter, 2004, P10)

(۹) مدیریت منابع انسانی

عبارت است از پیاده سازی و استفاده ی از تعداد بهینه ی پرسنل در یک جایگاه و زمان مناسب به نحوی که به فعالیت مورد نظر امکان رسیدن به اهداف را می دهد. (Pelin Vardarlier, 2016, P464)

(۱۰) مدیریت دارایی های دولتی

مدیریت دارایی ها به عنوانی اطلاق میشود که طی آن یک فرآیند نظام مند به عنوان راهنمایی برای برنامه ریزی، تدارکات، تعمیر و نگهداری، بازسازی و از رده خارج کردن دارایی ها اجرا می شود. (Victorian Government, Local Government Asset Management, P2)

(۱۱) تغییرات درون سازمانی

در کسب و کار امروزه که شامل مخاطرات و فرصت های فراوانی است، سازمان ها به صورت ناخواسته تغییر می پذیرند که شامل تغییرات گسترده و یا پیوسته و یا کوچک است تا خودش را با شرایط محیطی تطابق دهد و عملکرد خود را بهتر سازد. (Abbas Pakdel, 2016, P440)

اثرات تکنولوژی‌های نوین بر دولت

برخی از تکنولوژی‌های جدید وجود دارند که بر سازوکارهای دولت اثر گذاشته و یا به عنوان ابزاری به کمک آن می‌آیند. شناخت این تکنولوژی‌ها و مفاهیم درآمده از بطن آنان حائز اهمیت هستند که در ادامه مورد بررسی قرار می‌دهیم:

(۱) داده‌های باز:^{۳۷}

اطلاعات و داده‌هایی که سه ویژگی زیر را داشته باشند: **Invalid source specified.**

دسترسی: داده‌های به صورت یکپارچه در فضای اینترنت قابل خواندن و یا دانلود باشند.

قابل استفاده بودن: باید بتوان داده‌ها را تحت قوانین مالکیت معنوی مورد استفاده‌ی مجدد قرار داد.

فراگیر بودن: تمام افراد باید بتوانند داده‌ها را گرفته و استفاده کرده و باز نشر کنند و بعد جهان شمولی آن باید رعایت شود.

اقبال به داده‌های باز هنوز در فرآیند مقدماتی آن است این در حالی است که اطلاعات عظیم دریافت شده از وب سایت‌ها و تراکنش‌های شهروندان و پرونده‌های پزشکی و سنسورهای آب و هوایی و ... می‌توانند سرمایه‌های بالقوه‌ای برای تحقیقات و ابداعات باشند و کارایی و سرعت و دقت انتخاب‌ها را افزایش داده و یک فهمی عمیق‌تر از نیازهای شهروندان را موجب شود. داده‌های ذخیره شده سرمایه‌اند که با بازگشایی قفل آن، کارایی بخش عمومی بیشتر می‌شود و با افزایش شفافیت، سنجش عملکرد را بیشتر کرده و در

نتیجه رشد اقتصادی و مزیت‌های رقابتی افزایش می‌یابند. **Invalid source specified.**

(۲) تکنولوژی موبایل و رایانش ابری^{۳۸}

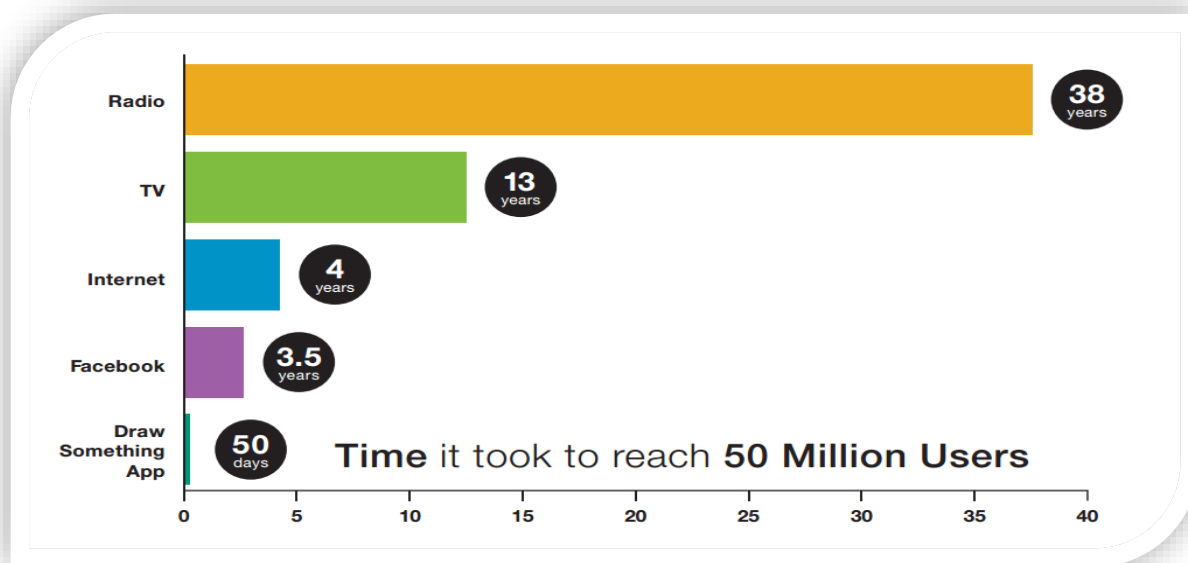
صنعت موبایل یکی از صنایع با رشد سریع صنایع جهان است. هم اکنون (۲۰۱۳) حدود ۹۰ درصد مردم جهان دارای تلفن همراه هستند که ۵۰ درصد آنان از گوشی همراه خود به عنوان اولین ابزار اتصال به اینترنت استفاده می‌کنند. ترکیب تلفن‌های همراه با تکنولوژی رایانش ابری موجب خلق فضایی شده که با در دسترس بودن اطلاعات در هر زمانی می‌توان با چند دکمه‌ی ساده بر روی تلفن همراه از خدمات گسترده‌ی دولتی بهره‌مند شد.

^{۳۷}Open Data

^{۳۸}Cloud Computing

در نمودار زیر زمانی که هر مورد برای رسیدن به ۵۰ میلیون مخاطب زمان برده است مشاهده می‌شود. همان‌طور که مشاهده می‌شود برنامه‌های موبایل در کم‌ترین زمان مخاطب جذب می‌کنند. (Jenkins 2014, 236-237 و Barrenechea)

جدول ۱-۰۰: میزان زمان لازم برای جذب مخاطب توسط رسانه‌های مختلف



حکمرانی مجازی

یکی دیگر از مفاهیم اصلی در این بخش بحث حکمرانی مجازی است. به عبارت دیگر تکنولوژی‌های جدیدی مثل داده‌های عظیم^{۳۹}، برنامه‌های موبایلی، رایانش ابری^{۴۰} موجب تقویت کنترل‌های اجتماعی، استراق سمع و به طور کلی نظارت‌های اجتماعی می‌شود. (Jenkins 2014, 177 و Barrenechea) با بروز این تکنولوژی‌ها و تکنولوژی‌های مورد انتظار آینده، نگرانی اعمال کنترل در فضای مجازی رو به تزاید می‌رود. مقوله‌ی حکمرانی مجازی با نگاهی به آینده به بررسی قوای کنترل کننده‌ی کاربران در فضای مجازی می‌پردازد.

^{۳۹}Big Data

^{۴۰}Cloud Computing

بخش ۳: تجارت الکترونیک

ارتباط بین تجارت و تکنولوژی دیر زمانی است که وجود داشته و ادامه دارد. در واقع، یک پیشرفت تکنیکی باعث رونق تجارت شد و آن هم ساخت کشتی بود. با این پیشرفت، برای اولین بار مرزهای جغرافیایی برای تجارت باز شد و تجارت با سرزمین‌های دیگر آغاز گشته و روشهای خلاقانه‌ای بصورت‌های گوناگون به آن اضافه شد تا امروز که یکی از محبوبترین روشهای تجارت خرید اینترنتی در دنیای وب است.

دسترسی تعداد زیادی از مردم جهان به شبکه جهانی اینترنت و گسترش ارتباطات الکترونیک بین افراد و سازمانهای مختلف از طریق دنیای مجازی، بستری مناسب برای برقراری مراودات تجاری و اقتصادی فراهم کرده است. تجارت الکترونیک عمده‌ترین دستاورد به کارگیری فناوری ارتباطات و اطلاعات در زمینه‌های اقتصادی است.

استفاده از این فناوری موجب توسعه تجارت، تسهیل ارتباطات عوامل اقتصادی، فراهم کردن امکان فعالیت برای بنگاههای کوچک و متوسط، ارتقای بهره‌وری، کاهش هزینه‌ها و صرفه‌جویی در زمان شده است. بر اثر گسترش این فناوری حجم تجارت الکترونیک در جهان روبه‌روز در حال رشد است.

با توجه به تحقیقات صورت گرفته، شرکت Invesp پیش بینی کرده که میزان درآمد های حاصله از تجارت الکترونیک در سالهای آینده رشد چشم‌گیری خواهد داشت، این شرکت با توجه به بهبود زیر ساخت‌ها و کاربران اینترنتی و افزایش خدمات اینترنتی و سایر شرایط موثر، میزان درآمد حاصل از تجارت الکترونیکی جهانی را تا سال ۲۰۱۵ پیش بینی کرده اند. به گفته ی این شرکت، با رشد ۵۰ درصدی، میزان فروش تا سال ۲۰۱۲ به ۸۲۰ میلیارد دلار و با رشد ۱۰۶ درصدی، این میزان تا سال ۲۰۱۵ به ۴۰۱ تریلیون دلار خواهد رسید. که این به نوبه ی خود افق پرامیدی برای تجارت الکترونیکی جهان و رشد اقتصاد جهانی محسوب می باشد.

در این قسمت سعی شده است تجارت الکترونیک به عنوان یک پدیده جدید در اقتصاد بررسی شود برای همین در ابتدا تعدادی از تعاریف موجود در این عرصه آورده شده تا مفهوم شناسی صحیحی انجام گیرد:

تعاریف تجارت الکترونیک

تعریف سازمان تجارت جهانی (WTO) از تجارت الکترونیکی بدین شرح است: «به نظر می رسد تجارت الکترونیکی به معنای تولید، بازاریابی، فروش و تحویل کالاها و خدمات با استفاده از ابزارهای الکترونیکی باشد» (حسنی، علی؛ ابراهیم نبیونی و زینب صمیمی، ۱۳۹۴).

طبق تعریف Treese و Stewart تجارت الکترونیک یعنی «استفاده از اینترنت جهانی جهت خرید و فروش کالاها و خدمات، شامل خدمات پس از فروش» (Treese, G. W. , and Stewart, L. C. ۱۹۹۸). بعضی نیز قائل به تفکیک تجارت الکترونیک و کسب و کار الکترونیک هستند (Hartman, A. ; Sifonis, J. ; Kador, J. ; and Chambers, J. 2000) و (Kalakota, R. 1999). Rhee و Riffins تعریفشان را از تجارت الکترونیک بر این مبنا میگذارند که آیا کاربرد تجارت الکترونیک برای بنگاه، داخلی است یا خارجی، و آیا بنگاه با تکنولوژی ایجاد شده یا تسهیل شده است (Riggins, F. J. , and Rhee, H. S. (October 1998), 88—). از دید آنها، ارتباطاتی که با تکنولوژی بیرونی تسهیل شده اند، تجارت الکترونیک کسب و کار-مصرف کننده (B2B) خواهند بود. Siegel تجارت الکترونیک را به عنوان زیرمجموعه ای از کسب و کار الکترونیک و کاربردی از اینترنت در فعالیت های کاری در اقتصاد می داند (Siegel, D. , 1999).

همچنین تجارت الکترونیک را می توان با توجه به دیدگاه های مختلف تعریف کرد:

- ۱) دیدگاه ارتباطات: تحول در نحوه ارائه و معرفی کالاها و خدمات از طریق به کارگیری وسایل ارتباطی و شبکه های کامپیوتری (دژپسند، ۱۳۸۴).
- ۲) دیدگاه فناوری اطلاعات: آن دسته از کاربردهای فناوری اطلاعات که به صورت سیستمی برای پشتیبانی و پیشرفت جریان کاری و مبادله تجاری ایجاد شده است.
- ۳) دیدگاه خدماتی: ابزاری است که به طور همزمان باعث کاهش هزینه ارائه خدمات و افزایش سرعت و کیفیت انتقال آنها می شود (عزیزی و میرحسینی، ۱۳۸۳).

^۱Definition of electronic commerce: The Work Programme on Electronic Commerce states that: "Exclusively for the purposes of the work programme, and without prejudice to its outcome, the term 'electronic commerce' is understood to mean the production, distribution, marketing, sale or delivery of goods and services by electronic means". Four WTO bodies were charged with the responsibility of carrying out the Work Programme: the Council for Trade in Services; the Council for Trade in Goods; the Council for TRIPS; and the Committee on Trade and Development. The General Council plays a central role and keeps the work programme under continuous review.

(۴) دیدگاه فرآیندی عبارت است از انجام الکترونیکی فرآیندهای کسب و کار از طریق شبکه ها و جایگزینی اطلاعات به جای فرآیندهای فیزیکی (دژپسند، ۱۳۸۴).

این تکنیک در سالهای اخیر رشد بسیاری داشته است و پیش‌بینی می‌شود بیش از این نیز رشد کند. تجارت الکترونیکی به هرگونه معامله‌ای گفته می‌شود که در آن خرید و فروش کالا و یا خدمات از طریق اینترنت صورت پذیرد و به واردات و یا صادرات کالا و یا خدمات منتهی می‌شود. تجارت الکترونیکی معمولاً کاربرد وسیع تری دارد، یعنی نه تنها شامل خرید و فروش از طریق اینترنت است بلکه سایر جنبه‌های فعالیت تجاری، مانند خریداری، صورت برداری از کالاهای، مدیریت تولید و تهیه و توزیع و جابه‌جایی کالاهای و همچنین خدمات پس از فروش را در بر می‌گیرد. البته مفهوم گسترده‌تر تجارت الکترونیک کسب و کار الکترونیک می‌باشد. (قندالی، عباس؛ علی شریفی؛ حسین نظری و مصطفی علیدوستی، ۱۳۹۵)

با توجه به تعاریف فوق، به نظر می‌رسد بتوان تجارت الکترونیک را خرید و فروش کالاهای و خدمات و ارائه خدمات پس از فروش با استفاده از شبکه اینترنت تعریف کرد.

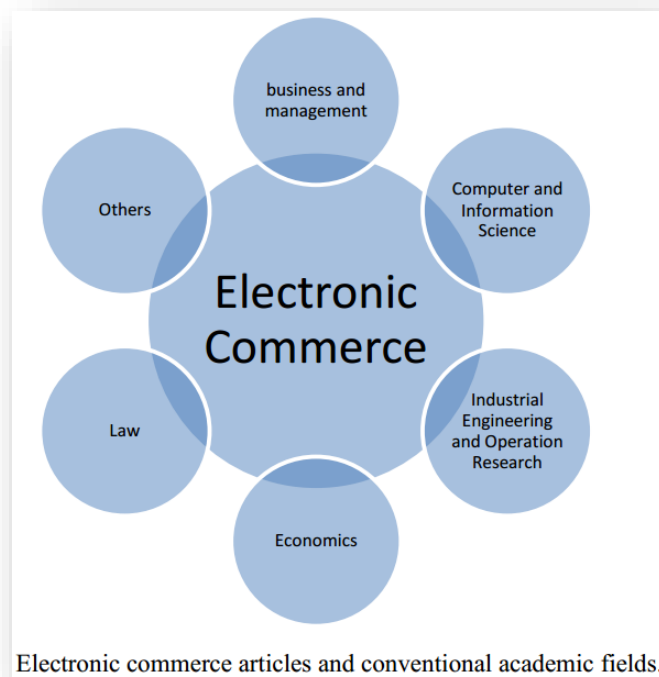
طبقه‌بندی پژوهش‌های تجارت الکترونیک

پژوهش‌های متنوعی تحت عنوان تجارت الکترونیک شکل گرفته است، به همین منظور برای تبیین بهتر این موضوع به انواع این پژوهش‌ها و تاریخچه و بررسی مقطعی آن می‌پردازیم:

تجارت الکترونیک و رشته‌های دانشگاهی متعارف

مقالات در حوزه تجارت الکترونیک تحت هفت دسته قرار می‌گیرند: کسب و کار و مدیریت؛ کامپیوتر و علوم اطلاعات؛ مهندسی صنایع و تحقیق در عملیات؛ مهندسی؛ اقتصاد؛ حقوق؛ و سایر. (شکل ۱-۰).

شکل ۱-۰: حوزه‌های پژوهشی تجارت الکترونیک



همچنین^۳ SCIE مقالات تجارت الکترونیک را متفاوت از SSCI در رشته‌های دانشگاهی متعارف لیست کرده است. نتایج این تحقیقات نشان می‌دهد که بیشتر پژوهش‌های تجارت الکترونیک با محوریت علوم کامپیوتر و اطلاعات بوده است، به طوری که ۹۹.۷۱٪ از مقالات لیست شده در SCIE را شامل می‌شود. دیگر مقالات مربوط به رشته‌های مهندسی صنایع و تحقیق در عملیات، کسب و کار و مدیریت، مهندسی و سایر بوده است. در میان رشته علوم کامپیوتر و اطلاعات، سیستم‌های اطلاعاتی بزرگترین زیر-رشته بوده که شامل ۶۱.۲۹٪ از مقالات تجارت الکترونیک می‌شود، و بعد از آن زیررشته‌های روش شناسی و نظریه پردازی، هوش مصنوعی، تحقیق در عملیات و علوم مدیریت قرار می‌گیرند.

تغییر پژوهش‌های تجارت الکترونیک در دهه گذشته

با بررسی مقالات و پژوهش‌های انجام شده مشخص می‌شود که تعداد مقالات لیست شده در SCIE در سال ۲۰۰۵ به بیشترین حد خود رسید و از سال ۲۰۰۶ الی ۲۰۰۸ کاهش یافت. برعکس، مقالات لیست شده در SSCI به طور پیوسته در دهه گذشته افزایش یافته است. جدول ذیل مقالات SCIE، SSCI، و نرخ تغییرات موجود در هر پایگاه داده را نشان می‌دهد. تعداد مقالات در SSCI به سه برابر یعنی از ۱۲۹ مقاله در ۱۹۹۹ به ۳۶۹ مقاله در

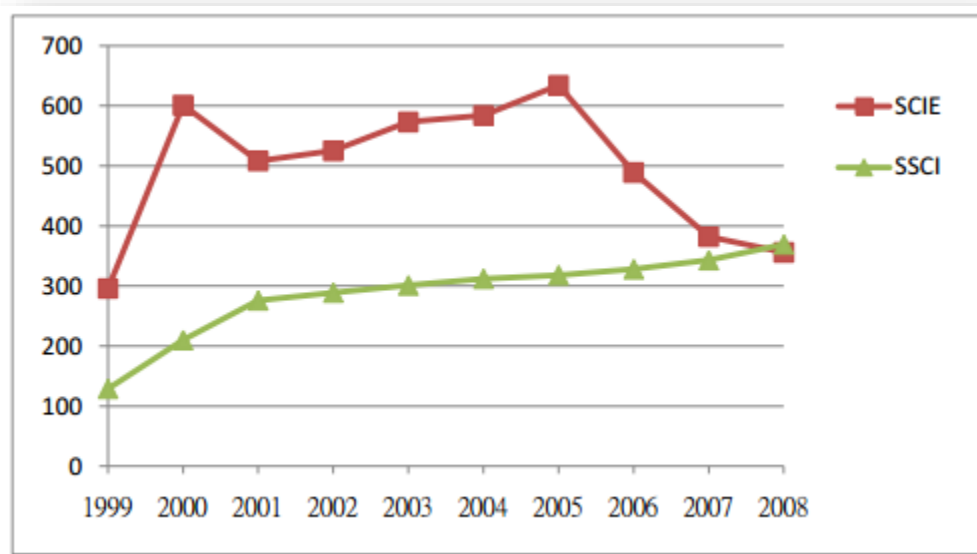
^۳Social Citation Index Expanded

^۴Social Science Citation Index

۲۰۰۸ افزایش یافت؛ همچنین نرخ رشد متوسط برای مقالات تجارت الکترونیک لیست شده در SSCI برابر ۱۳٪ و در SCIE برابر ۶٪ بوده است.

نسبت مقالات SCIE به SSCI از ۲۹۵.۲ به ۹۶۵.۰ کاهش یافته است. این کاهش نرخ نشان می‌دهد که پژوهش‌های تجارت الکترونیک از محوریت فناوری (SCIE) به محوریت مدیریت (SSCI) تغییر یافته است. این کاهش همچنین می‌تواند بیانگر این باشد که فناوری در تجارت الکترونیک به سررسیده و اکنون پژوهشگران بیشتر بر روی مدیریت فعالیت‌های تجارت الکترونیک تمرکز می‌کنند. آمار مربوط به این تغییرات را می‌توان در نمودارهای ذیل مشاهده نمود:

نمودار ۱-۰: نرخ رشد مقالات تجارت الکترونیک



جدول ۱-۰: تعداد مقالات تجارت الکترونیک ثبت شده در SCIE/SSCI

Year	SCIE	SSCI	SCI/SSCI ratio
1999	296	129	2.295
2000	601	210	2.862
2001	508	276	1.841
2002	525	289	1.817
2003	573	301	1.904
2004	584	312	1.872
2005	634	318	1.994
2006	489	328	1.491
2007	382	343	1.114
2008	356	369	0.965
Average Annual Growth Rate	6.55%	13.77%	

بخش ۴: بانک الکترونیک و مجازی

یکی از ابزارهای ضروری برای تحقق و گسترش تجارت الکترونیک و مجازی، وجود سیستم بانکداری الکترونیک است که همگام با سیستم‌های جهانی مالی و پولی عمل و فعالیتهای مربوط به تجارت الکترونیک را تسهیل کند. در حقیقت می‌توان گفت که پیاده‌سازی تجارت الکترونیک، نیازمند تحقق بانکداری الکترونیک است.

به همین دلیل، استفاده از سیستم‌های الکترونیک در موسسات مالی و اعتباری جهان به سرعت رو به گسترش بوده و تعداد استفاده‌کنندگان از خدمات بانکداری الکترونیک روزبه‌روز در حال افزایش هستند. توسعه شگفت‌انگیز فناوری اطلاعات و گسترش آن به بازارهای پولی و بانکی جهان، علاوه بر تسهیل امور مشتریان بانک‌ها، روش‌های جاری بانکداری را متحول و دگرگون ساخته است. با رشد روزافزون معاملات تجارت الکترونیک در سطح جهان و نیاز تجارت به حضور بانک جهت نقل و انتقال منابع مالی، بانکداری الکترونیک به عنوان بخشی تفکیک‌ناپذیر از تجارت الکترونیک و دارای نقشی اساسی در اجرای آن است. به جرأت می‌توان گفت: بدون بانکداری الکترونیک، تجارت الکترونیک نیز محقق نخواهد شد. سرعت توسعه صنعت انفورماتیک، باعث ایجاد تغییرات عمده‌ای در شکل پول و سیستم‌های انتقال منابع در عرصه بانکداری گردیده و مفاهیم جدیدی را به عنوان پول الکترونیک و انتقال الکترونیکی آن ارائه نموده‌است. این دو مفهوم ایجادکننده نوع جدیدی از بانکداری، تحت عنوان «بانکداری الکترونیک» می‌باشند. با گسترش شبکه اینترنت و قابل دسترسی بودن برای همگان، شیوه عرضه خدمات در بانک‌ها متحول شده و این تحولات زمینه پدیده‌هایی مانند موبایل بانکینگ^۱، اینترنت بانکینگ^۲، سایبر بانکینگ^۳ و... گردیده است.

براساس گزارش تحقیقاتی موسسه Data Monitor از مراکز برجسته تجزیه و تحلیل اطلاعات بانکداری در اروپا آمار استفاده‌کنندگان از سیستم‌های بانکداری الکترونیک در هشت کشور فرانسه، آلمان، ایتالیا، هلند، اسپانیا، سوئد، سوئیس و انگلیس از ۴/۵ میلیون نفر در سال ۱۹۹۹ به حدود ۲۲ میلیون نفر در سال ۲۰۰۴ رسیده است. در سال ۲۰۰۵ بیش از ۷۵ درصد شرکتهای فعال در کشورهای توسعه‌یافته حد اقل از یکی از خدمات بانکداری الکترونیک استفاده می‌کنند. این روند برای بانک‌ها هم یک فرصت و هم یک تهدید بشمار می‌آید. لذا باتوجه به اهمیت این موضوع در ادامه به تبیین تعاریف و مفاهیم مرتبط در این حوزه پرداخته می‌شود:

^۱Mobile banking

^۲Internet banking

^۳Cyber banking

بانکداری الکترونیک

«بانکداری الکترونیک، اساساً به فراهم آوردن امکان دسترسی مشتریان به خدمات بانکی با استفاده از واسطه‌های ایمن و بدون حضور فیزیکی اطلاق می‌شود»^۴

بنابر تعریف دیگری، «بانکداری الکترونیک به ایجاد محصولات و خدمات با بهای کم از طریق کانالهای الکترونیکی اطلاق می‌شود. این محصولات و خدمات می‌تواند شامل صدور صورتحساب، دادن وام، مدیریت سپرده‌ها، پرداخت‌های الکترونیکی و ایجاد محصولات و خدمات پرداخت‌های الکترونیکی، همانند پول الکترونیکی باشند»^۵.

اگر بخواهیم تعریف کلی از بانکداری الکترونیک داشته باشیم می‌توان چنین بیان کرد که بانکداری الکترونیک عبارت است از:

"ارائه خدمات بانکی از طریق یک شبکه رایانه‌ای عمومی قابل دسترس (اینترنت یا اینترنت) که از امنیت بالایی برخوردار باشد."

برای بانکداری الکترونیکی، تعاریف دیگری نیز ارائه شده است که به چند مورد از آنها اشاره می‌شود:

- (۱) انجام عملیات بانکی و ارائه خدمات بانکی از طریق شبکه‌های الکترونیکی^۶
- (۲) استفاده مشتریان از اینترنت برای ساماندهی، آزمایش و یا انجام تغییرات در حساب‌های بانکی خود و یا سرمایه‌گذاری و ارائه عملیات و سرویس‌های بانکی^۷
- (۳) استفاده از تکنولوژی پیشرفته شبکه‌ها و مخابرات برای انتقال منابع به صورت الکترونیکی بدون نیاز به حضور فیزیکی در بانک^۸

^۴ کهنزادی، ۱۳۸۲

^۵ Balse Committee, 1998

^۶ پنا‌تور ۵۰۱۲/۱۰۰۲

^۷ سیدجوادین و سقطچی ۵۸۳۱/۳۴

^۸ بیشش ۷۸۳۱/۳۲

انواع بانکداری الکترونیک

بطور کلی می‌توان بانکداری الکترونیک را به انواع ذیل تقسیم‌بندی نمود:

(۱) بانکداری خانگی

بانکداری خانگی عبارت است از انجام تقریباً کلیه عملیات بانکی از طریق رایانه‌های شخصی موجود در منازل و با استفاده از خطوط مخابرات.

(۲) بانکداری از راه دور

شتاب در رشد بانکداری از راه دور، از سالهای ۱۹۸۰ به بعد، با استفاده از تلفن‌های همراه در دنیا آغاز شد. این رشد در حقیقت با گسترش شبکه‌های بی‌سیم و تلفن‌های همراه و قابلیت وصل شدن تلفن‌های همراه به اینترنت موجب گردید تا مشتریان بانکها از هر نقطه‌ای امکان دسترسی به حسابهای خود در بانک را داشته باشند و بتوانند عملیات بانکی خود را انجام دهند و پدیده جدیدی بنام بانکداری از راه دور را بوجود آورند.

(۳) بانکداری اینترنتی

(۴) بانکداری اینترنتی را می‌توان به معنی انجام کلیه عملیات بانکی از طریق وب سایت ایجاد شده توسط بانک در اینترنت دانست. این نوع از بانکداری حالت عام دارد و شامل تمامی موارد توضیح داده شده در قبل، از جمله بانکداری از راه دور و بانکداری خانگی نیز می‌باشد.^۱

(۵) تلفن بانک

در حال حاضر بانکها با نصب بردهای الکترونیکی تلفن بانک بر روی رایانه‌های مرکزی شبکه‌های داخلی و شبکه‌های متمرکز، امکان پاسخگویی خودکار به مشتریان را فراهم کرده‌اند. مشتریان از طریق ایجاد ارتباط تلفنی با تلفن بانک، امکان دریافت صورتحساب و آگاهی از موجودی حساب خود را دارند.

^۱Centralbank, 2002

^۱Furst, 2000

خدمات بانکداری الکترونیک

انواع خدمات اصلی بانکداری الکترونیک عبارتند از:

۱- دستگاه خودپرداز

۲- انتقال منابع الکترونیکی از نقطه فروش^۱

۳- خدمات از راه دور

۴- کارتهای هوشمند

دستگاه خودپرداز

خودپرداز، ماشین خودکاری است که از طریق آن می‌توان خدمات بانکی را به مشتریان ارائه داد. این خدمات عبارتند از:

۱- دریافت پول

۲- دریافت مانده حساب

۳- ارائه خدمات در زمینه انواع سپرده

۴- دستور پرداخت به حساب سایر سازمانها و ارگانها(حواله)و دریافت صورتحسابها

منابع الکترونیکی از نقطه فروش

EFTPOS، یک روش پرداخت الکترونیکی است که شامل پرداخت بهای کالا و خدمات و سپس بدهکار کردن الکترونیکی حساب مشتری می‌باشد. ایده EFTPOS برای اولین بار در اوائل دهه ۱۹۸۰ ارائه شد. مهمترین EFTPOS شامل موارد ذیل می‌باشد:

مشتریان با استفاده از این کارت با آسودگی و با سرعت خریدشان را انجام می‌دهند و نیاز به حمل پول ندارند.

فروشنده می‌تواند خدمات خود به مشتریان را از این طریق گسترش دهد و مشکلات موجود در ارتباط با وجوه نقد نیز کاهش می‌یابد(مثل حمل پول و سرقت)

^۱EFTPOS

بانک علاوه بر پاسخگویی به درخواست مشتریان، متعاقبا موجب افزایش حجم سپرده‌های خود نیز می‌شود.^{۱۲}

خدمات از راه دور

بطور کلی می‌توان سه نوع مهم خدمات از راه دور را نام برد که عبارتند از:

- (۱) استفاده از فناوری سیستم‌های پاسخگوی خودکار که در آن مشتریان از تلفن مجهز به سیستم تن استفاده می‌کند و با وارد نمودن اعدادی، خدماتی به آنان ارائه می‌شود.
- (۲) نوع دوم از خدمات از راه دور به این صورت می‌باشد که از یک اپراتور جهت پاسخگویی استفاده می‌شود، نه از سیستم‌های پاسخگوی الکترونیکی گاهی دیده شده است که در برخی موارد در کنار یک سیستم پاسخگوی خودکار از یک اپراتور نیز برای برخی تبادلات روزمره استفاده شده است.
- (۳) نوع سوم خدمات بانکداری از راه دور برپایه رایانه‌های شخصی می‌باشد. در اینجا رایانه شخصی بعنوان رابطی عمل می‌کند که اطلاعات دریافت شده توسط تلفن را پردازش می‌کند.

کارت‌های هوشمند

کارت هوشمند دارای یک مدار الکترونیکی به شکل تراشه می‌باشد که جهت نقل و انتقال، ذخیره‌سازی و پردازش اطلاعات بکار می‌رود. انتقال اطلاعات می‌تواند یا بوسیله اتصالاتی که بر روی سطح کارت وجود دارد و یا بدون اتصال و از طریق میدانهای الکترومغناطیسی انجام شود. کارت‌های هوشمند نسبت به کارت‌های مغناطیسی از حجم ذخیره‌سازی بیشتری برخوردار هستند، بطوریکه دارای مدارهایی با بیش از ۲۰ کیلوبایت حافظه هستند و انتظار می‌رود این رقم در نسل‌های جدیدتر تراشه‌ها چند برابر شود.

انتقال اطلاعات مالی بین بانکی (SWIFT)

یکی دیگر از مسائل مهم در بانکداری الکترونیک سیستم انتقال اطلاعات مالی بین بانکی است. سیستم سوئیفت جهت ارسال و دریافت هرگونه پیام ارزی در بین واحدهای ارزی بانکهای داخل کشور و بانکهای خارج از کشور مورد استفاده قرار می‌گیرد. در حال حاضر تمام بانکهای داخلی ایران از طریق خطوط Leased و یا ماهواره به یک مرکز به نام SAP در بانک مرکزی متصل گردیده و از طریق سیستم ماهواره‌ای پیامها را برای بانکهای مورد نظر ارسال می‌نمایند. این سیستم جهت سرعت بخشیدن به انجام معاملات ارز و جلب رضایت مشتریان و همچنین هماهنگی تمام عملیات ارزی در سطح جهانی با استفاده از یک نرم‌افزار استاندارد مورد توجه واقع گردیده‌است. مزایای سوئیفت عبارتند از:

- (۱) استاندارد
- (۲) قابلیت اطمینان
- (۳) امنیت
- (۴) سرعت

بخش ۵: پول دیجیتال (الکترونیک و مجازی)

یکی دیگر از موضوعات بسیار مهم در اقتصاد بحث پول است که در این بخش مهم‌ترین موضوعات این حوزه مورد بررسی قرار می‌گیرد. در این راستا باید گفت که مطالعه سیر تاریخی شکل‌گیری پول یکی از الزامات شناخت پول مجازی می‌باشد. زیرا می‌توان دسته‌بندی پول از ابتدای شکل‌گیری آن تا به امروز را استخراج کرد و طبق آن بتوان تعریف درستی از پول مجازی ارائه داد.

انواع پول

دسته‌بندی‌ای که در مورد انواع پول تعریف می‌شود به شرح زیر است:

کالا، واسطه مبادله^۱

همانطور که اشاره شد در جوامع نخستین تحصیل انواع کالاهای تولید شده جهت مصرف صرفاً از طریق تعویض و مبادله دو کالا امکان‌پذیر بود و این مبادله مشکلات بسیاری به همراه داشت از جمله:

- (۱) امکان تعیین ارزش کالا براساس قبول واحد معینی که مورد تایید طرفین معامله باشد نبود.
- (۲) یافتن طرفین مبادله دو کالا (گوسفند و گندم) که هر دو نیاز به کالاهای عرضه شده طرف دیگر داشته و آماده مبادله باشند چندان آسان نبود.

بشر در ابتدا برای حل چنین مشکلاتی اشیاء یا کالاهایی را به عنوان واسطه مبادلات به جهت سهولت داد و ستد انتخاب کرد و انتخاب آن بستگی به نوع و فراوانی آن‌ش‌ء یا کالای واسطه در آن محدوده یا شهر داشت مثل صدف در سواحل دریا و گوسفند و گاو در نواحی کوهستانی و معتدل.

مسکوک فلزی

تنوع تولید و لزوم رفع نیاز بشر از تولیدات مختلف در سیر گسترش اقتصاد کشورها موجب پیدایش دو کالای اقتصادی با ثبات ارزش نسبی که مورد قبول عامه باشد گردید و این دو کالای فلزی طلا و نقره بود. پس از آنکه فلزات قیمتی (طلا و نقره) کشف شد و مزایا و وجوه تمایز آنها نسبت به کالاهای دیگر به ویژه فلزاتی مثل آهن و مس و مفرغ شناخته شد، جایگزین وسایل مبادلاتی قبلی که فاقد خصوصیات فیزیکی طلا و نقره (و فور تولید بودند) شدند و به عنوان "پول" مورد استفاده قرار گرفتند. با گذشت زمان مسئولان امور در جوامع مختلف برای رونق داد و ستد و توسعه تجارت نسبت به ضرب سکه‌های طلا و نقره اقدام نمودند. برای انجام این کار، شمش‌های طلا و

نفره را به سکه‌های کوچک و متنوع تبدیل و سپس آنها را به مهر خود مهور و در قلمرو جغرافیایی خویش رایج ساختند.

بطوریکه مورخان می‌گویند اختراع سکه از سده هفتم پیش از میلاد مسیح در کشور لیدی پا گرفته، ولی در اکتشافاتی که اخیراً در کشور هندوستان شده مسکوکاتی بدست آمده که ظاهراً مربوط به پنج هزار سال قبل است (سه هزار سال پیش از میلاد). هرودوت "مورخ سده پنجم قبل از میلاد مسیح می‌نویسد: "در میان مردم و ملت‌هایی که ما می‌شناسیم مردمان لیدی نخستین کسانی هستند که برای مصرف خود از زر و سیم سکه زدند."

پول کاغذی

همزمان با نقشی که پول فلزی در بازارهای مختلف مبادلات و معاملات پیدا کرد کار داد و ستد و تجارت را توسعه بخشید و موجب گسترش حرفه صرافی شد. صاحبان این حرف واسطه عملیات پولی بین تجار در داخل و خارج از کشور بودند که عملکردشان مقدمه نشر پول کاغذی و تشکیل بانک‌های امروزی گردید.

نشر پول کاغذی در دوران پیشین به صور مختلف وجود داشته که در زمانها و مکانهای گوناگون دارای نقش و وظایف محدود و خاصی بوده است. مثلاً در روم قبل از میلاد، صرافها اسناد کاغذی (دست نوشته‌هایی) در اختیار مشتریان خود می‌گذاشتند یا به اشخاصی که مسکوکات (فلزات قیمتی) خود را پیش آنها به امانت می‌گذاشتند، سندی به عنوان "قبض رسید" می‌دادند. این اسناد که به همین عنوان "قبض رسید" معروف بودند، به اعتبار صراف صادرکننده در بازار دست به دست می‌گشتند و عملاً وظایف پول مسکوک و رایج آن زمان را انجام می‌دادند.

این رویه پایه‌گذار سیستم پول کاغذی به اسکناس شد که از بدو انتشار رابطه ثابتی بین ارزش اسکناس معاملاتی با طلا و نقره برقرار ساخت و قانونمند گردید و از قرن نوزدهم، در چارچوب مقررات و قوانین پولی و بانکی هر کشور و تحت عنوان پول قانونی، رایج و در اقتصاد و سرمایه‌داری متداول و مطرح شد.

پول دیجیتال

بر اساس مطالعات می‌توان پول دیجیتال را به دو بخش پول الکترونیکی و مجازی تقسیم نمود که در ادامه به بررسی هر دو نوع می‌پردازیم. لازم به ذکر است که در این تحقیق ضمن ارائه تعریف برای هر دو نوع پول مطرح شده، سعی شده تا به ابعاد و ویژگی‌های پول مجازی بیشتر پرداخته شود:

پول الکترونیکی

با توجه به پیشرفت روزافزون فناوری اطلاعات و ارتباطات و توجه به این پیشرفت‌ها در بخش پول و بانکداری، پول الکترونیکی از اواسط دهه ۱۹۹۰ شروع به انتشار کرد. پول الکترونیکی، ارزش پول واحدهای پول منتشره از سوی دولت یا بخش خصوصی است که به شکل الکترونیکی بر روی یک وسیله الکترونیکی ذخیره شده است. نشر گسترده پول الکترونیکی آثار تجاری، اقتصادی، سیاسی و اجتماعی قابل توجهی دارد. مهم‌ترین اثر گسترش استفاده از پول الکترونیکی بر عرضه پول، سیاست‌های پولی و بانک مرکزی اختصاص دارد و در ادامه با توسعه بازارهای پول، سرمایه، کار و کالا ایجاد نسل‌های جدید اقتصادی را هدف‌گذاری کرده است.^۲

تعریف

در مورد تعریف پول الکترونیکی باید گفت که کمیسیون اروپا، پول الکترونیکی را در پیش نویس بخشنامه خویش به شرح ذیل بیان می‌کند: «۱- این پول به صورت الکترونیکی بر روی ابزارهای الکترونیکی نظیر کارت های تراشه دار یا حافظه رایانه ذخیره می‌شود. از سایر موسسات، به غیر از موسسه منتشر کننده آن، بوسیله پرداخت پذیرفته می‌شود. ۲- به منظور استفاده کاربران، به عنوان جایگزین الکترونیکی مسکوکات و اسکناس. ۳- برای اجرای انتقال الکترونیکی پرداخت های اندک تولید می‌شود».

همچنین هیئت مشاوره مصرف‌کننده بانک فدرال رزرو آمریکا پول الکترونیکی را به شرح ذیل توصیف می‌کند: «این پول به طریق الکترونیکی منتقل و به صورت کارت هوشمند و به عبارت دیگر کارت حاوی ارزش ذخیره شده یا کیف پول الکترونیکی، حمل می‌گردد و در پایانه های فروش و بدون مداخله نهاد بیرونی، در معامله مستقیم شخص با شخص، مورد استفاده قرار می‌گیرد».

تعاریف دیگر به شرح ذیل است:

- (۱) بانک مرکزی اروپا^۱ پول الکترونیکی را ارزش پولی ذخیره شده الکترونیکی روی یک ابزار فنی (کارت، نرم‌افزار و...) جهت عمل پرداخت تعریف می‌کند.
- (۲) کروگر^۲ از پول الکترونیکی به عنوان جانشین الکترونیکی پول نقد نام برده است.

^۱http://iranhoshdar.ir/Default.aspx?PageName=News&Action=Subjects_Details&ID=3633

^۲European Central Bank(ECB)(۱۹۹۸)

^{*}Krueger(۲۰۰۱)

(۳) تعریف کامل تر پول الکترونیکی به صورت "بیت‌های موجود در حافظه رایانه که دارای ارزشی برابر با ارزش نقد" ^۵ است.

به تعبیر دیگر می‌توان گفت پول الکترونیکی نوعی پول است که می‌تواند در هروسیله پرداخت الکترونیکی-به هرجنس، ابزار و یا سیستم-که عمل پرداخت را با انتقال اطلاعات ذخیره‌شده الکترونیکی انجام می‌دهد، به کار برده شود. ^۶

آنچه که تا به حال در تعریف پول الکترونیکی مورد توجه قرار نگرفته، این موضوع است که پول الکترونیکی فناوری‌ای است که می‌تواند در یک کارت یا یک نرم‌افزار یا در هروسیله و ابزار دیگر مانند گوشی‌های همراه قرار بگیرد. برای مثال کارت‌های ذخیره ارزش یا کیف الکترونیکی از جمله ابزار پرداختی هستند که در آنها از فناوری پول الکترونیکی استفاده شده است.

انواع پول‌های الکترونیک^۷

(۱) پول الکترونیکی شناسایی شده: این نوع حاوی اطلاعات درباره هویت مالک آن‌ها و هویت دارنده قابل شناسایی است.

(۲) پول الکترونیکی غیر قابل شناسایی: این نوع پول دیجیتالی، خصوصیت مخفی بودن هویت فرد دارنده اش را در بر دارد و از این لحاظ، درست مانند پول کاغذی سنتی است. طبق تقسیم بندی بالا پول الکترونیکی در میدان عمل به گونه‌های زیر درآمده است؛

(۳) کارتهای هوشمند پیش‌پرداخت^۸

در این کارتهای، ارزش نقدی روی یک قطعه الکترونیک که در کارت پنهان شده است، ذخیره می‌شود.

(۴) پول ذخیره شده در رایانه

در این گونه از پول الکترونیک، ارزش پولی و نقدینه روی رایانه‌های شخصی ذخیره می‌شود تا دارنده پول بتواند به هنگام نیاز از راه شبکه اینترنت آن را خرج کند.

^۵ جلیلی و آبادی ۱۳۷۹

^۶ Fullenkamp and Nsouli (2004)

^۷ <http://www.ireconomy.ir/fa/page/14560/html> +نگاهی به +تفاوت +پول +دیجیتال +و +پول +مجازی

^۸ Prepaid cards

(۵) چک الکترونیک^۹

چک الکترونیک ابزاری است که پرداختها را به‌گونه‌ی دیجیتالی و با مبادله‌ی چک از راه شبکه‌ی اینترنت یا شبکه‌های محلی انجام می‌دهد. چک الکترونیک جایگزینی برای چکهای فیزیکی است.

تقاضا و عرضه پول الکترونیکی

مزایای پول الکترونیکی باعث گسترش و جایگزینی تدریجی آن به جای پول متعارف شده است. استقبال از روشهای پرداخت الکترونیکی نشانگر حرکت از سیستم‌های پرداخت گران به سیستمهای کارآتر و ارزان‌تر است. نتیجه این امر، کاهش تقاضا برای پول متعارف است.

تأثیر پول الکترونیکی بر عرضه پول و تأثیرگذاری سیاست پولی بانک مرکزی منجر به پایین نگهداشتن تورم، و حفظ رشد اقتصادی نزدیک به نرخ پایدار، که اهداف اصلی بانک مرکزی است، می‌شود. بانک مرکزی، سیاست پولی خود را از طریق بازار تسویه بین بانکی انجام می‌دهد، و هدایتگر بازار تسویه بین بانکی، و تنها عرضه‌کننده نقدینگی در آن است. سیاستگذاران پولی با تعیین نرخ بهره در این بازار، بر سایر نرخهای بهره و در نهایت، بر تولید و قیمتها در اقتصاد تأثیر می‌گذارند.

ذخیره ارزش

پول الکترونیکی جایگزینی برای سکه‌ها و اسکناس‌ها است که به صورت الکترونیکی از آن استفاده می‌شود و یک مکانیسم پرداخت ارزش ذخیره شده است که در آن مقداری از وجوه یا ارزش که برای مصرف‌کننده قابل استفاده است، در یک وسیله و قطعه الکترونیکی ذخیره شده است.

کیف پول الکترونیکی

تعریف: یکی از تعریف‌هایی که برای کیف پول الکترونیکی ارائه شده است به شرح ذیل می‌باشد:

پول الکترونیکی عبارت از ارزش پول الکترونیکی ذخیره‌شده بر روی یک ابزار فنی است. این ابزار، یک کارت کوچک، دیسک سخت یا ابزار دیگری مانند یک تراشه در ساعت مچی یا اتومبیل می‌تواند باشد. عمل این ابزار پولی درست مانند پول نقد است. تفاوت اساسی ابزار فوق از نظر قانونی با سایر ابزارهای واسطه مانند چک، کارت‌های اعتباری و کارت‌های بدهی در این است که فقط به عهده ناشر است.

^۹Electronic cheque

پرداخت کننده پول، تعهدی در مقابل دریافت کننده یا گیرنده پول الکترونیکی ندارد بلکه ناشر یا ناشران پول الکترونیکی متعهد پرداخت هستند.^{۱۰}

بانک مرکزی اروپا نیز کیف پول الکترونیکی را به صورت زیر تعریف می کند:

کیف پول الکترونیکی ذخیره ارزش پولی روی یک ابزار الکترونیکی است که بدون اینکه الزامات حسابهای بانکی در این نقل و انتقالات درگیر شود، برای پرداخت کردن تعهدات به کار گرفته می شود.^{۱۱}

نهاد خدمات مالی انگلستان^{۱۲} (FSA) که از آوریل ۲۰۰۲ در انگلستان مسؤول کنترل و نظارت ناشران پول الکترونیکی شده است، با عنایت به ویژگی های کیف پول الکترونیکی تعریف زیر را از کیف پول الکترونیکی ارائه داده است:

کیف پول الکترونیکی نوعی ارزش پولی است که دارای ویژگی های زیر است:^{۱۳} - ارزش ذخیره شده در آن از پیش پرداخت شده است. ۲- ارزش اعتباری روی یک ابزار الکترونیکی مانند یک کارت پلاستیکی با یک ریز کامپیوتر یا نوار مغناطیسی یا روی یک کامپیوتر ذخیره شده است. ۳- به عنوان یک وسیله پرداخت توسط اشخاصی غیر از ناشر پذیرفته می شود. ۴- همانند اسکناس و سکه، کیف پول الکترونیکی می تواند برای خرید کالاها و خدمات در فروشگاه ها و سوپر مارکت ها و مراکز خرید و خدماتی که مجهز به دستگاه کارت خوان باشند، به عنوان وسیله پرداخت مورد استفاده قرار گیرد. همچنین برای خرید از طریق اینترنت یا تلفن قابل استفاده است.

بر خلاف کارت های بدهی، برای داشتن کیف پول الکترونیکی اغلب نیازی به داشتن حساب بانکی نیست. کیف پول الکترونیکی می تواند با نام یا بی نام باشد. در نوع بی نام آن، گم کردن کیف الکترونیکی همانند گم کردن پول نقد است. کیف های پول الکترونیکی به عنوان کارت های پیش پرداخته نیز معروف هستند. یک نمونه از کیف پول الکترونیکی موفق، **اکتاپوس کارت** است که در هنگ کنگ رواج دارد. در اروپا نیز طرح های کیف پول

^{۱۰}Why e-money still fails, chances of e-money within a competitive payment instrument market; Hugo Godschalk and Malte Krueger; Paper prepared for the Third Berlin Internet Economics Workshop; Berlin; May 26-27, 2000 (به نقل از کشتکار).

^{۱۱}Implications for Monetary Policy of the Development of Electronic Money: a Review of Recent Debate, Jean-Stephane MESONNIER, Economic Analysis and Research Directorate, Monetary and Financial Policy Analysis Division, BANQUE DE FRANCE BULLETIN DIGEST- No. 92 -AUGUST ۲۰۰۱, ۲۴. (به نقل از کشتکار).

^{۱۲}The Financial Services Authority

^{۱۳}Payment Systems Team, OFT, 19 MAY. 2004, p 101. (به نقل از کشتکار)

الکترونیکی در سطوح متفاوتی از توسعه قرار دارند، موفق‌ترین آنها، کیف پول الکترونیکی **پرتون** است که به‌طور وسیعی در بلژیک و هلند به کار گرفته می‌شود. در آلمان نیز کیف پول الکترونیکی **گلدکارت** به‌طور وسیع مورد استفاده قرار می‌گیرد. در آمریکا نیز انواع کارت‌های پیش پرداخته یا کیف پول الکترونیکی رایج است، از جمله: کارت مسافرتی، کارت نوجوانان، کارت حقوق و کارت هدیه.^{۱۴}

کیف‌های پول الکترونیکی یا کارت‌های پیش پرداخته با کارت‌های اعتباری که ارزش لازم (وجه) را از یک خط اعتباری می‌گیرند و کارت‌های بدهی که ارزش لازم (وجه) را از یک حساب جاری می‌گیرند، تفاوت دارند. ارزش کیف پول الکترونیکی از وجهی است که قبلاً به منظور استفاده از کارت به ناشر آن پرداخت شده است.^{۱۵}

تاریخچه کیف پول الکترونیکی

تاریخچه خلق پول الکترونیک یا کیف پول الکترونیکی به نیمه دوم دهه هشتاد در ژاپن برمی‌گردد. در آن زمان در این کشور پول الکترونیکی به عنوان کارت‌های کوچک پیش پرداخت در شرکت‌های مخابراتی، شرکت‌های حمل‌ونقل، راه‌آهن و خرده‌فروشی‌ها به کار گرفته شد. از ۱۹۸۷ نیز سرمایه‌گذاری مشترک بین شرکت‌های غیربانکی با پذیرش شعبه‌های چندگانه به منظور انتشار کارت‌های پیش‌پرداخت عمومی، تحت عنوان یوکار (U-Card) بوجود آمد. برخی از بانکها نیز بدون داشتن هیچ نقش ابتکاری یا رهبری به طرح فوق پیوستند. از دلایل اصلی شرکت‌های غیر بانکی برای انتشار کارت‌های فوق، جایگزینی کارت‌ها به جای پول نقد، ارائه تخفیف و جلب مشتری بود.^{۱۶}

در سال ۱۹۹۰ توسط وزارت مالیه و بانک مرکزی ژاپن کمیته‌ای تحقیقی درخصوص پول الکترونیکی تشکیل و مقرراتی در خصوص انتشار کارت‌های پیش پرداخت تدوین شد. در قانون جدید، لزوم نظارت بر ناشران پول یا کیف پول الکترونیکی، ثبت ناشران، ارائه گزارش‌های منظم و نیازهای سرمایه‌ای آنها مورد نظر قرار گرفت. همچنین براساس قانون فوق، برای انتشار پول الکترونیکی لزومی به داشتن جواز بانک نبود.^{۱۷}

در نیمه دوم قرن بیستم، همان تحولات در مورد پول الکترونیکی در اروپا شروع شد. در اروپا نیز مؤسسات غیر بانکی تجربه پول الکترونیکی مبتنی بر تکنولوژی ریزکارت^{۱۸} را با گسترش مکان‌های پذیرش کارت‌های فوق

^{۱۴} کشتکار، مریم؛ کیف پول الکترونیکی، ابزاری نوین در خدمت اقتصاد؛ تازه‌های اقتصاد؛ بهار ۱۳۸۶؛ شماره ۱۱۵؛ ص ۵۳

^{۱۵} کشتکار، مریم؛ پیشین؛ ص ۵۳

^{۱۶} کشتکار، مریم؛ پیشین؛ ص ۵۲

^{۱۷} کشتکار، مریم؛ پیشین؛ ص ۵۲

آغاز کردند. در اروپا نیز مؤسسات غیربانکی از پیشگامان برنامه‌های ریز کارت‌های پرداخت بودند و هنوز نیز پیشگام هستند. از اواسط دهه جاری نیز دو نوع پول الکترونیکی دیگر ظهور پیدا کرد. یکی از آنها پول الکترونیکی مبتنی بر نرم‌افزار است که توسط دیود چام^{۱۹} ابداع و تحت عنوان پول نقد الکترونیکی^{۲۰} مشهور است. شرکت Digicash متعلق به وی، کارت‌هایی با همین نام برای استفاده بیش از ده هزار کاربر اینترنتی طراحی کرد. علاوه بر این، کارت‌های الکترونیکی بی‌نام توسط مؤسسات غیربانکی، بدون قابلیت نقد شدن به پول رسمی، بوجود آمدند و منتشر شدند. پیشگام بعدی Mondex در انگلستان بود که کیف پول الکترونیکی امروزی را ابداع کرد. ابزار فوق همان پول نقد الکترونیکی بود که بر روی یک ریزکارتی قرار داشت که انجام پرداخت بین دارندگان کارت‌ها را بدون نیاز به تسویه به پول رسمی بین بانکها، امکان‌پذیر می‌کرد.^{۲۱}

انواع کیف پول الکترونیکی

کارت‌های پیش‌پرداخته یا کیف پول الکترونیکی به‌طور کلی چهار نوع متفاوت هستند:^{۲۲}

کارت‌های پیش‌پرداخته بسته: کارت‌هایی بی‌نام هستند که از یک فروشگاه یا یک فروشگاه زنجیره‌ای خریداری می‌شود و در همان فروشگاه امکان خرید با آن کارت وجود دارد. این کارت‌ها در آمریکا رواج زیادی دارد. در ایران کارت‌هایی که برای استفاده از مترو کاربرد دارد از نوع کارت‌های پیش‌پرداخته است. ارزش این کارت‌ها معمولاً میزان ثابتی است. این نوع کارت‌ها اغلب قابلیت شارژ مجدد ندارند. فروشندگان این کارت‌ها معمولاً برای جذاب کردن آنها و توسعه استفاده آنها توسط افراد، درصدی کوچک تخفیف به مشتری می‌دهند. این کارت‌ها برای فروشندگان نیز با صرفه است چون قبل از اینکه مشتری، تمامی خرید خود را انجام داده باشد، پول خود را دریافت کرده‌اند.

کارت‌های پیش‌پرداخته نیمه‌بسته: برخلاف کارت‌های از نوع بسته که توسط یک فروشنده واحد انتشار می‌یابد و توسط همان فروشنده نیز بازخرید می‌شود؛ کارت‌های پیش‌پرداخته نیمه‌بسته توسط طرف سومی (بانک‌ها و انتقال دهندگان پول) انتشار می‌یابند و توسط فروشندگان متعدد قابل بازخرید هستند. این کارت‌ها همانند کارت‌های اعتباری دارای یک نوار مغناطیسی در پشت کارت هستند و روی کارت نیز نشان

^{۱۹}David chaum

^{۲۰}e-cash

کشتکار، مریم؛ پیشین؛ ص ۵۲

^{۲۱}Furletti, M. P0repaid Card Markets and Regulation. Federal Reserve Bank Report (Philadelphia: Feb.

(به نقل از کشتکار) (۲۰۰۴)

یا لگوی مؤسسه ناشر (ویزا، مستر، دیسکاور یا امریکن اکسپرس) مشخص است. این نوع کارت‌ها نیز بی‌نام بوده و قابل شارژ مجدد نیستند. فرایند تسویه معاملات با استفاده از کارت‌های پیش پرداخته، مشابه فرایند تسویه کارت‌های بدهی است.

کارت‌های پیش‌پرداخته نیمه‌باز: این کارت‌ها بسیار شبیه به کارت‌های نیمه‌بسته هستند. تفاوت اساسی بین کارت‌های پیش‌پرداخته نیمه‌بسته با نیمه‌باز در گستره پذیرش آنها توسط فروشندگان است. به این معنی که کارت نیمه‌بسته توسط تعداد بسیار کمی از فروشندگان پذیرفته می‌شود، در حالیکه کارت‌ای نیمه‌باز در فروشگاه‌های متعددی پذیرفته می‌شود (در آمریکا برای مثال کارت‌های هدیه‌ی مستر و امریکن اکسپرس از نوع نیمه‌باز هستند). کارت‌های نیمه‌باز قابلیت شارژ مجدد نیز دارند. کارت‌های پیش‌پرداخته نیمه‌باز برای دریافت پول نقد از ماشین‌های خودپرداز قابلیت ندارند.

کارت‌های پیش‌پرداخته باز: این کارت‌های شبیه کارت‌های پیش‌پرداخته نیمه‌باز هستند با این تفاوت که دارای قابلیت دریافت پول نقد از ماشین‌های خودپرداز نیز هستند (در آمریکا این کارت‌ها شامل کارت حقوق و کارت مسافرتی و کارت نوجوانان است). در کارت‌های با سیستم باز، خطر تقلب بالا است. به همین دلیل این کارت‌ها هرگز بی‌نام نیستند و برای افراد کاملاً شناخته شده صادر می‌شوند. منفعت بلند مدت این نوع کارت‌ها بستگی به توانایی ناشر آن برای کنترل و جلوگیری از استفاده تقلبی و جعل این نوع کارت‌ها دارد. در میان کارت‌های پیش‌پرداخته باز، کارت‌های حقوق بسیار متداول شده‌اند. سیستم کارت‌های فوق به گونه‌ای است که کارفرماها به جای پرداخت حقوق شاغلان خود توسط چک یا پول نقد، برای هریک از کارکنان خود حسابی تحت عنوان حساب حقوق و مزایا نزد بانک کارگزار خود باز می‌کنند، حقوق ماهانه و سایر مزایای کارکنان به حساب فوق واریز می‌شود و به هریک از کارکنان، کارتی الکترونیکی به عنوان کارت حقوق داده می‌شود. با استفاده از این کارت امکان دسترسی هریک از کارکنان به حساب حقوق و مزایای خود فراهم می‌شود. کارکنان با کارت‌های فوق می‌توانند از محل حساب مذکور از دستگاه‌های خودپرداز پول دریافت کنند و یا از مراکز خرید و خدماتی مجهز به دستگاه‌های پایانه فروش (POS) خرید کنند. در آمریکا علاوه بر کارت‌های پیش‌پرداخته حقوق، دو بانک Min bank Inc و Key Banks، کارت‌های پیش‌پرداخته جهت پرداخت هزینه‌های بهداشت و درمان نیز انتشار می‌دهند.

نوع پیشرفته کیف پول الکترونیکی، کارت‌های الکترونیکی هوشمند هستند که به صورت ریز کامپیوتر روی هریک از انواع وسایلی که به‌طور معمول یک مصرف‌کننده با خود حمل می‌کند مانند کارت پرداخت، تلفن همراه، دسته کلید و یا حتی ساعت مچی قابل نصب است. زمانی که مصرف‌کننده، خریدی انجام می‌دهد، بهای آن توسط

ریز کامپیوتر نصب شده روی کارت برداشت می‌شود. تفاوت اساسی این نوع کیف پولها با کارت اعتباری، کارت بدهی، کارت هدیه و کارت پرداخت حقوق این است که ارزش موجود در کارت به جای اینکه در یک حساب روی سرور کامپیوتر مرکزی، ذخیره شود، به‌طور مستقیم روی کارت هوشمند ذخیره می‌شود. بنابراین، در نقطه فروش، نقل و انتقالات جریان یافته بین کارت هوشمند، و کارت‌خوان، بی‌نیاز از ارتباط با شبکه کامپیوتری است. درحالی که کارت‌های اعتباری، بدهی، کارت پرداخت حقوق و کارت‌های هدیه دارای نوار مغناطیسی هستند که پرداخت‌ها توسط آنها به‌طور همزمان و آنی، تحت کنترل است. بنابراین در مورد این کارت‌ها، لازم است که کارت با یک کامپیوتر مرکزی به‌طور همزمان و آنی ارتباط پیدا کند و بدین وسیله خرید، تصویب یا رد خواهد شد. همچنین به این ترتیب، کفایت یا فقدان کفایت ارزش کارت برای خرید، و نیز تقلبی یا دزدی بودن کارت کنترل می‌شود.^{۲۳}

کیف پول‌های الکترونیکی موفق

کیف پول‌های الکترونیکی موفق که هم‌اکنون در کشورهای مختلف رواج دارند به شرح زیر است:^{۲۴}

اکتاپوس کارت

در هنگ‌کنگ، نقل و انتقالات توسط کیف الکترونیکی رشد سریع‌تری نسبت به نقل و انتقالات توسط کارت‌های اعتباری و بدهی داشته است. این کشور دارای موفق‌ترین برنامه کیف الکترونیکی تحت عنوان اکتاپوس کارت بوده است. استفاده از این کارت از صنعت حمل‌ونقل شروع شد، سپس به خرده‌فروشی‌ها تسری یافت. درحال حاضر اکتاپوس کارت به‌طور وسیعی مورد قبول مصرف‌کنندگان و تعداد زیادی از بازرگانان مختلف قرار گرفته است، به‌طوری که ۹۵ درصد از ساکنین ۱۵ تا ۶۵ ساله هنگ‌کنگ از کارت فوق استفاده می‌کنند و بیش از ۵۰ هزار کارت‌خوان هوشمند، اکتاپوس کارت را می‌پذیرند. در ترمینال‌های حمل‌ونقل عمومی، متصدی‌های حمل‌ونقل در اتوبوس‌ها، مینی بوس‌ها و قایق‌های مسافری، سکه و یا اکتاپوس کارت را می‌پذیرند. فروشگاه‌های وسایل ورزشی، فروشگاه‌های زنجیره‌ای غذا مانند مک دونالد، مراکز تفریحی، پارکوم‌ها، پارکینگ‌ها، پرداخت هزینه تلفن، مراکز مراقبت شخصی، فروشگاه‌های غذا در مدارس، سوپرمارکت‌ها، تاکسی‌ها، عکاسی‌ها، ماشین‌های سکه‌ای خرید اجناس و دستگاه‌های کارت‌خوان اکتاپوس کارت را می‌پذیرند.

^{۲۳} کشتکار، مریم؛ پیشین؛ ص ۵۴

^{۲۴} کشتکار، مریم؛ پیشین؛ صص ۵۵-۵۸

در هنگ‌کنگ در سال ۲۰۰۳ بیش از ۹ میلیون نقل و انتقال توسط اکتاپوس کارت انجام گرفت که ارزش آنها برابر با ۵۶ میلیون دلار هنگ‌کنگ (۸/۳ میلیون دلار آمریکا) به عبارتی در حدود ۲٪ تولید ناخالص داخلی هنگ‌کنگ بود. در مجموع به‌طور متوسط روزانه بیش از یک میلیون و چهار صد هزار دلار معامله توسط کارت‌های فوق انجام می‌شود. به منظور افزایش به کارگیری اکتاپوس کارت در بخش حمل و نقل و رفع عدم اطمینان نسبت به تکنولوژی فوق، ده درصد تخفیف و صد درصد تضمین بازپرداخت در نظر گرفته شده است. مشوق‌های فوق به همراه سادگی، سرعت و راحتی تکنولوژی اکتاپوس کارت، سبب شد که در سه ماه نخست از شروع انتشار کارت فوق، بیش از سه میلیون کارت منتشر شود. هم‌اکنون نیز تعداد کارت‌های منتشر شده بیش از دوازده میلیون و هفتصد هزار عدد است. به منظور تشویق مصرف‌کنندگان، دارنده اکتاپوس کارت اجازه دارد زمانی که ارزش کارت ۱٪ دلار هنگ‌کنگ است، حداکثر تا ارزش منفی ۳۵ دلار هنگ‌کنگ خرید انجام دهد، اما برای استفاده بعدی لازم است که کارت شارژ شود. به منظور پوشش هزینه‌های فنی، عملیات کامپیوتری و جایگزینی کارت، برای هر نقل و انتقال توسط اکتاپوس کارت، ۲٪ دلار هنگ‌کنگ، دریافت می‌شود. همچنین ۷۵٪ درصد از ارزش هر معامله نیز به منظور پوشش دادن عملیات کنترل کارت، عملیات قانونی، بازاریابی و هزینه‌های استهلاک گرفته می‌شود. بنابراین، یک معامله به ارزش ۱۰ دلار هنگ‌کنگ شامل یک کارمزد به ارزش $95\% = 2\% + 75\%$ دلار هنگ‌کنگ است. هرچند این میزان کارمزد نسبت به کارمزد کارت‌های اعتباری که بین ۲ تا ۴/۵ درصد می‌باشد، بسیار پایین است؛ اما به نظر برخی از تاجران، کارمزد فوق هنوز گران است. بیش از پنجاه هزار باجه کارت‌خوان (از نوع کارت‌خوان بی‌اتصال)، برای سرویس دهی مهیا شده است. سه نوع مختلف از این کارت‌ها طراحی شده است؛ یکی با هزینه ۱۵۰ دلار هنگ‌کنگ (۱۹ دلار آمریکا) که شامل ۵۰ دلار سپرده و ۱۰۰ دلار میزان ارزش ذخیره شده است. نوع دیگر آن با هزینه ۷۰ دلار هنگ‌کنگ سپرده، بدون ارزش ذخیره شده، و دیگری با هزینه ۱۰۰ دلار که شامل ۵۰ دلار سپرده، ۳۰ دلار ارزش ذخیره شده و ۲۰ دلار جهت نقل و انتقال پول است. مشتریان می‌توانند به‌طور اتوماتیک از طریق کارت‌های اعتباری یا حساب‌های بانکی خود کارت‌های نوع آخر را شارژ کنند. بیشتر بانک‌ها و شرکت‌های ناشر کارت‌های اعتباری، تخفیف‌ها و سوبسیدهایی برای شارژ کارت‌های فوق در آینده ارائه می‌دهند. به هر حال، تمامی کارت‌های فوق به طور نقدی قابل شارژ هستند. حداکثر ارزش ذخیره در هر کارت ۱۰۰۰ دلار هنگ‌کنگ است.

کارت الکترونیکی کمک هزینه خرید

در آمریکا، اداره کشاورزی، تغذیه و غذا، به منظور کمک به خانواده‌های کم‌درآمد به‌جای کوپن غذا، به آنها کارت انتقال انتفاع الکترونیکی^{۲۵} یا همان کارت الکترونیکی کمک هزینه غذا می‌دهد. برنامه‌ی کارت EBT به منظور کاهش تقلب، حذف روش‌های دستی پرزحمت انتشار کوپن غذا و خرید جنس با کوپن‌های فوق و کاهش بار منفی ارزشی بر دریافت‌کنندگان کوپن‌های غذا طراحی شد. در سال ۲۰۰۳، بیش از نه میلیون خانوار آمریکایی که به‌طور متوسط هرماه ۱/۷ میلیارد دلار کوپن غذا خرج می‌کردند، از کارت‌های EBT استفاده کردند. در سیستم فوق، به منظور کاهش تقلب، هر نقل‌وانتقال به‌طور الکترونیکی ثبت می‌شد، باوجود ثبت فوق در صورتی که کوپن غذا قاچاق یا به‌طور غیرقانونی مبادله شده باشد، محل آن مشخص و قابل ردیابی خواهد بود. در ایالت‌های مختلف آمریکا، روش‌های مختلفی برای اجرای برنامه کارت EBT به کار گرفته می‌شود. به‌طوری که ۴۸ ایالت، سیستم کارت‌های نوار مغناطیسی را به کار می‌گیرند. این سیستم نیازمند کنترل آنلاین از طریق یک کامپیوتر مرکزی به منظور نگهداری ارزش حساب است. دو ایالت اوهایو و وایومینگ از سیستم کارت‌های هوشمند آفلاین استفاده می‌کنند. در سیستم فوق، ارزش حساب در یک ریز کامپیوتر جاسازی شده روی کارت ذخیره می‌شود. اما سرپرست پروژه کارت EBT ایالت اوهایو، در سال ۲۰۰۵ اعلام کرد که سیستم فوق به علت هزینه آن و کوتاهی شرکت‌های سازنده کارت‌های اعتباری برای ساختن زیرساخت‌های لازم برای کارت هوشمند، قابل تداوم نیست و یک طرح کنترل آنی برای اجرای برنامه کارت فوق دنبال می‌شود که دستیابی به آن تا ژوئن ۲۰۰۶ امکان‌پذیر می‌شود.

کارت‌های هوشمند دانشگاهی

در برخی کشورها از جمله در آمریکا، تعدادی برنامه کیف الکترونیکی در دانشگاه‌ها به کار گرفته شده است. با استفاده از این کیف پول‌ها یا کارت‌های از پیش پرداخت دانشجویی، دانشجویان یا خانواده آنها هزینه‌های شهریه دانشگاه و سایر هزینه‌های تحصیلی را پرداخت می‌کنند. از دلایل اجرای برنامه‌های فوق در دانشگاه‌ها، استقبال دانشجویان از به کارگیری تکنولوژی‌های جدیدی است. همچنین دانشگاه‌ها با به کارگیری کارت‌های فوق می‌توانند هزینه‌های اجرایی را کاهش دهند و از کارمزد مبادلات انجام شده درآمد کسب کنند. از جمله دانشگاه‌های پیشگام در به کارگیری برنامه‌های کیف پول الکترونیکی در آمریکا، دانشگاه میشیگان و دانشگاه فلوریدای مرکزی بوده‌اند. به‌طوری که دانشگاه فلوریدای مرکزی، کیف پول الکترونیکی به نام دانشگاه تحت عنوان کارت UCF^{۲۶} منتشر می‌کند. این دانشگاه تاکنون ۱۲۰ هزار عدد از کارت‌های فوق را منتشر کرده است. به‌طور متوسط روزانه حدود

^{۲۵} electronic benefit transfer cards (EBT)

^{۲۶} University of Central Florida

۷۰۰۰ دلار معامله توسط کارت‌های یاد شده انجام پذیرفته است. برای کارت‌های فوق بیش از ۳۵۰ باجه کارت خوان (از نوع کارت‌خوان اتصالی یا online) وجود دارد. این کارت‌ها دارای رمز هستند. نحوه کارکرد کارت‌های فوق به این صورت است که دانشجویان یا والدین آنها، مبلغی را از طریق تلفن، فاکس، پست، یا مراجعه به دفتر خدمات کارت UCF به‌طور مستقیم به صورت نقدی، ارائه چک و یا از طریق کارت اعتباری و کارت بدهی به حساب دانشجو واریز می‌کنند. انگیزه مغازه‌داران در پذیرش کارت‌های فوق، دسترسی به جمعیت دانشجویان برای خرید است. انگیزه دانشجویان در استفاده از کارت‌های فوق نیز امنیت کارت‌ها و امکان استفاده از تخفیف خرید از ماشین‌های غذا و کپی با استفاده از کارت‌های فوق است. همچنین والدین می‌توانند از طریق این کارت‌ها روی خرید فرزندان خود کنترل داشته باشند.

کارت‌های هوشمند ویژه ارتش

کارت فوق از جمله کیف‌های الکترونیکی موفق در آمریکا بوده است که ویژه نظامیان آمریکایی جهت خرید کالاها و خدمات در خارج از کشور است. این کارت‌ها دارای رمز مخصوص هستند. حداکثر ارزش این کارت‌ها ۱۰۰۰ دلار آمریکا است. برای خریدهای کمتر از ۲۵ دلار از ماشین‌های خرید غذا نیازی به ارائه کلمه رمز نیست. تعداد کارت‌های منتشر شده بیش از ۶۸۰۰۰ عدد بوده است و به‌طور متوسط روزانه حدود ۲۵۰۰۰ دلار معامله توسط کارت‌های فوق انجام شده است و بیش از ۸۹۰ هزار باجه کارت‌خوان (از نوع کارت‌خوان اتصالی) و ۳۲ میلیون تاجر در سراسر دنیا کارت‌های فوق را می‌پذیرند. در واقع یکی از بخش‌هایی که در آمریکا، کاربردهای کیف الکترونیکی در آنجا گسترش داشته و موفق بوده است، بخش نظامی است. از سال ۱۹۹۷ که برنامه کارت ذخیره ارزش شروع شده تا سال ۲۰۰۴، اداره خزانه‌داری آمریکا بیش از ۱/۴ میلیون کارت هوشمند منتشر کرده که در بخش‌های مختلف ارتش آمریکا برای خرید برخی کالاها و خدمات در داخل و خارج از کشور به کار گرفته می‌شود. در حال حاضر دو نوع کارت هوشمند در ارتش آمریکا به کار گرفته می‌شود، به نام نیوی کش (Navy) و ایگل کش (EagleCash). در این کارت‌های هوشمند دو نوع تکنولوژی به کار گرفته می‌شود؛ یکی نصب ریز کامپیوتر روی کارت و دیگری نصب نوار مغناطیسی روی کارت است. کیف‌های الکترونیکی که بر روی آنها یک ریز کامپیوتر نصب شده برای خریدهای خارج از کشور، و کیف‌های الکترونیکی که دارای نوار مغناطیسی هستند برای خریدهای داخل کشور مورد استفاده قرار می‌گیرند. با وجود کارت‌های فوق، نیاز نظامی‌ها در آمریکا به پول نقد و سکه، ۵۰ تا ۶۰ درصد کاهش یافته است. استفاده از «نیوی کش» برای نظامیان اجباری است چون پرسنل نظامی بدون استفاده از کارت‌های فوق در خارج از کشور قادر به خرید نخواهند بود. کارت هوشمند ایگل کش از سال ۱۹۹۹ منتشر شد، این کارت‌ها توسط نظامی‌ها و کارگران آمریکایی در بخش‌هایی از

جهان که زیرساخت‌های بانکی و مخابراتی ضعیف دارند مانند بوسنی، افغانستان، کوزوو، مقدونیه، قطر، ازبکستان، عراق، کویت و عربستان استفاده می‌شود. این کارت‌ها قابل شارژ هستند.

چشم‌انداز توسعه کیف پول الکترونیکی

برخی از تحلیلگران پرداخت، در طول دهه ۱۹۹۰ پیشنهاد دادند که کارت‌های هوشمند با کاربردهای کیف الکترونیکی^{۲۷} روش پرداخت جدیدی با چشم‌انداز روشن برای انواع معاملات می‌تواند باشد. به‌طوری که برخی از تحلیلگران پرداخت، پیش‌بینی می‌کنند که کارت‌های هوشمند می‌توانند به یک‌جامعه بدون پول نقد منتهی شوند. به‌طوری که کیف پول الکترونیکی جایگزین پول نقد و سکه برای پرداخت‌های کوچک شود. هرچند، هم‌اکنون تعداد زیادی برنامه‌های کیف الکترونیکی در اطراف دنیا به کار گرفته شده است اما درجه موفقیت آنها متفاوت بوده است. به عنوان مثال هنگ‌کنگ دارای موفق‌ترین برنامه کیف الکترونیکی تحت عنوان اکتاپوس کارت بوده است. در آمریکا نیز هرچند تعدادی برنامه کیف الکترونیکی به کار گرفته شده است که برخی از آنها به‌طور وسیعی پذیرفته شده‌اند، با این وجود، پذیرش کارت‌های هوشمند نسبت به بقیه جهان آهسته‌تر بوده است، این امر نیز به نظر برخی از تحلیلگران پرداخت تا حدودی به خاطر این است که آمریکا در حال حاضر دارای زیرساخت‌های مخابراتی پیشرفته‌ای است که می‌تواند به صورت آنی، سریع‌تر و ارزان‌تر نقل و انقالات کارت‌های مغناطیسی را تأیید کند. بنابراین حاصل آن پایین بودن سطح تقلب در سیستم جاری و بالا بودن سطح رضایت خاطر مصرف‌کنندگان و صاحبان مشاغل از سیستم جاری است. در صورت صحت این مدعا، این امکان وجود دارد، در بخش‌هایی از جهان که زیرساخت‌های مخابراتی کمتر پیشرفته‌ای دارند و در شبکه‌های پرداخت آنها وقوع تقلب بیشتر است، کاربرد کارت هوشمند ارزشمندتر باشد.^{۲۸}

پول مجازی

در بسیاری از موارد پول مجازی^{۲۹} با پول الکترونیکی اشتباه گرفته می‌شود، اما باید دقت نمود که پول مجازی متفاوت از پول الکترونیکی است. همان‌گونه که ذکر شد پول دیجیتال شامل پول الکترونیکی و پول مجازی می‌باشد که در این قسمت مفاهیم اصلی پول مجازی مورد بررسی قرار می‌گیرد:

تعریف: بر اساس گزارشی که بانک مرکزی اتحادیه اروپا در اکتبر ۲۰۱۲ منتشر کرد، تعریف «پول مجازی» عبارت است از:^{۳۰}

«پول مجازی» نوعی پول دیجیتال و غیر قانونمند است که بوسیله توسعه‌دهندگان آن صادر و کنترل می‌شود و توسط اعضا و کاربران یک جامعه مجازی مورد پذیرش و استفاده قرار می‌گیرد. البته این پول انواع مختلفی دارد که بر اساس پروتکل‌های طراحی شده برای هر کدام، نقش متفاوتی در سیستم پولی ایفا می‌کنند. آنچه که از پول مجازی هم توقع می‌رود تغییر سیستم پولی و غلبه بر مشکلات آن است.

همچنین در بعضی از تعاریف^{۳۱} پول مجازی معادل ارز مجازی^{۳۲} در نظر گرفته شده، چراکه در سیستم پول مجازی مرزهای جغرافیایی برداشته می‌شود و ما در کل جهان با یک پول سروکار خواهیم داشت. اما دقت در تعریف ارز مجازی می‌تواند راه‌گشای شناخت بهتر از این واژه‌ها شود.

بر اساس تعریف FATF، ارز مجازی یک ارائه دیجیتالی ارزشی است که می‌تواند به صورت دیجیتالی معامله شود و به عنوان واسطه معامله، یا واحد حسابرسی و یا ذخیره ارزش مورد استفاده قرار گیرد، ولی در عین حال وضعیت واحد پول قانونی را ندارد. همچنین ارز مجازی باید از پول الکترونیکی تفکیک شود. پول الکترونیکی بدین صورت تعریف می‌شود که یک نمایش دیجیتالی پول بدون پشتوانه است.

بر اساس EBC، ارز مجازی به عنوان چیزی شناخته می‌شود که در شکل دیجیتالی بوده و وضعیت قانونی غیرمشخصی دارد. گزارش مربوطه همچنین تفاوت‌های اصلی بین ارز مجازی و پول الکترونیکی را بیان می‌کند. به طور خلاصه پول الکترونیکی دارای وضعیت قانونی مشخص و واحد حسابرسی مشخص و پذیرفته شده است. در مقابل ارز مجازی که کاملاً جدید است و قانون‌گذاری نشده و فقط توسط عده‌ای محدود مورد پذیرش می‌باشد.

^{۲۹} <http://www.ireconomy.ir/fa/page/14560/> .html +نگاهی به تفاوت پول دیجیتال و پول مجازی

^{۳۰} <http://www.ireconomy.ir/fa/page/14560/> .html +نگاهی به تفاوت پول دیجیتال و پول مجازی

^{۳۱} Constance J. Wells

^{۳۲} Bitcoin as an example خلاصه ترجمه

دسته بندی ارائه شده توسط EBC و FATF بسیار شبیه به هم هستند که در هردو گزارش دشواری دسته بندی و تعریف ذکر شده است:^{۳۳}

پول رسمی که در بانک‌های سنتی و مؤسسات مالی جریان دارد توسط دولت اعتبار یافته است، ولی ارز مجازی که فقط بر روی اینترنت گردش دارد توسط بخش‌های خصوصی اعتبار می‌یابد (البته ممکن است که منبع این ارز مجازی، ارزهای رسمی دولت، ارزهای خصوصی، طلا، نقره یا دیگر فلزات گرانبها باشد). معاملات ارز مجازی مملو از شارژ جعلی و کارمزدهای بالا یا انتظار ۷۲ تا ۹۶ ساعته برای دسترسی به وجوه نیستند. معاملات ارز مجازی تحت کنترل و رصد نبوده و اعتبار واحدهای ارز مجازی، مبتنی بر غیردولت است.

همچنین ارز مجازی معطوف به فلز گرانبهای دیجیتالی است، زیرا ارزش آن به یک کالای ارزشمند مثل طلا لینک داده شده است. لذا مبتنی بر ارزش فلزات گرانبهاست و نه ارزهای حکمی. این ارز میان صاحبان حساب خدمات، مورد مبادله قرار گرفته است. از آنجایی که نظام‌های ارز دیجیتالی در خارج از قلمرو یک حکومت واحد فعالیت می‌کنند، مداخله دولت در آن غیرممکن می‌شود.

ارز دیجیتالی زمانی که می‌خواهد به یک ارز ملی تبدیل شود، به واسطه نیاز دارد: کاربران، ارز را از طریق صراف تأمین می‌کنند. صراف نیز ارز را از طریق مبادله ارز ملی با ارز مجازی و بالعکس تأمین می‌کند. بعد از اینکه ارز دیجیتالی بدست آمد ممکن است کاربران آنرا بدون استفاده از واسطه‌ها انتقال دهند. این بدین معنی است که تسویه بصورت آنی است و برخی کاربران می‌توانند فوراً و بصورت فیزیکی فلز گرانبهای خود را باز یابند. البته این مسأله در نظام‌هایی که ارز دیجیتالی مبتنی بر فلزات گرانبها باشد، صادق است.

انواع پول مجازی^{۳۴}

بسته به نحوه تعامل مابین «پول بدون پشتوانه» و پول واقعی، «پول مجازی» مورد نظر به سه طبقه دسته‌بندی می‌شود:

(۱) پول مجازی بسته:

این طرح‌ها معمولاً برای خرید کالاها و خدمات مجازی در داخل جامعه مجازی واقعی منظور شده و کاربران پول را از طریق برخی فعالیت‌ها به دست می‌آورند.

^{۳۳} Digital Currency Systems, Constance J. Wells

^{۳۴} <http://www.ireconomy.ir/fa/page/14560/> +نگاهی به تفاوت پول دیجیتال و پول مجازی

۲) پول مجازی با جریان یکطرفه:

پول مجازی به جای پول واقعی خریداری شده اما امکان تبدیل معکوس آن وجود ندارد. (سکه آمازون)

۳) پول مجازی با جریان دوطرفه: در این طرح‌ها، می‌توان از پول برای خرید پول واقعی استفاده کرده و همچنین آن را در وب سایت‌ها یا توسط صادر کننده‌های خاص دوباره تبدیل معکوس کرد مانند بیت کوین.^{۳۵}

کیف پول مجازی^{۳۶}

اولین مرحله‌ای که جهت ورود به شبکه پول مجازی نیاز است، یک کیف پول خواهد بود. این عمل را می‌توان از طریق یک نرم افزار ویژه همانند MultiBit یا Bitcoin Wallet انجام داد. یک کیف پول بیت کوینی در شبکه بیت کوین معادل یک کیف پول فیزیکی می‌باشد و به شما اجازه می‌دهد تا با دنیا در تعامل باشید. در حقیقت این کیف پول به شما مالکیت آدرس بیت کوینی را می‌دهد و شامل کلید شخصی شماست که به شما اجازه می‌دهد تا بیت کوین‌های موجود در آدرس بیت کوینی شما را در زنجیره بلوکی خرج کنید. درست مثل ایمیل، شما می‌توانید در مواقعی که آفلاین هستید هم بیت کوین‌هایتان را دریافت کنید. هر کیف پول بیت کوینی می‌تواند به شما جمع کل بیت کوین‌های موجود در همه آدرس‌های بیت کوین را نشان دهد و به شما اجازه می‌دهد تا مقادیر خاصی را به اشخاصی خاص پرداخت کنید که دقیقاً مانند یک کیف پول واقعی است.

انواع کیف پول مجازی^{۳۷}

انواع کیف پول مجازی را می‌توان به شرح ذیل نام برد:

۱- دسکتابی

اپ‌های بیت کوین که کیف پول را در اختیار ما می‌گذارد که باید کل بلاک چین را دانلود کند (حجم: ۴ گیگ) و بعد از آن فرآیند بدست آوردن بیت کوین شروع میشود

۲- موبایلی

در این نوع اتصال به سرور بالاتری صورت می‌گیرد و موبایل به نوعی واسطه مبادله است.

۳- آنلاین

کیف پول آنلاین می‌باشد که در سایت‌های خاصی قابلیت دریافت دارد.

^{۳۶}Bitcoin

^{۳۷}<http://www.web-2.ir/elearning/804-htmlبیت-کوین-یا-پول-مجازی-چیست؟>

۴- سخت افزاری

۵- کاغذی (جذاب ترین نوع)

QR code اسکن می‌شود و پول به حساب ما ریخته می‌شود.

پول مجازی و تورم

یکی از موضوعات مهم دیگر در رابطه با پول مجازی بحث تورم است. به عبارت دیگر اقتصاد مجازی، اقتصادهای مصنوعی داخل بازی‌های برخط (آنلاین) می‌باشد. بویژه زمانی که کمیابی کالا و ارز مصنوعی در آن اقتصادها با پول واقعی مورد مبادله قرار می‌گیرد. با توجه به اینکه در بازی‌های برخط، سازنده بازی، نقش قاعده‌گذار و تنظیم‌کننده روابط میان بازیکنان را دارد، لذا اقتصاد مجازی، یک اقتصاد کاملاً آزاد نبوده که در آن، بطور کامل نیروهای بازار تعیین‌کننده باشند، بلکه دولت در تعیین قیمت کالاها و خدمات تأثیرگذار است.

جریان پول در یک اقتصاد مجازی از دو جنبه می‌تواند مورد بررسی قرار بگیرد: درونی و بیرونی. در رهیافت درونی، تحلیل‌ها محدود در همان دنیای مجازی است و اقتصاد مجازی نمونه‌ای از یک اقتصاد بسته به حساب می‌آید. سازنده بازی، نقش دولت را در یک اقتصاد بسته بازی می‌کند که روابط و قواعد میان افراد را تعیین می‌کند. در رهیافت بیرونی، اقتصاد مجازی در ارتباط با اقتصاد واقعی تحلیل می‌شود. مشابه اقتصادی که با کشورهای خارجی مبادله دارد و تبادل کالا و ارز اتفاق می‌افتد.

همچنین اقتصاد مجازی اقتصادی است که بطور متمرکز توسط نیروهای بازار کنترل می‌شود، نه اینکه بطور کاملاً آزاد توسط نیروهای بازار عمل کند. این اقتصاد در چارچوبی که سازنده بازی تعیین کرده است، جریان دارد. پول مجازی، از دو کانال فراهم می‌شود: ۱- موفقیت در بازی ۲- پرداخت پول واقعی برای شارژ پول مجازی.

ورود و خروج پول واقعی در بازی‌های برخط، همانند اضافه کردن صادرات و واردات به یک اقتصاد بسته است. معمولاً در این بازی‌ها، پول واقعی بیشتر از اینکه خارج شود، وارد می‌شود لذا تراز پرداخت‌ها میان اقتصاد مجازی و اقتصاد واقعی به نفع اقتصاد مجازی بوده و پول بیشتری به اقتصاد مجازی عرضه خواهد شد.

تورم در اقتصاد مجازی می‌تواند بطور کامل در درون دنیای مجازی باشد (حال به خاطر فشار تقاضا یا فشار هزینه). تهدید دنیای مجازی می‌تواند در تأثیرگذاری آن بر تورم در دنیای واقعی باشد. به این ترتیب که پول مجازی

بخواهد به پول واقعی تبدیل شود. در این صورت دنیای مجازی به عنوان منبعی برای خلق پول، همانند بانک‌های تجاری، عمل خواهد کرد.^{۳۸}

برخی همچون محمدحسین ادیب، استاد دانشکده اقتصاد دانشگاه اصفهان، با تأکید بر آثار تورمی پول الکترونیکی، آن را مقصر اصلی در رشد تصاعدی نقدینگی در میان مردم می‌دانند که در اثر پرداخت الکترونیکی یارانه‌ها به حساب تمامی خانوارهای ایرانی ایجاد شده و تمام روستاییان کشور را که تا پیش از این با استفاده از ساده‌ترین معادلات اقتصادی زندگی می‌کردند نیز وارد شبکه بانکی کشور کرد.

گروهی دیگر، پول الکترونیکی حاصل از جریان تبادلات بانکداری الکترونیکی را مبرا از اتهام تورم‌زایی می‌دانند و استدلال می‌کنند که پول الکترونیکی که از مجرای بانک‌ها در حرکت است، به حساب‌های بانکی افراد متصل بوده و به این ترتیب پولی با پشتیبانی پول‌های واقعی است.

برخی کارشناسان نیز با تأکید بر این که پول الکترونیکی روند مبادلات را تسریع می‌کند و موجب افزایش نقدینگی در بازار می‌شود، آن را عامل اصلی ایجاد تورم می‌دانند. این در حالی است که اقتصاددانانی نیز این نظریه را رد می‌کنند و گردش چندباره پول در بازار را ناشی از تقاضا و نیاز بازار می‌دانند که گویای رونق اقتصادی است. بنابراین بررسی دقیق اثرگذاری پول مجازی بر تورم و مسائل تورمی نیاز به تحقیق مجزا و کامل دیگری است که از توان این نگارش خارج است.

بانک مرکزی و پول مجازی

عکس العمل بانک‌های مرکزی در مقابل رواج پول الکترونیکی

«از آنجا که انتشار پول الکترونیکی توسط موسسات غیربانکی انحصار بانک مرکزی در انتشار پول، همچنین کنترل آنها بر عرضه پول را تحدید می‌کند، بنابراین، بانک‌های مرکزی اغلب با وضع مقررات، اقدام به مهار انتشار پول الکترونیکی می‌کنند. بر همین اساس در سال ۱۹۹۴، سازمان پولی اروپا (EMI) تنها مؤسسات مالی را مجاز به انتشار کیف پول الکترونیکی دانست. بانک‌های مرکزی اتحادیه اروپا نیز موافقت کردند که تمامی کشورهای عضو اتحادیه، مقررات فوق را اعمال کنند. در این راستا، برخی از بانک‌های مرکزی و دفاتر نظارتی شروع به سامان دادن انتشار پول الکترونیکی مبتنی بر ریزکارته‌ها کردند. براین اساس مقرر شد که امتیاز انتشار کیف پول الکترونیکی از نوع باز، تنها به بانک‌های سنتی داده شود. مؤسسات غیربانکی که پیشگامان پول الکترونیکی بودند و بسیار

پیشتر از آن، تکنولوژی فوق را پذیرفته و به کار گرفته بودند، تنها مجاز به انتشار کارت‌های پیش‌پرداخته از نوع بسته بودند.

در آلمان نیز با اصلاحیه قانون بانکداری در سال ۱۹۹۸، محدودیت‌های مضاعفی در مورد پول الکترونیکی مبتنی بر نرم‌افزار برای تجارت الکترونیکی از طریق اینترنت، وضع شد. البته تمام کشورهای اروپایی برخورد یکسانی با پدیده پول الکترونیکی نداشتند، از جمله کشورهای: انگلستان، اسکاندیناوی و آمریکای شمالی تصمیم گرفتند مدتی منتظر باشند و به مشاهده اوضاع این پدیده بپردازند، زیرا آنها در جبهه طرفداران آزادی اقتصادی کالجهای آمریکا و کانادا بوده و معتقدند که مقررات نارس، رقابت را محدود کرده، و مانع ابداع و نوآوری خواهد شد. به‌طوری که هم‌اکنون در آمریکا در مورد کارت‌های پیش‌پرداخته، قوانین فدرال خاصی وجود ندارد. مقرراتی که وجود دارد همان مقررات وضع شده از سوی سازمان شبکه پرداخت است. مقررات فوق نیز بیشتر در رابطه با حمایت از مصرف‌کنندگان کارت در مقابل اعمال نادرست و بی‌احتیاطی ناشران کارت‌ها است. ناشران کارت‌های فوق نیز با عنایت به قوانین فدرال موجود و مقررات شبکه، مقررات خود را به اطلاع مشتریان می‌رسانند. در آمریکا، قوانین و مقررات فدرال موجود در جهت حمایت از مصرف‌کنندگان یا دارندگان کارت‌های پرداخت الکترونیکی در مقابل بروز خطا و تقلب است و ناشران کارت‌های پرداخت موظف هستند با عنایت به قوانین فوق، در انتشار کارت‌های پرداخت، ضمن رعایت اصول امنیتی کارت در مقابل تقلب، بروز خطا و اشتباه، حافظ منافع دارندگان کارت و اطلاعات شخصی وی نیز باشند.

در انگلستان تمام نقل و انتقالات پولی توسط نهاد خدمات مالی، کنترل می‌شود. با توسعه کیف پول الکترونیکی، برای اجتناب از تقلب، وسیله فوق نیز تحت مقررات این نهاد قرار گرفت. ناشران کیف پول الکترونیکی لازم است که مجوز انتشار پول الکترونیکی را از نهاد فوق دریافت کنند. برای اخذ مجوز، ناشر باید ۱۰۵ درصد میزان پول الکترونیکی را که انتشار می‌دهد، نزد بانک مرکزی انگلیس سپرده‌گذاری کند و مقررات این نهاد را نیز رعایت نماید. بر اساس این مقررات، ناشر کیف پول الکترونیکی می‌تواند بانک و یا سازمان مالی باشد. تمام کیف پول‌های الکترونیکی باز، تحت مراقبت این سازمان می‌باشد.^{۳۹} کیف پول‌های الکترونیکی بسته تحت مقررات این نهاد نیستند.

^{۳۹}Bolton Metropolitan Borough Council for the National Smart Card Project, Report WP9-03 Version

درمیان کشورهای در حال توسعه، در هنگ کنگ که دارای موفق‌ترین برنامه کیف پول الکترونیکی، تحت عنوان اکتاپوس^{۴۱} گارت بوده است، چهارچوب‌های قانونی ویژه‌ای برای انتشار پول الکترونیکی وجود دارد، به طوری که براساس مقررات، انتشار کارت‌های الکترونیکی پرداخت چند منظوره مانند Mondex و Visa Cash از آنجا که فعالیتی شبیه به سپرده‌پذیری و انتشار اسکناس است، بانکهای دارای مجوز می‌توانند این کارت‌ها را منتشر کنند. مؤسسات غیربانکی مجاز به انتشار کارت‌های الکترونیکی پیش‌پرداخته هستند که مصارف خاصی دارند. «^{۴۱}

پایان حاکمیت پولی دولت

آزادی فزاینده افرادی که از اینترنت استفاده می‌کنند تا پول و تجارت را جهانی کنند، ممکن است به حاکمیت پولی دولت پایان دهد، بنابراین افراد برتر، مؤسسه‌های جدید پولی تأسیس خواهند کرد که باید به طور ذاتی بر رضایت شرکا تکیه کند. شبکه گسترده جهانی (WWW) در آینده ابزار قدرتمند و نوینی برای کارفرمایان ارائه می‌کند و آزادی بیشتری برای مشتریان فراهم می‌آورد و پول نقد الکترونیکی و بانکداری الکترونیکی را ممکن می‌سازد. بانکداران مشتاقانه این تحول را دنبال می‌کنند تا آثار تغییر در سازمانشان را تخمین بزنند.

نظام بانکداری آزاد

در دراز مدت، با پذیرش گسترده پول الکترونیکی و مدل بانکداری مشارکتی، نظامی از بانکداری آزاد می‌تواند ظهور پیدا کند. پرداخت‌های الکترونیکی و نوآوریهای مالی به افراد اجازه می‌دهد تا تمام دارایی خود را با نقدینگی بالا و سهام قابل تقسیم صندوقهای سرمایه‌گذاری که ارزش جاری بازار را نشان می‌دهند، نگهداری کنند، و در نتیجه، وسیله مبادله درخور اتکایی به لحاظ اقتصادی ارائه می‌کند. نظام حسابداری ارزی برگرفته از آن مشکل بی‌تعادلی پولی را برطرف خواهد کرد، که با نظام پولی کنونی بر مبنای ارزش اسمی همراه می‌شود. ثبات ذاتی این گزینه خصوصی برای پول اعتباری دولت، ممکن است نیاز به مقررات بانکی را از بین ببرد. سرانجام اینکه، در اقتصاد فردا، در حالی که عرضه‌کنندگان پول الکترونیکی غیر بانکی با بانکها رقابت می‌کنند، بانکداران باید اطمینان ایجاد کنند که در مدیریت خطر در جهان پولی نوین همچنان مزیت نسبی خواهند داشت.

^{۴۱}Octopus

جمع‌بندی (وجه اشتراک و افتراق پول مجازی و سایر انواع پول‌ها)^{۴۲}

همان‌گونه که ذکر شد در بسیاری از موارد «پول مجازی» با «پول الکترونیکی» اشتباه گرفته می‌شود، اما باید دقت نمود که پول مجازی متفاوت از پول الکترونیکی است. در قسمت‌های قبل بیان شد که «پول مجازی» نوعی پول دیجیتال و غیر قانونمند است که بوسیله توسعه دهندگان آن صادر و کنترل می‌شود و توسط اعضا و کاربران یک جامعه مجازی مورد پذیرش و استفاده قرار می‌گیرد. این در حالی است که پول الکترونیکی، پولی است که می‌تواند در هروسیله پرداخت الکترونیکی-به هر جنس، ابزار و یا سیستم-که عمل پرداخت را با انتقال اطلاعات ذخیره‌شده الکترونیکی انجام می‌دهد، به کار برده شود.^{۴۳}

همچنین پول مجازی که یکی از مهمترین آنها بیت‌کوین می‌باشد، شباهت‌های زیادی با سایر ارزها دارد ولی مهمترینش، پذیرفته شدن بیشتر و بیشتر توسط تجار، خرده فروش ها و مردم عادی، چه آنلاین و چه آفلاین، به عنوان راهی برای دریافت و پرداخت است. این روزها خرید پیتزا با بیت‌کوین هم در برخی کشورها ممکن است، یا حتی انجام خریدهای روزانه در سوپرمارکت‌ها. لذا بیت‌کوین یک پول غیر متمرکز است و توسط هیچ دولتی پشتیبانی نمی‌شود. این بخشی از جاذبه آن است.

با این حال، پول مجازی خیلی با ارزهای سنتی فرق دارد. برخلاف دلار و پوند و یورو، پول مجازی (بیت‌کوین) توسط هیچ دولتی پشتیبانی نمی‌شود. بلکه نوعی پول کاملاً غیرمتمرکز است. بیت‌کوین به هیچ نوع سیستم بانک مرکزی یا سیستم کنترل پولی متصل نیست و این بخشی بزرگ از جاذبه آن است. در عوض، به جای تبدیل شدن به بخشی از یک سیستم که اغلب توسط حرص و طمع افراد یا دستکاری‌های قدرت‌ها قابل آلوده شدن است، این ارز در دنیایی آنلاین گسترش یافته که توسط ریاضیات و پروتکل‌های رمزگذاری هوشمند هدایت می‌شود.

همچنین پول الکترونیکی سرعت و سهولت مبادلات را به‌شدت تحت تاثیر خود قرار داده و به بالا رفتن سرعت نقل و انتقال پول منجر شده است؛ به‌عبارتی پول در چرخه اقتصادی دفعات بیشتری دست به دست می‌چرخد که این مسئله نیز به نوبه خود موجب افزایش نقدینگی و بالا رفتن پول در گردش می‌شود و در نهایت نیز آثار تورمی از خود بروز می‌دهد.

^{۴۲} <http://www.ireconomy.ir/fa/page/14560/نگاهی+به+تفاوت+پول+دیجیتال+و+پول+مجازی/> .html

^{۴۳} Fullenkamp and Nsouli(2004)

تردیدی نیست که وجود پول و ابزارهای پرداخت الکترونیکی منابع مالی بیشتری را نسبت به گذشته در اختیار بانک‌ها می‌گذارد؛ ضمن این‌که این منابع کم‌هزینه‌تر نیز هستند و موجب افزایش حجم پول در گردش موجود در جامعه شده و در نهایت تورم را در اقتصاد کشور بالا می‌برد.

بنابراین در جمع‌بندی می‌توان مقایسه پول الکترونیکی و مجازی را در جدول ذیل مشاهده نمود:

جدول ۱-۰۰: مقایسه پول الکترونیکی و پول مجازی

مولفه‌ها	پول الکترونیکی	پول مجازی
شکل پول	دیجیتال	دیجیتال
واحد ارزش	ارزهای رایج (یورو، دلار، پوند و ...) با پشتوانه قانونی	ارزهای اختراعی (لیندن دالر، بیتکوین) بدون پشتوانه قانونی
مقبولیت	عمومی	معمولاً در یک جامع مجازی خاص
وضعیت قانونی	قانونی	غیر قانونی
صادر کننده	مؤسسات مالی الکترونیکی قانونی	شرکت های خصوصی غیر مالی
تأمین پول	ثابت	بسته به نظر صادر کننده
احتمال باز پرداخت وجوه	تضمینی (با ارزش رسمی)	تضمینی وجود ندارد
نظارت	بلی	خیر
انواع ریسک	عموماً عملیاتی	قانونی، اعتباری، نقدینگی، عملیاتی

بخش ۶: شفافیت اقتصادی

یکی دیگر از پدیده‌های نوظهوری که تکنولوژی‌های جدید و فضای مجازی برای انسان‌ها به ارمغان آورده شفافیت اطلاعات است. در مورد تاریخچه تکامل اطلاعات باید گفت که به مرور زمان، زندگی انسان‌ها تغییر کرد، آگاهی مردم بالاتر رفت و با عبور از انقلاب؛ اطلاعات بشر به سمتی رفت که با افزایش سطح دانش و اطلاعات (عمومی و تخصصی) مردم لزوم دخالت مردم در امور حکومت بیشتر نمایان شد، تا بتوانند هم در حاکمیت ایفای نقش کنند و هم نظارت بر اقدامات دولت داشته باشند. از طرفی دولت‌ها هم با افزایش جمعیت و به تبع آن افزایش نیازهای مردم روبه‌رو شدند، در نتیجه برای اداره دولت‌ها بسیاری از امور برون سپاری شده است. دولت‌ها از مردم در اداره حکومت خودشان بهره‌مند شدند. البته لازمه این امر شفافیت اطلاعات و وجود منابع اطلاعاتی داده‌باز در دسترس مردم است. هرچند در ابتدا دولت‌ها از آن سرباز زدند و بسیاری از اطلاعات را کاملاً محرمانه دانستند. ولی در ادامه بعضی دولت‌ها هم همکاری در این موضوع را وظیفه خود دانستند. تحولاتی که باروی کار آمدن کامرون در انگلستان رخ داد گواه این قضیه است. همچنین فعالیت‌هایی غیرانتفاعی هم که از سوی مردم برای افشای اطلاعات صورت گرفت؛ موجب شد فصل جدیدی در پدیده شفافیت اطلاعات به وقوع پیوست.

همچنین پیشرفت تکنولوژی و عصر ارتباطات تحولات شگرفی بر روی شفافیت اطلاعات داشته است که این امر باعث می‌شود شفافیت اطلاعات را معجزه‌ی عصر ارتباطات دانست. تاجایی که تحولات سیاسی و اجتماعی زیادی را می‌توان تحت تاثیر این مهم دانست. وقتی اطلاعات اقتصادی و سیاسی به صورت شفاف و قابل ویرایش در دسترس عموم قرار می‌گیرد؛ موجب افزایش سطح دانش عمومی و درک افراد از وضعیت دولت‌ها می‌شود. سطح مطالبات مردمی تغییر یافته و نظارت مردمی یکی از خواسته‌های جامعه می‌شود. لذا لازم است تأثیر تحولات تکنولوژی ارتباطی از جمله اینترنت را بر شفافیت اطلاعات بررسی نمود و در ادامه به تحلیل تاثیر رشد فضای مجازی بر شفافیت پرداخته می‌شود.

همچنین جایگاه شفافیت در اقتصاد در دو سطح خرد و کلان تبیین شده است. در اقتصاد خرد شفافیت اقتصادی در رسیدن به بازار رقابت کامل اهمیت دارد، بهره‌وری اقتصادی را افزایش می‌دهد و از وجود اطلاعات نامتقارن جلوگیری کرده که باعث پیش‌گیری از شکست بازار می‌شود و در نهایت بازار را به بهینه پرتویی می‌رساند. شفافیت در سطح کلان بر تصمیم‌گیری‌های کلان اقتصادی تاثیر می‌گذارد، دیدبان‌های کلان و نهادهای نظارتی و تصمیم‌گیر با نگرش و اطلاعاتی دقیق، به‌روز و کارآمد تحلیل اقتصادی می‌کنند و باعث افزایش بهینه‌گی در تخصیص منابع می‌گردد از طرفی طبق نظریه لوکاس، مفهوم "خنثی بودن پول‌های تزریقی به اقتصاد" را که موجب

اتخاذ تصمیمات ناصحیح اقتصادی بخش‌های اقتصادی می‌شود را می‌گیرد در نهایت شفافیت اطلاعات در سطح کلان جامعه باعث افزایش بهره‌وری می‌شود. برای کل اقتصاد شفافیت موجب رشد اقتصادی می‌شود.^۱ زیرا که:

- (۱) رشد اقتصادی مرهون رشد بخش‌های خرد و کلان اقتصاد جامعه است.
- (۲) هماهنگی بین نهادی موجب رشد می‌شود.
- (۳) شفافیت موجب رشد اقتصادی خرد و کلان شده و راه مقابله‌ی ساختاری در برابر فساد است و همچنین هماهنگی را بین نهادها فراهم می‌سازد.

لذا شفافیت باید به عنوان یکی از عوامل رشد و توسعه در دنیای مجازی پیش‌رو مورد بررسی قرار بگیرد. اهمیت این موضوع در کشور ما به دلیل پدیدار شدن فسادهای سال‌های اخیر چندین برابر شده است.

ادبیات موضوع، سیاست‌ها و ابزارها

در ابتدا لازم است برای روشن شدن موضوع شفافیت اطلاعات، چند اصطلاح کاربردی در متن به طور خلاصه توضیح داده شود. این اصطلاحات و واژگان به شرح ذیل می‌باشد:

داده^۲ - اطلاعات - دانش - حکمت

در توضیحات تقسیم‌بندی راسل اکاف^۳ (هرم^۴ DIKW) که مبنایی برای دسته‌بندی مفاهیم دانش و اطلاعات و داده قرار گرفته است، این چنین ذکر شده است:

- (۱) داده‌ها خام هستند. آنها فقط وجود دارند و یک گزارش هستند. آنها ممکن است مفید یا غیرمفید باشند. ممکن است معنادار یا بی‌معنی باشند. در ادبیات کامپیوتر و برنامه‌نویسی، پر شدن یک جدول با «داده‌ها» آغاز می‌شود [به عنوان مثال، فهرست قد تمام دانشجویان یک کلاس. یا جدولی از درآمد هر یک از مردم ایران. یا تاریخ تولد هر یک از مشتریان یک بانک]

- (۲) اطلاعات^۵، همان داده‌ها هستند که بین آنها رابطه منطقی برقرار شده. ممکن است این رابطه به آنها معنایی بدهد و ممکن هم هست معنایی ندهد. خروجی پایگاه داده یا Database معمولاً چیزی از جنس

^۱ البته با توجه به ملاحظات که در بخش ۳.۲ بررسی می‌شود

^۲Data

^۳Russell L. Ackoff

^۴Data Information Knowledge Wisdom

^۵Data

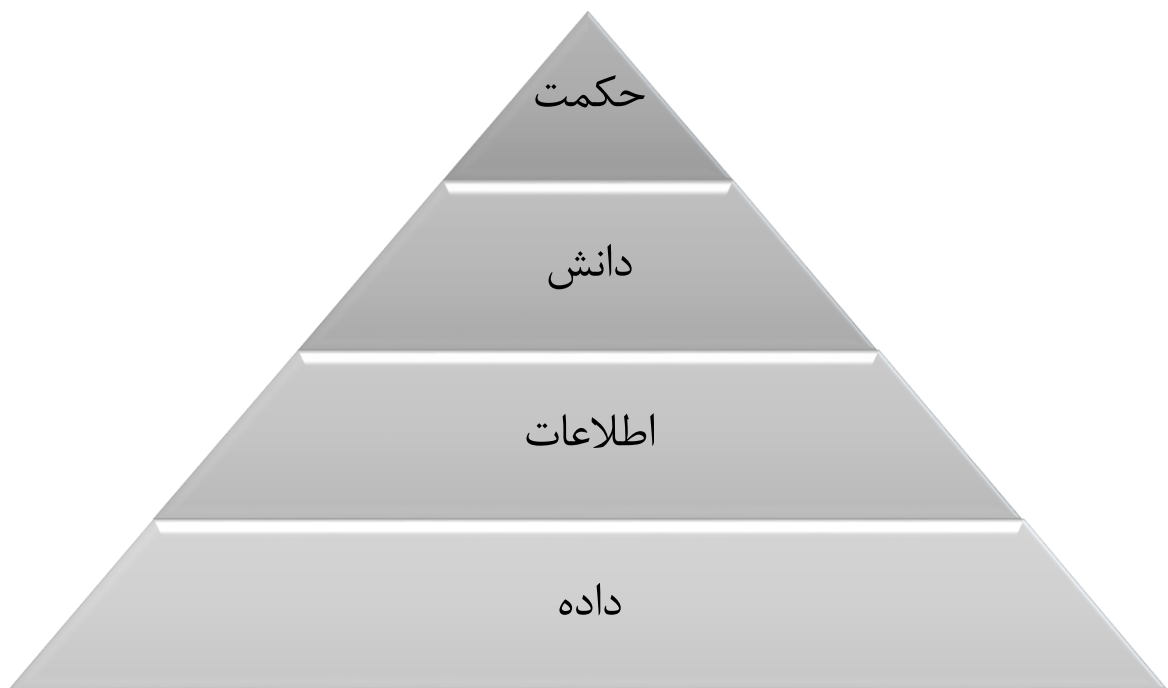
^۶Information

اطلاعات یا Information است [به عنوان مثال، متوسط قد دانشجویان یک کلاس، اینکه ده درصد ثروتمند جمعیت ایران، چند درصد ثروت ایران را در اختیار دارند. اینکه بیشترین حجم پس انداز در یک بانک، توسط چه گروه سنی از مشتریان انجام می شود؟]

(۳) دانش^۷ یکپارچه کردن و انتخاب کردن و دسته بندی اطلاعات است که با هدف خاصی صورت می گیرد. [بررسی توزیع قد دانشجویان یک کلاس یا تهیه گزارشی از فاصله طبقاتی در کشور یا تهیه اطلاعات اولیه برای بازاریابی خدمات بانک].

(۴) راسل، حکمت و پختگی^۸ را آخرین لایه این هرم می داند. لایه ای که انسان در آن به «چرا»ها فکر می کند. زیبایی ها را در دنیای اطراف تشخیص می دهد، می کوشد تا برای دنیا «ارزش» ایجاد کند. او حکمت را بسیار شخصی می داند و لباسی که بر اساس تلاش و تجربه و تفکر، بر تن هر انسانی دوخته می شود (ACKOFF, 1967).

شکل ۱-۰۰: مراتب دانش از دیدگاه راسل اکاف



منبع: (ACKOFF, 1967)

^۷Knowledge

^۸Wisdom

با توجه به توضیحات مذکور در این تحقیق تأکید ما بر روی اطلاعات است که سعی می‌شود مسائل مربوط به آن مورد تحلیل و بررسی قرار گیرد.

باز^۹

یک بسته داده را "باز" می‌گوییم اگر برای هرکسی رایگان و آزادانه در دسترس باشد. بتوان از آن استفاده کرد به اشتراک گذاشت و بروی آن اقداماتی همچون ویرایش، محاسبات و تحلیل انجام داد. (opendefinition.org, 2016)

داده باز^{۱۰}

داده باز در اصل به این ایده کلی اطلاق می‌شود که بعضی از داده‌ها باید در دسترس عموم مردم باشد و افراد بتوانند استفاده کنند یا انتشار دهند. بدون هیچ محدودیت حق انتشار معنوی و سیستم کنترلی‌های دیگر. این اطلاعات باید کامل بوده و اصلی باشند (اطلاعات سوخته نباشند) به موقع در دسترس قرارگیرند و امکان ماشین-خوان بودن داشته باشند (pdf نباشند بلکه word excel و ...) برای استفاده از اطلاعات تبعیضی وجود نداشته باشد و همچنین با فرمتی تهیه شوند که اختصاص به ارگان خاصی ندارد. (Auer, Christian, Kobilarov, Lehmann, Cyganiak, & Ives, 2007)

دولت باز^{۱۱}

دکترین دولت باز می‌گوید: شهروندان حق دارند به اطلاعات دولت دسترسی داشته باشند و قدرت بررسی و نظارت بر حکومت را داشته باشند و دولت باید اجازه نظارت عمومی موثر را بر فعالیت‌هایش بدهد. (Lathrop & Ruma, 2010) ریشه این ایده که دولت باید در برابر نظارت عمومی باز باشد حداقل به دوره روشنگری^{۱۲} برمی‌گردد در آن زمان فیلسوفان زیادی پرده‌برداری از اقدامات استبدادطلبانه حکومت‌ها را وظیفه خود می‌دانستند. (Habermas, 1962)

^۹Open

^{۱۰}Open data

^{۱۱}Open government

^{۱۲}Enlightenment

شفافیت^{۱۳}

شفافیت به معنای میزان دسترسی افراد جامعه به اطلاعات است. شفافیت در جامعه، مبنای ساختی برای رسیدن به بازار آزاد و کارا است (www.investopedia.com, 2016) تا جایی که موسسه شفافیت بین الملل^۴ شاخصی را برای نشان دادن شفافیت در هر کشور و امکان مقایسه بین کشورها ارائه کرده است.^{۱۵}

موضوعات مهم شفافیت

مشارکت مردمی^{۱۶}

یکی دیگر از مفاهیم و موضوعات مهم در شفافیت اطلاعات مسأله مشارکت مردمی است. در توضیح باید گفت که باتوجه به افزایش روزافزون جمعیت، دولت‌ها برای اداره کشور راه‌های مختلفی در پیش‌رو دارند، بعضی به فکر گسترش بروکراسی‌ها هستند و بعضی هم روی مشارکت مردمی و برون‌سپاری‌ها سرمایه‌گذاری کرده‌اند. دسته دوم به خوبی دریافته‌اند که باید بسیاری از امور را بر بستر فضای مجازی به مردم بسپارند. پیش‌بینی می‌شود جمعیت جهان تا سال ۲۰۵۰ بیش از ۵۰ درصد جمعیت موجود رشد کند (Ehrlich, 2008 & Ehrlich). پس اداره حکومت‌ها با ساختارهای بروکراسی و اداری موجود همخوانی نخواهد داشت. از طرفی در بسیاری از تجربه‌ها، ما شاهد آن هستیم که موضوعات زیادی در جهان بر عهده مردم نهاده شده و نتایج مناسبی دیده شده از جمله: نظارت بر دولت^{۱۷}، مبارزه با فساد^{۱۸}، امنیت، جلوگیری از اصراف دولتی^{۱۹}، تصمیم‌گیری، کسب و کار^{۲۰}، مشارکت مردمی^{۲۱} کنترل وعده‌های انتخاباتی^{۲۲} و همچنین سلامت.^{۲۳}

^{۱۳}Transparency'

^{۱۴}International Transparency

^{۱۵} البته توضیح این شاخص از این مطالعه خارج است.

^{۱۶}Partnership

^{۱۷}<http://www.ipaidabribe.com/>

^{۱۸}<http://anti-corruption.gov.af/fa>

^{۱۹}<https://www.lapor.go.id/>

^{۲۰}<http://www.cagw.org/>

^{۲۱}<https://s-a-m.com/>

^{۲۲}<http://ayaronline.ir/1394/03/126061.html>

^{۲۳}<http://proc.setadiran.ir>

^{۲۴}<https://www.placespeak.com>

^{۲۵}<http://www.theymadeapromise.com/>

^{۲۶}<http://atuservicio.uy/>

فضای مجازی برای مردم و حکومت‌ها بستری فراهم کرده که به راحتی بتوانند در فضای شفاف اقتصادی به سرمایه‌گذاری و تولید بپردازند و تصمیمات اقتصادی خود را آگاهانه اتخاذ کنند. لذا باید بتوان هرچه بیشتر در این بستر به بهبود فضای اقتصاد و کسب و کار کمک کرد. نیاز به مشارکت مردمی در بازارهای مختلف اقتصادی کاملاً مشهود است. بازارهای کالا و خدمات، بازار ارز، بازار نیروی کار و...

البته شایان ذکر است در سایه فضای مجازی فعالیت‌ها از اقتصاد پولی به اقتصاد غیرپولی انتقال می‌یابند. تعداد زیادی از شرکت‌ها کارهایی را که سابق برای کارمندان‌شان انجام می‌دادند، از مشتریان خود می‌خواهند. برای مثال استفاده از دستگاه‌های خودپرداز بانکی با تمام قابلیت‌های آن باعث می‌شود تا تعدادی از کارمندان بانک کم‌کار شوند. این فعالیت تولیدی - مصرفی است. یا اینکه قبلاً نگاتیو عکس‌ها را به عکاسی‌ها می‌دادیم تا ظاهر کنند. امروزه این کار را به راحتی در خانه انجام می‌دهیم. در آینده شاهد انفجار کارهای بی‌مزد خواهیم بود. به زودی بیش از یک میلیارد نفر بالای ۶۰ سال خواهند داشت. آنان کارهایی را که پزشکان برایشان انجام می‌دادند، خودشان انجام خواهند داد، مانند آزمایش ادرار و تشخیص بیماری‌ها. به این ترتیب ما در اقتصاد پولی فناوری می‌خریم و در اقتصاد غیرپولی به کار می‌بریم. این کار باعث ایجاد ارزش جدید در اقتصاد پولی می‌شود. تافلر پیش‌بینی می‌کند که به زودی تولید کامپیوتری یک کارخانه در هر خانه تاسیس خواهد کرد (Toffler, 1980).

مشارکت مردمی ابعاد دیگری هم دارد در بعضی مناطق امنیت و راهنمایی رانندگی^۷ هم به وسیله مشارکت مردم و دولت در حال برقراری است. ابزارهای مختلفی برای مشارکت مردمی در پیوست بررسی شده است، ولی بستر مناسب این ابزار یک پورتال شهروندی^۸ است که در بعضی نقاط راه ارتباطی مناسبی بین شهروندان و مسئولین یک شهر برقرار می‌کند.

شفافیت اطلاعات دولت^{۲۹}

یکی دیگر از موضوعات مهم شفافیت اطلاعات دولت است. سیاست شفافیت اطلاعات دولت به معنای این است که دولت امکان دسترسی به داده‌های باز را به مردم بدهد، بدون وجود حریم امنیتی و شرایط خاص. نحوه اقدام دولت‌ها به ارائه اطلاعات به نوع عملکردشان و نگاه مردم به این پدیده برمی‌گردد. (Meijer, 2012, ص. ۱-۵) این

^۷<http://content.met.police.uk/Home>

^{۲۸} برای مثال میتوان به پورتال شهروندی در فیلا دلفیا اشاره کرد: <http://imgur.com>

^{۲۹}Transparency in government

سیاست در برابر تعریف سنتی‌ای است که رابرتس^{۳۱} در سال ۲۰۰۶ ارایه کرده بود. رابرتس نظرش این بود که شفافیت دولت به معنای نشت و انتشار اطلاعات دولت به منظور برافروختن

خشم عمومی برای اعتراضات است^{۳۲} (Roberts, 2006). این تغییرات در تعریف شفافیت باعث شد دولت شفاف به امری همه پسند مبدل گشته و از "هیولای خطرناک برای ترساندن سیاستمداران" به یک عنوان "جذاب" تبدیل گردد. همچنین شعاری زیبا برای نامزدهای انتخاباتی است (Meijer, 2012, ص. ۳-۹).

از طرفی ارایه گزارشات شفاف از سوی هر نهادی اثر محرک دیگری هم دارد که ناشی از تلاش فرستنده اطلاعات برای بهبود کیفیت اطلاعاتش است. برای مثال، افشای پیش‌بینی‌های بانک مرکزی می‌تواند موجب شود تا این نهاد بهترین طرح‌های کلان اقتصادی را اتخاذ نماید (حصار زاده، ۱۳۹۱). دیوید کامرون نخست‌وزیر وقت انگلیس درباره شفافیت می‌گوید: «(شفافیت) می‌تواند استانداردها را ارتقاء بخشد. تمامی شواهد نشان می‌دهند زمانی که شما اطلاعات عملکرد مشاغل را می‌دهید، همچنان که افراد از بهترین‌ها یاد می‌گیرند، مسابقه‌ای برای رسیدن به بالاترین سطح بوجود می‌آید. برای مثال، پنج سال پیش امکان دسترسی، درک و استفاده از اطلاعات مرگ و میر جراحی‌های قلب برای عموم مردم بسیار آسان شد. حدس بزنید چه اتفاقی افتاد؟ نرخ مرگ و میر به سرعت کاهش یافت. پزشکان ما، معلمان و همچنین پلیس ما بسیار مشتاق‌اند تا عملکرد خود را بهبود بخشند و به بهترین سطح ممکن برسند. اگر با آن‌ها صحبت کنید، با سرخوردگی به شما خواهند گفت که به شدت نیازمند این اطلاعات و این فرصت هستند. (۲۰۱۱، ۲۰۱۱)^{۳۳}

بنابراین سیر تاریخی برخورد مردم و حکومت‌ها با ارایه اطلاعات به سه قسمت تقسیم می‌شود: قسمت اول که قبل از رابرتس بودند و شفافیت را ابزاری برای تخریب دولت می‌دانستند. قسمت دوم کسانی که برای محبوبیت و کسب آرای مردم شعار شفافیت می‌دادند و قسمت سوم زمانی است که دولت‌ها و مردم به این نتیجه رسیدند که شفافیت اطلاعات دولت برای هرکدام از طرفین منافع زیادی دارد. ما هم در این گفتار دیدگاه سوم را در پیش رو داریم.

^{۳۱}Roberts

^{۳۲}Leak, publish and wait for public outrage .

^{۳۳}<http://www.telegraph.co.uk/news/politics/david-cameron/8621560/David-Cameron-We-are-creating-a-new-era-of-transparency.html>

پاسخگویی^{۳۳}

موضوع دیگر پاسخگویی است. بدین معنا که حسابداری یا پاسخگو بودن دولت به معنای آن است که عوامل و دستگاه‌های دولتی موظف باشند سوالات و پیگیری‌های مردم را در رابطه با روندهای اجرایی پاسخ دهند. این پاسخگویی موجب می‌شود نهادها و کارگزاران دولتی جوابگوی تعهدات و عملکردهای خود به مردم باشند. این امر باعث می‌شود تعهدات مسئولین تا زمان اجرا زیر ذره‌بین سوالات مردم پیگیری شود.^{۳۴} شفافیت در دولت با ایجاد فضای پاسخگویی برای دولت حاصل می‌شود. اگر دولت‌ها در فضای شفاف به اداره حکومت بپردازند؛ مردم اجازه پیدا می‌کنند دولت را کنترل کنند. در نتیجه کنترل مردمی دولت، فساد دولتی کاهش یافته و رشوه‌خواری و بزه‌کاری‌های دیگر قابل کنترل می‌شوند. برخی صاحب‌نظران بر این باورند که یک دولت شفاف و داده باز که اجازه انتشار اطلاعات را می‌دهد خود باعث رشد اجتماعی و افزایش درک مردم از شرایط جامعه می‌شود (Schauer, ۲۰۱۰).

با توجه به موضوعات مطرح شده، اکنون که موضوعات و مفاهیم اولیه توضیح داده شد، لازم است جایگاه شفافیت در نظام اقتصادی و علم اقتصاد تبیین شود. زیرا طراحی نظام مسائل اقتصاد فضای مجازی بدون در نظر گرفتن موضوعات اقتصاد که مبنا است میسر نخواهد بود.

جایگاه شفافیت در اقتصاد متعارف

شفافیت در اقتصاد کلان

در دیدگاه‌های اقتصاد کلان شفافیت اطلاعات در سیستم اداره متغیرها تغییرات اساسی ایجاد کرده است. اگر اقتصاد یک جامعه (مجموعه‌هایی از صنایع و بنگاه‌های اقتصادی) را مجموعه‌ای از جزایر جدا از هم ببینیم که در محدوده‌ی یک کشور هستند و با هم روابط اقتصادی تنگاتنگ دارند، متوجه می‌شویم تحولات و تصمیمات هر یک بر دیگری اثر دارد. در این دیدگاه اطلاع از اوضاع جزایر بر تصمیمات تاثیر می‌گذارد و هرچه این اطلاعات شفاف‌تر باشد به تصمیمات اقتصادی بهتری می‌رسند و بهره‌وری اقتصاد بالاتر می‌رود، در اینجا نیاز است دو نظریه مهم اقتصادی را نام ببریم.

نظریه اول مربوط به رابرت لوکاس است. ایشان برنده جایزه نوبل اقتصاد در ۱۹۹۵، بر روند تفکر اقتصاد کلان جدید تاثیر به‌سزایی داشته است. مقاله معروف انتظارات و خنثایی پول وی در ۱۹۷۲ مبانی قدرتمندی را از اقتصاد

^{۳۳}Accountability

^{۳۴} برای نمونه سایت <http://www.theymadeapromise.com> برای پیگیری وعده های انتخاباتی فعالیت می‌کند.

ریاضی پیشرفته برای منحنی فیلیپس و تحلیل نوسانات اقتصادی ارائه می‌دهد. وی خنثی بودن پول را در یک فضای تداخل بین نسلی (OLG) با اقتصادی شامل دو بازار جزیره‌ای با جمعیت ثابت بررسی می‌کند. نتیجه اصلی مطالعه وی این است که وجود نقص در اطلاعات باعث می‌گردد تا کارگزاران اقتصادی در تشخیص تغییر قیمت‌های نسبی از قیمت‌های اسمی با مشکل مواجه شده و لذا رابطه بین تولید و تورم در کوتاه مدت برقرار می‌گردد. در ۱۹۷۳ وی نمونه تجربی از نظریه خود را با استفاده از داده‌های آماری کشورهای صنعتی طی یک سخنرانی ارائه داد. وی در این سخنرانی به بیان مجدد مدل خود اما در یک بازار متمرکز پرداخت و همان نتایج قبلی را مورد تایید قرار داد.

عنصر کلیدی در تحلیل لوکاس، مربوط به ساختار مجموعه اطلاعات موجود برای فعالان اقتصادی به خصوص تولیدکنندگان است و بیان می‌گردد در حالی که یک بنگاه قیمت جاری کالای خود را می‌داند، سطح عمومی قیمت در بازارهای دیگر، فقط با یک وقفه زمانی برای بنگاه روشن می‌گردد. در نتیجه زمانی که بنگاه یک افزایش در قیمت جاری محصولاتش را تجربه می‌کند، دو حالت ممکن است رخ داده باشد؛ حالت اول این است که تقاضای واقعی برای کالای تولیدی آن بنگاه افزایش یافته است و در نتیجه افزایش قیمت محصول بنگاه، بیانگر افزایش قیمت نسبی کالای تولیدی نسبت به سایر کالاها می‌باشد و بنابراین بنگاه باید با افزایش مقدار عرضه خود، واکنش عقلایی و بهینه نشان دهد.

حالت دوم این است که صرفاً یک افزایش تقاضای اسمی در تمامی بازارها رخ داده است و در نتیجه منجر به افزایش سطح عمومی قیمت در تمامی بازارها می‌گردد و بنابراین قیمت‌های نسبی ثابت بوده و واکنش بهینه تولیدکننده این است که مقدار عرضه کالای خود را تغییر ندهد. در نتیجه هر بنگاه در صورت مشاهده تغییر قیمت، با مساله‌ای با عنوان «استخراج علائم» مواجه می‌گردد، چرا که بنگاه باید تشخیص دهد که در هر تغییر قیمت، حالت اول رخ داده است و در نتیجه تغییر قیمت منجر به تغییرات نسبی در قیمت‌ها گشته است یا آنکه حالت دوم رخ داده است که در نتیجه تغییر قیمت صرفاً منجر به تغییرات اسمی در سطح عمومی قیمت‌ها شده است. (Lucas, 1972, pp. 103-124) همانطور که می‌بینیم بنگاه‌ها برای قیمت‌گذاری صحیح محصولات نیاز به شفافیت اطلاعات بازار دارند. از طرفی وقتی بنگاه‌های اقتصادی را در یک مجموعه جهانی می‌بینیم، باید در نظر داشته باشیم که این نظریه نیاز به تعریف مجدد دارد.

شفافیت در اقتصاد خرد (مدل بازار رقابت کامل)

در نگاه اقتصاددانان خرد عدم تقارن اطلاعات از عوامل شکست بازار بوده و تلاش برای شفافیت اطلاعات یکی از راه‌حل‌های جلوگیری از شکست بازار^{۳۵} است. شکست‌های بازار ناشی از عدم دریافت اطلاعات کافی یا مناسب درباره مواردی مانند قیمت‌ها توسط بازار می‌باشد. یکی از مصادر اختلاف نظر در مورد دخالت دولت در اینجاست. میلتون فریدمن^{۳۶} معتقد است که بسیاری از شکست‌های بازار را می‌توان بدون قوانین دولتی و از طریق افشای (شفافیت) اطلاعات حل نمود. دخالت دولت برای قوانین افشای اطلاعات ضروری است، اما نحوه عملکرد کسب و کارها را به طور جدی قانونمند نمی‌کند. در عوض، شفافیت اطلاعات به بازار امکان می‌دهد به رفتار آنها واکنش نشان دهد؛ مشتریان می‌توانند با خریدهای خود به کسب و کارها رأی دهند و اطلاعات بهتری درباره شرکت‌های تولید کننده به دست می‌آید. (Friedman, 1962)

به نظر فریدمن دولت‌ها می‌توانند در حل عوامل بیرونی بازار نقش داشته باشند، اما تنها زمانی که مسائل انتقال اطلاعات را حل کنند، نه اینکه اطلاعات فعلی را پنهان نمایند. (Friedman, 1962). وقتی قیمت‌ها مانیتور شوند و همه مردم بتوانند به قیمت‌ها دسترسی داشته باشند شرایط مناسبی برای ایجاد رقابت کامل به وجود می‌آید، شکست بازار خنثی شده و قیمت‌ها به صورت شناور به سمت تعادل می‌رود.

^{۳۵} شکست بازار (market failure) یک مفهوم در تشریح نظریه اقتصادی است زمانی که تخصیص کالاها و خدمات توسط یک بازار آزاد کارآمد نیست؛ یعنی پیامد قابل تصور دیگری وجود دارد جایگاه سهم یک بازار ممکن است بهتر شود بدون بدتر کردن دیگری (پیامد بهینه پارتو نیست) شکست‌های بازار می‌توانند مانند فیلمنامه نگریسته شوند که در آنها نفع شخصی خالص حرفه فرد منتهی به نتایجی می‌شود که ناکارآمد هستند-می‌تواند با بهبود نقطه دید اجتماع بهبود یابد-اولین استفاده شناخته شده از این عبارت در سال ۱۹۵۸ بود اما این مفهوم به وسیله فیلسوف و ویکتوریایی "هنری سیدویک" تعقیب شده است. شکست‌های بازار اغلب با اطلاعات نامتقارن، بازارهای غیر رقابتی، مسائل کارگزار-کارفرما، اثرات برونی یا کالاهای عمومی همگام شده است. وجود شکست بازار اغلب بعنوان یک تصدیق برای مداخله دولت در یک بازار خاص استفاده می‌شود. اقتصاددانان خرد اغلب نگران اثرات شکست بازار و راه‌های ممکن برای تصحیح هستند. چنین تجزیه و تحلیل‌هایی نقش مهمی در بسیاری از تصمیمات و مطالعات سیاست عمومی بازی می‌کنند، هرچند برخی از مداخلات سیاسی دولت مانند مالیات، یارانه‌ها، چتربازی‌ها، کنترل‌های دستمزد و قیمت و مقررات دربر گیرنده کوشش‌هایی برای شکست کامل بازار است هم چنین ممکن است به تخصیص ناکارآمد منابع منتهی شود. (گاهی اوقات شکست دولت خوانده می‌شود) بنابر این گاهی اوقات یک انتخاب بین پیامدهای ناتمام وجود دارد عبارت دیگر پیامدهای بازاری ناقص یا مداخله دولت یا بدون مداخله دولت، اما به هر حال در صورت وجود شکست بازار پیامد کارای پارتو نیست. روند کلی اقتصاددانان نئوکلاسیک و کیترین براین باور استوار است که شاید این امکان برای دولت وجود داشته باشد که پیامد بازار ناکارآمد را بهبود بخشد.

بحث درباره نقش اطلاعات در اقتصاد، از بازاریابی و زیر سؤال بردن یکی از فرض‌های نظریه رقابت کامل در بازار شروع شد. این فرض بر این مبنا است که تمام شرکت‌کنندگان در بازار، از تمام قیمت‌ها و تمام اطلاعات فناورانه مربوط، آگاهی کامل دارند. بدین معنا که از یک سو، بنگاه‌ها قیمت‌های تمام کالاهایی را که احتمالاً می‌توانند تولید کنند و فناوری تولید این کالاها و نیز قیمتی که در آن می‌توانند نهادهای لازم را خریداری کنند، می‌دانند. از سوی دیگر، تمام افراد هم از قیمت‌هایی که در آن می‌توانند تمام کالاها را خریداری کنند و منابع‌شان را به‌طور کلی و به‌خصوص نیروی کارشان را بفروشند، آگاه هستند.

به عبارت دیگر فرض می‌شود که مصرف‌کنندگان، صاحبان منابع و بنگاه‌هایی که در بازار هستند، درباره وضعیت حال و آینده قیمت‌ها و هزینه‌ها و فرصت‌های اقتصادی بازار، اطلاعات کامل دارند؛ بنابراین مصرف‌کنندگان قیمتی بیش از آنچه لازم است، برای کالا نمی‌پردازند. تفاوت قیمت‌ها به سرعت از بین می‌رود و در سراسر بازار برای هر کالا تنها یک قیمت مطرح می‌شود. منابع به پیشنهاد دهنده بالاترین قیمت، فروخته می‌شود و با داشتن اطلاعات کامل از جریان قیمت‌ها و هزینه‌ها در حال و آینده، تولیدکنندگان به طور دقیق می‌دانند که چه میزان باید تولید کنند.

با توجه به مطالب مذکور، در اقتصاد خرد مفاهیم دیگری در خصوص شفافیت اطلاعات ایجاد شد که در ادامه به این مسائل می‌پردازیم:

سایر مفاهیم خرد شفافیت اطلاعات^{۳۷}

تقارن و عدم تقارن اطلاعات

اینکه اطلاعات چگونه است؛ در تعیین مکانیزم قیمت اطلاعات و رسیدن به کارایی اهمیت دارد. اگر اطلاعات در دسترس همگان یکسان بوده و همه افراد حاضر در بازار مورد نظر اطلاعات یکسانی داشته باشند، گوییم فرض تقارن اطلاعات برقرار بوده و هیچ‌کس به علت نداشتن اطلاعات در معرض عدم دستیابی به کارایی قرار نخواهد گرفت. ضمن آنکه برقراری اطلاعات متقارن یکی از فروض تشکیل بازار رقابت کامل است.

وجود اطلاعات متقارن ضرورتی برای مطرح شدن اقتصاد اطلاعات ایجاد نمی‌کند. از آنجا که در واقعیت افراد حاضر در بازار خاص نسبت به امر مورد نظر اطلاعات یکسانی ندارند، لذا افراد با عدم تقارن اطلاعات مواجه بوده و از این ناحیه امکان عدول از بهینه پرتو به آسانی امکان‌پذیر خواهد بود.

^{۳۷} این مفاهیم برگرفته از منابع زیر است. (کریمی، ۱۳۹۰) (طیبیان، ۱۳۸۸) (شاکری، ۱۳۸۶) (میر جلیلی، ۱۳۸۶)

اطلاعات نامتقارن

اطلاعات نامتقارن در واقع حالت خاصی از اطلاعات ناکامل است که در اکثر مسائل اقتصادی شایع است. عمده بحث‌ها در اقتصاد اطلاعات به مساله اطلاعات نامتقارن مربوط می‌شود. یعنی موقعیتی که در آن یک عامل اقتصادی در مورد مبادله خود اطلاعات خاصی دارد که طرف دیگر مبادله آن اطلاعات را ندارد. مثلاً کارگر در فروش نیروی کار خود به کارفرما در مورد نحوه و میزان تلاش و بهره‌وری خود، از اطلاعات بیش‌تری برخوردار است تا کارفرما. از این جهت رفتار عاملان اقتصادی در شرایط عدم تقارن اطلاعات بطور حتم با تعامل‌های استراتژیک همراه است. نکته‌ای که در اینجا باید تاکید شود این است که معمولاً طرف مبادله با اطلاعات بیش‌تر می‌خواهد فرد کمتر مطلع را استثمار کند. این رفتار فرصت‌طلبانه منجر به از بین رفتن ویژگی‌های خوب بازار رقابت کامل و بروز عجز و نقص بازار رقابت ناقص می‌شود. در کل می‌توان گفت که اطلاعات نامتقارن موجب بروز دو نوع رفتار فرصت‌طلبانه انتخاب بد (کژگزینی) و مخاطره اخلاقی (کژمنشی) می‌شود. (شاکری ع. ، ۱۳۸۶)

انتخاب بد و نامناسب

کژگزینی نوعی رفتار فرصت‌طلبانه است که در موقعیتی رخ می‌دهد که در آن یک فرد با اطلاعات بیش‌تر از مبادله سود برده و مزیت کسب می‌کند یا اساساً در جایی بروز می‌کند که یک فرد مطلع با یک فرد با اطلاعات کمتر در مورد یک مشخصه خاص غیرقابل مشاهده از وی (فرد مطلع) قرارداد می‌بندد. مثلاً افرادی که با درجه معینی از ریسک از بانک‌ها اعتبار می‌گیرند، در مورد اندازه ریسک و وضعیت خود بیش از بانک‌ها مطلع‌اند. برای حل این مشکل از روش‌هایی استفاده می‌شود که منجر به برابرسازی اطلاعات شوند: علامت دهی و غربال کردن.

علامت دهی

علامت دادن^۸ اقدامی است که توسط فرد مطلع انجام می‌شود تا برای فرد کمتر مطلع در مبادله اطلاعات بفرستد تا از این طریق از بروز کژگزینی جلوگیری شود. مانند کارگرانی که در موقع استخدام سعی می‌کنند تا به کارفرما بفهمانند که دارای توانایی لازم هستند. حتی در مصاحبه استخدام سعی می‌کنند که با سر و وضع مناسب حاضر شوند، به موقع حاضر شوند، آدامس نجوند و با ارائه مدارک مربوط به آموزش‌ها در مورد سابقه و تجربه خود به کارفرما علامت بدهند تا در کل مشکل کژگزینی رخ ندهد.

غربال کردن

غربال کردن^۹ اقدامی است که توسط فرد غیرمطلع انجام می‌شود تا وی به تمام یا بخشی از اطلاعاتی که فرد مطلع دارد دست یابد. مانند خریدار ماشین دست دومی که قبل از خرید چند بار سوار ماشین می‌شود تا از کیفیت آن مطلع شود. از این طریق طرف‌های نامطلع سعی می‌کنند عدم مزیت اطلاعاتی خود را از طریق غربال کردن و جمع‌آوری اطلاعات در مورد مشخصات مشاهده نشده افراد مطلع، از بین ببرند. بنابراین افرادی که اطلاعات کمتری دارند و پس از غربال کردن، اطلاعات بیش‌تری کسب می‌کنند. چه بسا از امضا قرارداد امتناع کرده یا شرایط آن را تغییر داده و یا مثلاً قیمت را تعدیل کنند.

مخاطرات اخلاقی

کژمنشی وقتی اتفاق می‌افتد که طرفی که اقدامات وی قابل مشاهده نیست احتمال رخداد حوادث را تحت تاثیر قرار دهد یا احتمال پرداخت توسط طرف دیگر را افزایش می‌دهد. کژمنشی موجب استفاده ناکارا از منابع می‌شود. در قرارداد میان مدیر و کارگزار، مدیر با کارگزاری قرارداد می‌بندد که اقدامی انجام دهد که به نفع مدیر باشد. اما کارگزار ممکن است در صورت عدم نظارت مستقیم مدیر، این اقدام تعهد نموده را خوب انجام ندهد. و مرتکب کژمنشی شود. مثلاً کارفرما با کارگر قرارداد می‌بندد که به ازای هر ساعت ارائه خدمات کار، دستمزد معینی به وی بپردازد. کارگر هم متعهد می‌شود که تلاش خود را حین کار انجام دهد اما وقتی تحت نظارت مستقیم نباشد ممکن است کم‌کاری کند و تعهد خود را انجام ندهد.

اقتصاد اطلاعات

برای پاسخ به این سوال که "اگر اطلاعات بدین‌گونه برای طرفین آشکار و مهیا نباشد چه می‌شود؟" موضوعی تحت عنوان اقتصاد اطلاعات پدید آمد که در ذیل به طور خلاصه بیان می‌گردد:

منظور از اقتصاد اطلاعات، بررسی چگونگی توزیع اطلاعات بین عاملان اقتصادی و نحوه تأثیرگذاری، وجود یا عدم وجود این اطلاعات بر رفاه عاملان اقتصادی است. منظور از رفاه در این تعریف منافع عمومی عاملان اقتصادی است که به عنوان مثال در مورد مصرف‌کننده به مطلوبیت و در مورد بنگاه به سود اشاره می‌کند. مباحثی از قبیل اطلاعات ناکامل و اطلاعات نامتقارن از جمله مباحثی هستند که در این حوزه مورد بررسی قرار می‌گیرند. (میر جلیلی، ۱۳۸۶)

^۹Screening

فردریش هایک^۴ در مقاله پیشگام خود در سال ۱۹۴۵ به این معتقد است که: «ما باید به نظام قیمت به عنوان مکانیزم انتقال اطلاعات بنگریم» (Hayek, 1945). هایک در ادامه ذکر می‌کند که: چه مسأله‌ای را می‌خواهیم حل کنیم وقتی تلاش می‌کنیم که نظم اقتصادی منطقی بسازیم؟ یک پاسخ این است که اگر ما همه اطلاعات مربوط را داشتیم و می‌توانستیم از نظام معین ترجیحات شروع کنیم و نیز اگر از ابزارهای موجود آگاهی کامل داشتیم، تنها یک مسئله باقی می‌ماند و آن پاسخ به این پرسش است که بهترین راه استفاده از ابزارهای موجود، چیست؟ (Hayek, 1945)

اما «آگاهی» از شرایط مورد استفاده هیچ‌گاه به شکل متمرکز یا ادغام شده، وجود ندارد؛ بلکه این آگاهی صرفاً به صورت اجزای (ذره‌های) پخش شده، ناقص است و تمام افراد جدا از هم، آن را در اختیار دارند. بنابراین مسئله اقتصادی جامعه این است که چگونه منابع «معین» را با استفاده از اطلاعات تخصیص دهیم، درحالی‌که به هیچ‌کس کل آن اطلاعات داده نشده است. برنامه‌ریزی برای تخصیص منابع موجود، مبتنی بر «اطلاعاتی» است که باید به برنامه‌ریز داده شود و از قبل در اختیار او نیست.

چه کسی باید برنامه‌ریزی کند؟ اختلاف نظر درباره این نیست که آیا برنامه‌ریزی باید انجام شود یا نه؛ بلکه در این مورد است که آیا برنامه‌ریزی برای کل نظام اقتصادی باید مرکزی باشد یا باید میان تعداد زیادی از افراد تقسیم شود. اصطلاح «برنامه‌ریزی» که در ادبیات اقتصادی متداول است، به معنای برنامه‌ریزی مرکزی است؛ یعنی هدایت کل نظام اقتصادی طبق یک برنامه یکپارچه انجام شود. رقابت به معنای برنامه‌ریزی غیر متمرکز است و تعداد زیادی از افراد، جداگانه آن را انجام می‌دهند. اینکه کدام یک از این دو نظام، کارایی بیشتری دارد، عمدتاً به پاسخ این پرسش بستگی دارد که کدام یک از «اطلاعات» موجود در جامعه کامل‌تر استفاده می‌کنند. در یک نظام اقتصادی متمرکز باید تمام اطلاعات به مقامات برنامه‌ریز مرکزی منتقل شود؛ اطلاعاتی که ابتدا میان تعداد زیادی از افراد مختلف پخش شده بود. راه دیگر، انتقال «اطلاعات اضافی» به افراد برحسب نیازشان است تا بتوانند برنامه‌هایشان را با برنامه دیگران هماهنگ کنند. اگر توافق کنیم که مسئله اقتصادی جامعه عمدتاً انطباق با تغییرات در شرایط زمان و مکان است، در این صورت تصمیمات نهایی باید به افرادی واگذار شود که با این شرایط آشنا باشند و تغییرات و منابع موجود انجام آن را می‌شناسند. نمی‌توانیم انتظار داشته باشیم که با انتقال این آگاهی به یک هیئت مرکزی و ادغام تمام اطلاعات، فرامین هیئت صادر شود؛ بلکه باید این مسئله را با عدم تمرکز حل کنیم. با

^۴Friedrich August von Hayek

عدم تمرکز این اطمینان حاصل می‌شود که اطلاعات مربوط به مقتضیات خاص زمان و مکان، بلافاصله مورد استفاده قرار می‌گیرد.

نظام قیمت، مکانیزمی برای انتقال اطلاعات است. مهم‌ترین واقعیت نظام قیمت، اطلاعاتی است که براساس آن عمل می‌شود. هر شرکت‌کننده در نظام قیمت، به طور انفرادی اطلاعات اندکی لازم دارد تا بتواند اقدام درست را انجام دهد. حل مسائل نظام قیمت با تعامل افرادی است که هر یک تنها «اطلاعات جزئی» دارند. اطلاعات انسان کامل نیست و به کسب مستمر و انتقال اطلاعات نیاز دارد.

هایک در سخنرانی دریافت جایزه نوبل (۱۹۷۴)، بازار را یک «نظام اطلاعاتی» دانست که برای استفاده از اطلاعات پخش شده، در مقایسه با هر مکانیزم دیگری که بشر آگاهانه طراحی کرده است، مکانیزم کاراتری دارد. با توجه به این‌که مفاهیم و مسائل شفافیت در بخش‌های قبل تبیین شد، در پایان به ابزارها و سیاست‌های لازم برای ایجاد شفافیت در اقتصاد اشاره می‌شود:

ابزارها و سیاست‌های شفافیت اطلاعات اقتصادی

به‌منظور ایجاد شفافیت اطلاعات ابزارها و سیاست‌هایی وجود دارد. جدول زیر حاوی دسته‌بندی انواع سیاست‌ها و ابزارهای شفافیت اطلاعات است که توسط محققین جمع‌آوری شده است:

جدول ۱-۰: ابزارها و سیاست‌های شفافیت اطلاعات

سیاست	ابزار	مزایا	عنوان انگلیسی
اطلاعات آنلاین روی نقشه	نقشه های آنلاین- مکان یاب - GPS	کاهش هزینه حمل و نقل - کیفیت در اطلاع رسانی	Mapping
به اشتراک گذاری مجازی	سایت متنی-نرم افزارموبایل- سیستم های ابری	جلو گیری از فعالیت های موازی- خرید یکسان- موجودی انبار طولانی مدت	Sharing
جمع سپاری مالی	سایت متنی-نرم افزارموبایل-سیستم های ابری	تأمین مالی استارت آپ ها- حمایت از ایده های کار آفرین	Crowdfunding
حسابداری-شفافیت مالی	نرم افزارهای ابری بر کامپیوتر و موبایل - سیستم فروش و انبار داری - فایل های داده باز آنلاین به صورت گوگل درایو و...	ایجاد بازار سهام شفاف و بهینه	Accounting
شفافیت تولید- کنندگان و محصول تولیدی	برند سازی - مشاهده اطلاعات محصول به صورت آنلاین - کدگذاری محصولات	جلوگیری از قاچاق - جلوگیری از تقلب در تولید	Branding
کنترل شفاف بخش- ها	داشبورد مدیریتی-سیستم های نظارتی	کنترل آنی شاخص های مدیریتی - کاهش هزینه های عملیاتی	Management Dashboard
شفافیت کیفیت محصول	شفافیت در استاندارد سازی و طبقه بندی به صورت آنلاین	جلوگیری از تقلب	Standard
مشارکت مردمی	عریضه نویسی مردمی	استفاده از ایده های مردمی در مدیریت کشور -	Citizen Participation

دفتر سوم: فرهنگ

چکیده

در راستای تهیه نقشه‌ای جامع و نظام‌یافته از موضوعات حوزه فرهنگی- اجتماعی فضای مجازی این پژوهش تعریف شده و از دو رویکرد استقرایی و قیاسی بهره برده است. در رویکرد استقرایی که ناظر به گستره عظیمی از مفاهیم و موضوعات فرهنگی و اجتماعی در ارتباط با فضای مجازی است از روش «طوفان فکری» و سپس «نقشه‌نگاری ذهنی» برای احصاء موضوعات فرهنگی و اجتماعی مرتبط با فضای مجازی و نظام‌دادن به آنها استفاده شده است. در رویکرد قیاسی نیز که ناظر به استخراج موضوعات فرهنگی اجتماعی مرتبط با فضای مجازی از دل الگوهای نظام‌مند فرهنگی است، به ترتیب از روش‌های «کتابخانه‌ای»، «ماتریسی» و «نقشه‌نگاری ذهنی» استفاده شده است. نتایج پژوهش گویای این مطلب است که حوزه فرهنگی اجتماعی فضای مجازی گستره عظیمی از موضوعات را شامل می‌شود که نظام دادن به این موضوعات با در نظر داشتن جامعیت و مانعیت کار پیچیده و مشکلی است که با اجرای همزمان رویکرد استقرایی و قیاسی تا حد زیادی این مهم برآورده می‌شود.

مفاهیم کلیدی: فرهنگ، جامعه، فضای مجازی، نگاشت موضوعی

مقدمه و طرح مسئله

فضای مجازی عرصه‌ای است که با ابعاد و حوزه‌های مختلف زندگی انسان سروکار دارد. از جنبه‌های فردی و روان‌شناختی آن گرفته تا جنبه‌های فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی همه و همه در تعامل با فضای مجازی قرار دارند. در این میان حوزه فرهنگی و اجتماعی فضای مجازی از این جهت که ناظر به نرم‌ترین، فراگیرترین و عمیق‌ترین لایه‌های زیست انسان است از اهمیت فزاینده‌ای برخوردار می‌باشد. اهمیت این موضوع بخصوص در رابطه با جمهوری اسلامی ایران از جهات مختلف قابل بررسی است.

اولاً در کشور ما سنت‌ها، آداب، رسوم، اعتقادات و در یک کلام «فرهنگ»، از جایگاه ویژه‌تری نسبت به دیگر جوامع برخوردار است. ثانیاً ما در مواجهه با فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی از جمله اینترنت و فضای مجازی دچار نوعی تأخر فرهنگی هستیم. به عبارت دیگر، این فناوری‌ها پیش از آنکه زمینه فرهنگی آن به وجود آمده باشد، وارد جامعه ما شده‌اند. همین تأخر فرهنگی و عدم سازگاری فناوری‌های نوین با زمینه‌های فرهنگی و اجتماعی جامعه ایرانی، زمینه‌ساز بروز مسائل و آسیب‌های مختلف فرهنگی شده است.

حال، این‌که حوزه فرهنگی - اجتماعی فضای مجازی شامل چه موضوعاتی می‌شود، مسئله‌ای است که این پژوهش در پی تبیین آن برآمده است. به عبارت دیگر این پژوهش در پی تهیه و تدوین نقشه‌ای نسبتاً جامع از موضوعات حوزه فرهنگی اجتماعی فضای مجازی و نظام بخشیدن به آنها ذیل الگوها و مدل‌های مفهومی مدون است. اهمیت این مطالعه در آن است که به سیاست‌گذاران و پژوهشگران فضای مجازی نگاهی کلان و جامع به موضوعات و مسائل این حوزه می‌بخشد.

سؤال پژوهش

- حوزه فرهنگی اجتماعی فضای مجازی شامل چه موضوعاتی می‌شود؟

هدف پژوهش

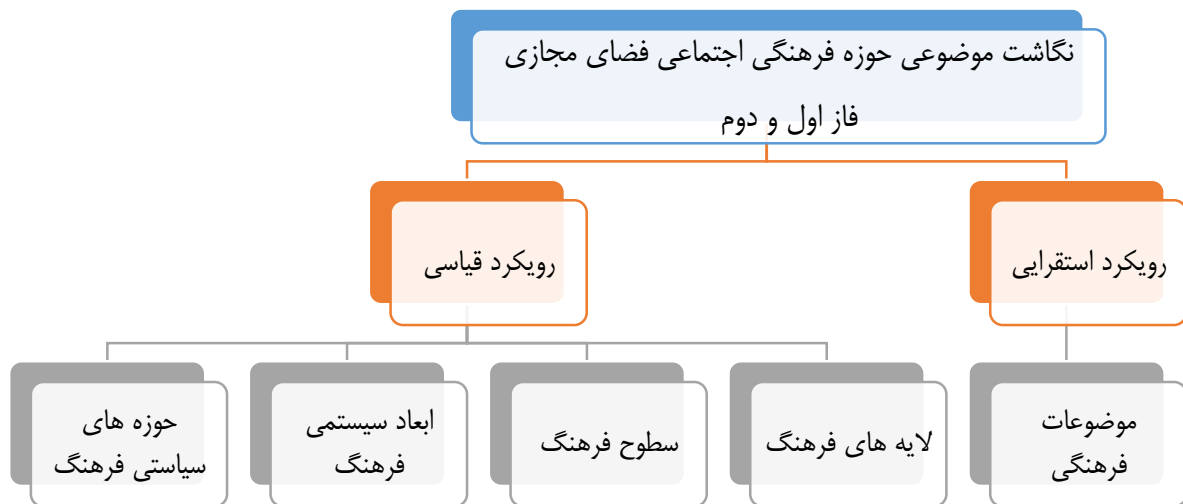
- تهیه نقشه‌ای جامع و نظام‌یافته از موضوعات حوزه فرهنگی - اجتماعی فضای مجازی

ضرورت و اهمیت پژوهش

- نظام بخشیدن به موضوعات و مسائل پراکنده حوزه فرهنگی اجتماعی فضای مجازی
- ایجاد نگاهی جامع به این حوزه و موضوعات و مسائل آن
- تسهیل فرایند مسئله‌شناسی فرهنگی در این حوزه
- تسهیل فرایند پژوهش‌های نظری و کاربردی در این زمینه

روش پژوهش

در گام اول، برای تدوین نگاشت موضوعی از رویکرد استقرایی و در گام دوم از رویکرد قیاسی استفاده شده است. رویکرد استقرایی ناظر به گستره عظیمی از مفاهیم و موضوعات فرهنگی و اجتماعی است که در ارتباط و تعامل با فضای مجازی نیز قرار دارند. در این رویکرد از روش «طوفان فکری» (Brainstorming) و سپس «نقشه‌نگاری ذهنی» برای احصاء موضوعات فرهنگی و اجتماعی مرتبط با فضای مجازی و نظام‌دادن به آنها استفاده شده است. در رویکرد قیاسی اما بر خلاف رویکرد قبل که حرکتی از پایین به بالا داشت، عناوین و موضوعات فرهنگی مرتبط با فضای مجازی از دل الگوهای مفهومی حوزه فرهنگ بیرون آمده و بر اساس این الگوها نظام‌مند می‌گردند. از جمله الگوهای مفهومی مطرح در این حوزه می‌توان به «مدل لایه‌ای فرهنگ»، «مدل سطوح فرهنگ»، «مدل ابعاد سیستمی فرهنگ»، و «مدل حوزه‌های سیاستی فرهنگ» اشاره کرد. در این رویکرد نیز به ترتیب از روش‌های «کتابخانه‌ای»، «ماتریسی» و «نقشه‌نگاری ذهنی» برای احصاء موضوعات فرهنگی و اجتماعی مرتبط با فضای مجازی استفاده شده است.

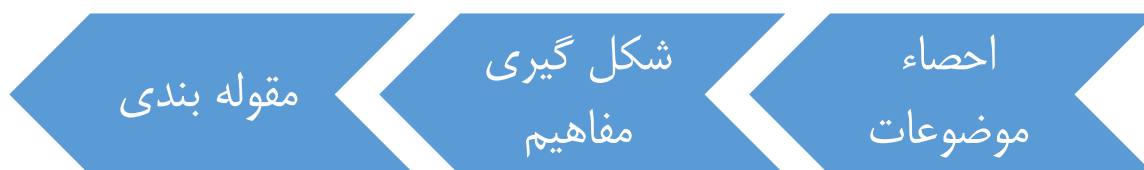


در گام بعدی از روشی تلفیقی برای ترکیب دو رویکرد استقرایی و قیاسی استفاده شده است. به این صورت که با خلق چهار حوزه مفهومی فرهنگ سایبر، سایبر فرهنگی، تأثیرات اجتماعی و فرهنگی فضای سایبر، و کارکردهای اجتماعی و فرهنگی فضای سایبر مفاهیم و مقوله‌هایی که در دو مرحله استقرایی و قیاسی بدست آمده بود، طبقه‌بندی گردیدند. در نهایت این مدل تلفیقی پایه‌ای برای تدوین و طراحی مدل کلان میان‌رشته‌ای مرکز آینده‌پژوهی که میان چهار حوزه فلسفه، اقتصاد، مطالعات اسلامی و فرهنگی- اجتماعی ارتباط برقرار می‌کند، قرار گرفته است.

فاز اول

رویکرد استقرایی

برای تدوین نگاشت موضوعی حوزه فرهنگی اجتماعی فضای مجازی، یک راه آن است که میدان عمل در فضای مجازی را نقطه عزیمت خود قرار داده و به صورت عملیاتی و استقرایی به احصاء موضوعات فرهنگی- اجتماعی مرتبط با آن بپردازیم. در این رویکرد ابتدا مجموعه‌ای از موضوعات فرهنگی و اجتماعی با طوفان فکری ایجاد می‌شود و سپس ذیل مفاهیم و مقوله‌های کلی‌تری دسته‌بندی می‌شوند.



الف) احصاء موضوعات

- تأثیر فضای مجازی بر هویت ملی/قومی/دینی/انقلابی و...
- کارکردهای هویتی فضای مجازی
- مناسبات هویت واقعی و مجازی (بازی هویت)
- سیاستگذاری هویتی فضای مجازی
- فضای مجازی و هویت جهان- وطن
- بدن و فضای مجازی
- خرده فرهنگ ها در فضای مجازی
- فضای مجازی و انسان آینده
- گمنامی هویت در فضای مجازی
- نژادها و قومیت‌های مختلف در فضای مجازی
- سیطره زبان انگلیسی بر فضای مجازی
- تأثیر تعاملات اینترنتی بر خط و نگارش فارسی
- تأثیر تعاملات اینترنتی بر واژه گزینی و تولید واژگان جدید
- آموزش و یادگیری زبان بواسطه اینترنت و فضای مجازی

- زبان ها و گویش های قومی در فضای مجازی
- نشانه شناسی فرهنگی در فضای مجازی
- تقوا و دین داری در فضای مجازی
- تأثیر فضای مجازی بر اعتقادات و باورهای دینی کاربران
- تأثیر فضای مجازی بر دینداری کاربران در سطوح فردی، اجتماعی و سیاسی
- بازنمایی دین و دینداری در فضای مجازی
- تبلیغ دین در فضای مجازی
- امر به معروف و نهی از منکر در فضای مجازی
- آئین ها و مناسک دینی در فضای مجازی (زیارت مجازی و...)
- مکانیسم ارتباطات میان فردی در فضای مجازی
- تأثیر فضای مجازی بر ارتباطات میان فردی در فضای فیزیکی
- مکانیسم ارتباطات گروهی در فضای مجازی و شبکه های اجتماعی
- تأثیر فضای مجازی بر پویایی گروه در فضای فیزیکی
- تأثیر فضای مجازی بر ارتباطات خانوادگی و صله ارحام
- مناسبات مطبوعات و فضای مجازی
- مناسبات تلویزیون و فضای مجازی (IPTV)
- سازوکار ارتباطات میان فرهنگی در فضای مجازی
- تأثیر فضای مجازی بر تکوین جنبش های اجتماعی
- فناوری های نوین اطلاعاتی و ارتباطی در آموزش و پرورش و آموزش عالی
- جایگاه آموزش مجازی (از راه دور) در آموزش رسمی کشور (مدارس و دانشگاه ها)
- جایگاه آموزش مجازی در آموزش های غیررسمی (آموزشگاه ها و...)
- فضای مجازی و آموزش های ضمن خدمت (به کارمندان دولت و...)
- سواد فضای مجازی
- شکل های مختلف نشر کتاب در فضای مجازی
- کتابخانه های مجازی
- خرید و فروش اینترنتی کتاب
- تأثیر فضای مجازی بر صنعت نشر و توزیع کتاب
- تأثیر فضای مجازی بر کتابخوانی

- تأثیر فضای مجازی بر صنعت موسیقی (تولید، عرضه، و مصرف)
- تأثیر فضای مجازی بر صنعت سینما
- انواع هنرهای دیجیتال
- میراث فرهنگی مادی و واقعیت افزوده
- دیجیتالیزه کردن میراث فرهنگی آنالوگ
- تأثیر فضای مجازی بر دانش و میراث معنوی
- فرصت ها و تهدیدهای فضای مجازی برای میراث فرهنگی
- گذراندن اوقات فراغت در فضای مجازی
- انواع سرگرمی ها در فضای مجازی
- بازی های آنلاین و آفلاین
- گردشگری (توریسم) مجازی
- تأثیر فضای مجازی بر مدگرایی در جامعه
- بازنمایی مدگرایی در فضای مجازی
- بازنمایی عفاف و حجاب در فضای مجازی
- فناوری های پوشیدنی
- تأثیر فضای مجازی بر افزایش سن ازدواج در جامعه
- همسریابی و ازدواج های اینترنتی
- تأثیر فضای مجازی بر جمعیت و فرزندآوری
- تأثیر فضای مجازی بر میزان طلاق در جامعه
- استفاده شهوانی از اینترنت و فضای مجازی
- اینترنت کودک (اینترنت پاک و سالم برای کودکان)
- سواد اینترنتی کودکان
- کودکان و بازی های رایانه ای
- اینترنت و حساسیت های دوران بلوغ
- تأثیر فضای مجازی بر تعلیم و تربیت فرزندان
- فناوری های مرتبط با حوزه بهداشت و سلامت در فضای مجازی
- تأثیر امواج وایرلس بر سلامت جسمی و روانی کاربران
- تأثیر استفاده از اینترنت بر میزان استرس و اضطراب کاربران
- فضای مجازی و اوقات خواب و بیداری

- فست فودها و اینترنت
- اعتیاد اینترنتی
- دوست‌یابی اینترنتی
- قماربازی اینترنتی
- بی‌وفایی و خیانت اینترنتی
- پرخاشگری و خشونت اینترنتی
- هرزه‌نگاری اینترنتی
- وب‌گردی
- سبک زندگی اینترنتی

ب) شکل‌گیری مفاهیم

هریک از موضوعات احصاء شده در بخش قبل، ذیل یک حوزه مفهومی جای می‌گیرند. مفاهیمی که فراتر از موضوع فضای مجازی بوده، دارای ادبیات نظری بخصوصی هستند، و از جهات مختلف مورد مطالعه قرار می‌گیرند. بعنوان مثال درباره مفاهیمی همچون بازی، تربیت، دینداری، صله رحم و... فارغ از ارتباطی که با فضای مجازی پیدا می‌کنند، کتاب‌ها و مقالات متعددی نوشته شده و از ادبیات مفهومی و نظری گسترده‌ای برخوردار هستند. بر این اساس، مثلاً موضوعاتی نظیر بازی‌های رایانه‌ای و ویدیویی، بازی‌نمایی در فضای مجازی، بازی‌های جسمی-حرکتی و فضای مجازی و... ذیل حوزه مفهومی «بازی» تعریف می‌شوند. در ادامه حوزه‌های مفهومی بدست آمده فهرست می‌شود.

- هویت واقعی / مجازی
- هویت فردی / گروهی / قومی / ملی و...
- هویت‌یابی
- خرده‌فرهنگ‌ها
- زبان‌ها و گویش‌های قومی
- خط و نگارش فارسی
- هویت دینی
- تدین و دینداری
- عبادت
- جهاد
- امر به معروف و نهی از منکر
- عقاید و جهان‌بینی اسلامی
- تبلیغ و دعوت اسلامی
- ارتباطات میان‌فردی
- ارتباطات گروهی
- رسانه
- ارتباطات میان‌فرهنگی
- ارتباطات سازمانی
- صله رحم
- روابط میان‌نسلی

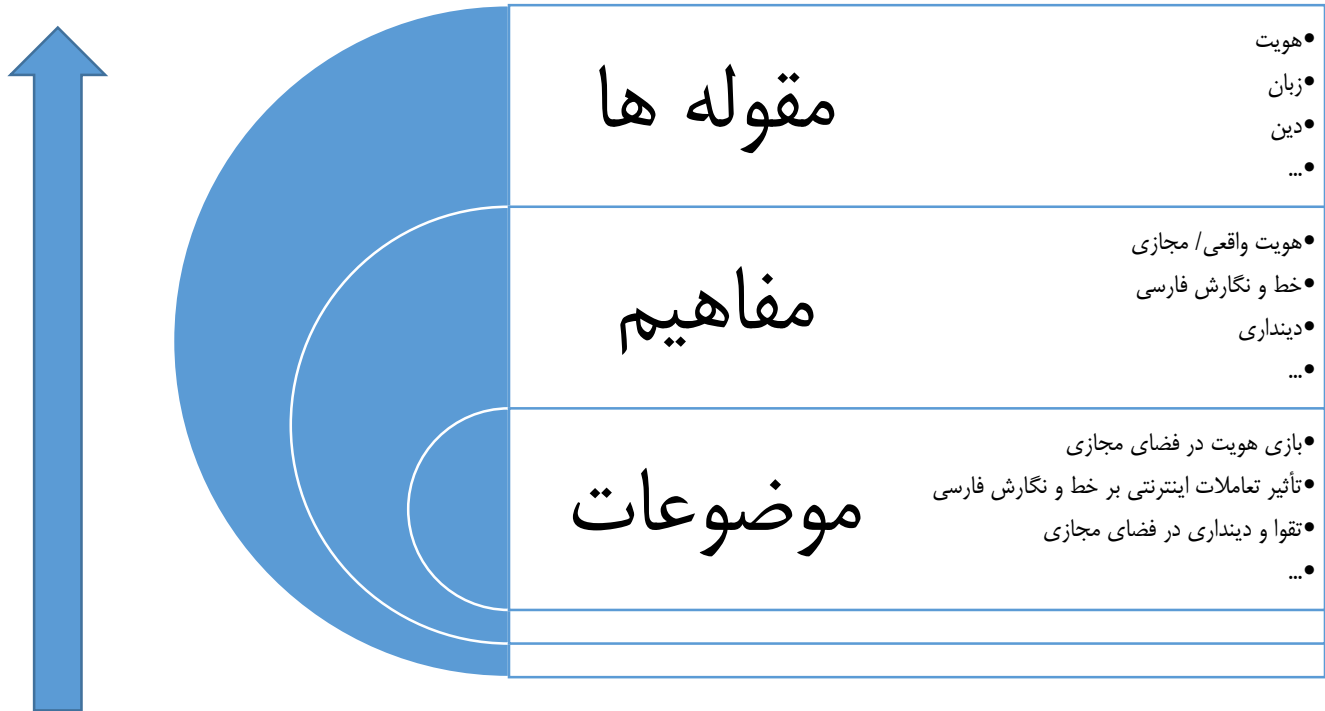
- تربیت فرزندان
- آموزش و پرورش / آموزش عالی
- آموزش رسمی / غیر رسمی
- آموزش مجازی
- سواد رسانه‌ای
- نشر کتاب
- توزیع کتاب
- کتابخوانی
- موسیقی
- هنرهای نمایشی
- هنرهای تجسمی
- هنرهای دیجیتال
- میراث فرهنگی مادی / معنوی
- اوقات فراغت
- سرگرمی و تفریح
- بازی
- مسافرت و گردشگری
- عفاف و حجاب
- آرایش
- مدگرایی
- ازدواج و طلاق
- جمعیت و فرزندآوری
- بلوغ جنسی
- سلامت روانی
- خواب و بیداری
- تغذیه
- ...

مقوله‌بندی

مفاهیم و حوزه‌های مفهومی فهرست‌شده در بخش قبل را می‌توان ذیل مقوله‌های کلان فرهنگی اجتماعی تعریف کرد. به این معنا که با تجميع تعدادی از مفاهیم مقوله‌ای شکل می‌گیرد که نمایانگر یک حوزه کلان فرهنگی- اجتماعی است و مفاهیم و موضوعات ذیل آن قرار می‌گیرند. به عنوان مثال «دین» یک مقوله کلان فرهنگی- اجتماعی است که مفاهیمی چون دینداری، عبادت، اعتقادات و... را در بر می‌گیرد. در ادامه مقوله‌های کلان بدست آمده فهرست می‌شوند.

- ❖ هویت
- ❖ زبان
- ❖ دین
- ❖ ارتباطات
- ❖ آموزش و پرورش (تعلیم و تربیت)
- ❖ هنر
- ❖ میراث فرهنگی
- ❖ فراغت و سرگرمی
- ❖ کتاب و کتابخوانی
- ❖ مد و لباس
- ❖ خانواده و زناشویی
- ❖ کودکان و نوجوانان
- ❖ بهداشت و سلامت جسم و روان
- ❖ آسیب‌های فرهنگی و اجتماعی

مدل مفهومی رویکرد استقرایی

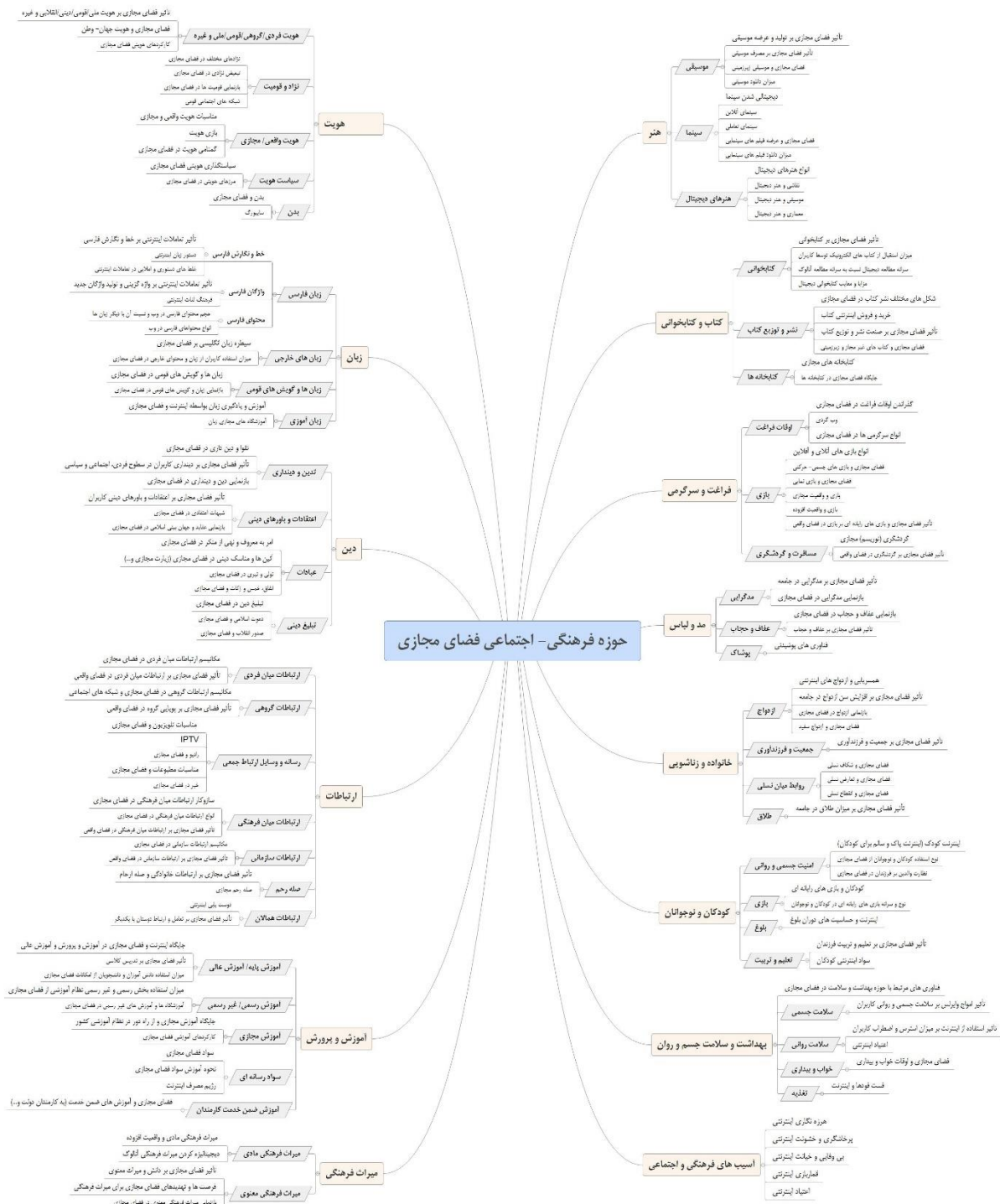


مزایای رویکرد استقرایی

- ☒ عینی بودن
- ☒ کاربردی بودن
- ☒ توجه به جزئیات

معایب رویکرد استقرایی

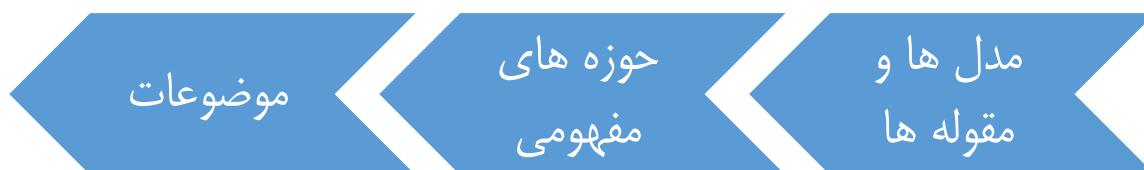
- ☒ عدم جامعیت و فراگیری
- ☒ تکثر
- ☒ عدم انسجام
- ☒ تداخل و تزامم موضوعات و مفاهیم
- ☒ عدم وثوق و اطمینان کامل به نتایج



فاز دوم

رویکرد قیاسی

رویکرد دیگر در تدوین نگاشت موضوعی حوزه فرهنگی اجتماعی فضای مجازی، رویکرد قیاسی است. به این معنا که موضوعات فرهنگی و اجتماعی مرتبط با فضای مجازی از دل مدل‌ها و الگوهای بیرون می‌آیند که درباره فرهنگ وجود دارد. به دیگر بیان در این رویکرد، نگاشت موضوعی از تعریف فرهنگ آغاز می‌شود و به صورت قیاسی مفاهیم و موضوعات از دل الگوهای کلان استخراج می‌گردد.



همان‌طور که در روش‌شناسی پژوهش گفته شد، در این رویکرد ابتدا از روش کتابخانه‌ای برای استخراج مدل‌ها و مقوله‌های کلان فرهنگی و اجتماعی استفاده می‌شود. در این مطالعه به پنج مدل کلی در باب فرهنگ دست یافته شد: مدل لایه‌ای فرهنگ، مدل سطوح فرهنگ، مدل ابعاد فرهنگ، مدل حوزه‌های سیاستی فرهنگ، و مدل حوزه-های میان‌رشته‌ای فرهنگ.

مدل لایه‌ای فرهنگ

فرهنگ را می‌توان به کوه یخ تشبیه کرد. چه اینکه بخش کوچکی از آن قابل رؤیت است، اما این بخش کوچک متکی به بخش عظیمی است که قابل رؤیت نیست.



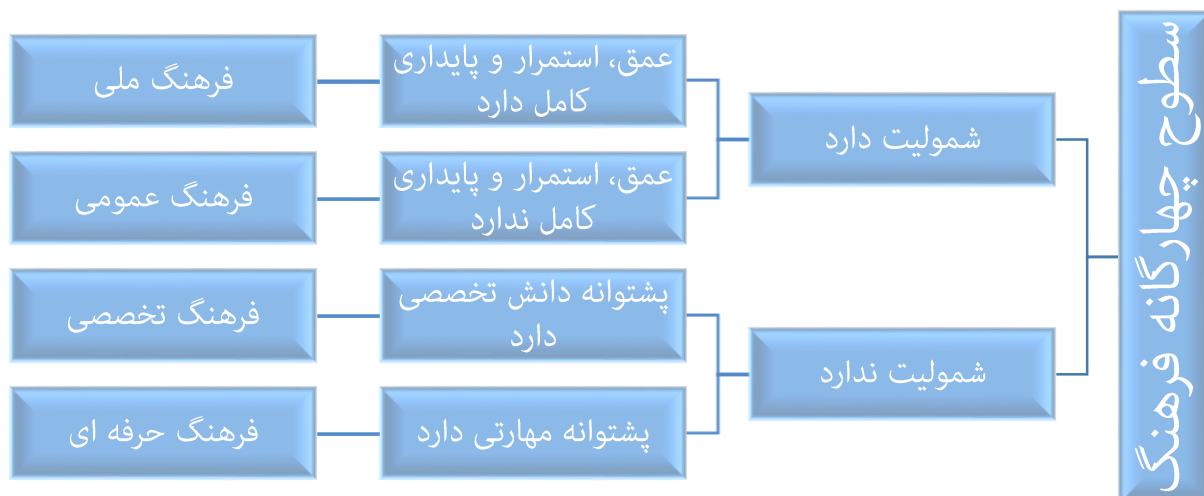
طبق تعریف نقشه مهندسی فرهنگی کشور، «فرهنگ نظام‌واره‌ای است از باورها و مفروضات اساسی، ارزش‌ها، آداب و الگوهای رفتاری ریشه‌دار و دیرپا و نمادها و مصنوعات که ادراکات، رفتار و مناسبات جامعه را جهت و شکل می‌دهد و هویت آن را می‌سازد». آنگونه که مشاهده می‌شود در این تعریف به هر چهار لایه مذکور درباره فرهنگ اشاره شده است.

مدل سطوح فرهنگ

فرهنگ دارای سطوح مختلفی است. نقشه مهندسی فرهنگی کشور چهار سطح برای فرهنگ در نظر گرفته است: فرهنگ ملی، فرهنگ عمومی، فرهنگ تخصصی، و فرهنگ حرفه‌ای.

- فرهنگ ملی (ایرانی-اسلامی)؛ نظام واره باورها و مفروضات اساسی، ارزش‌ها، الگوهای رفتاری باثبات و ریشه‌دار و نمادها و مصنوعات یک ملت (و عموماً در مرزهای جغرافیایی یک کشور) است- که طی دهه‌ها و قرن‌ها ایجاد و تثبیت شده- و به یک ملت هویت می‌بخشد.
- فرهنگ عمومی؛ نظام واره باورها، ارزش‌ها، نگرش‌ها و گرایش‌ها، الگوهای رفتاری و نمادها و مصنوعات است که فضای عمومی و مشترک فرهنگی جامعه را در مقاطع زمانی معین شکل می‌دهد.
- فرهنگ تخصصی؛ نظام واره باورها، ارزش‌ها، الگوهای رفتاری، نمادها و مصنوعات مرتبط با یک نهاد و بخش معینی از جامعه همچون اقتصاد، علم و فناوری و بهداشت و سلامت است.
- فرهنگ حرفه‌ای؛ نظام واره باورها، ارزش‌ها و الگوهای رفتاری تسهیم شده و نمادهای شاغلان و متصدیان هر حرفه است.

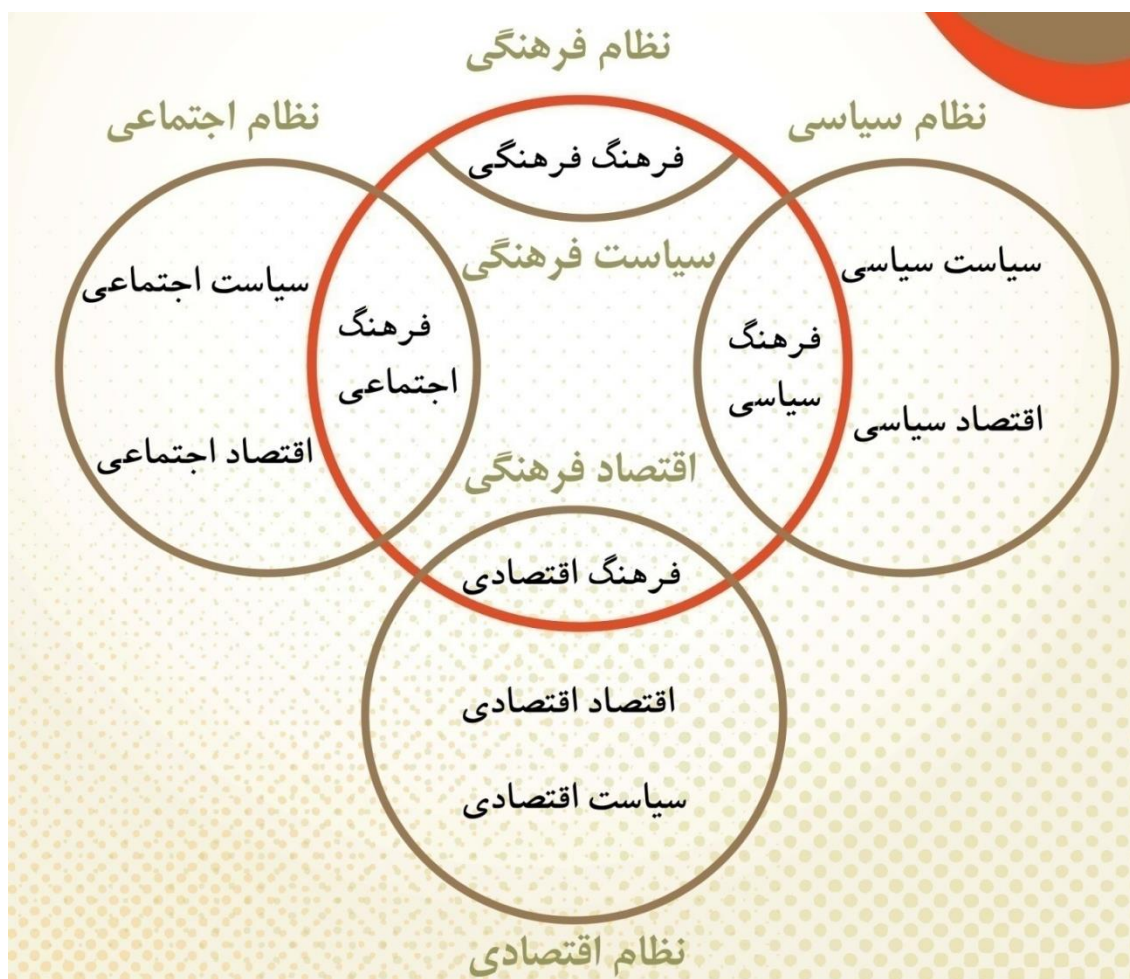




مدل ابعاد فرهنگ

طبق این مدل حوزه‌های اشتراک نظام فرهنگی با نظام‌های سیاسی، اقتصادی و اجتماعی ابعاد فرهنگ را شکل می‌دهد. بر این اساس، فرهنگ شامل چهار بعد «فرهنگ فرهنگی»، «فرهنگ اجتماعی»، «فرهنگ سیاسی» و «فرهنگ اقتصادی» می‌شود.

- فرهنگ فرهنگی؛ مجموعه باورها، ارزش‌ها، دانش‌ها، الگوهای رفتاری و نمادهای حوزه «معرفت»؛ مانند هویت فرهنگی، امور علمی، فناوری، هنری، میراث باستانی و...
- فرهنگ اجتماعی؛ مجموعه باورها، ارزش‌ها، دانش‌ها، الگوهای رفتاری و نمادهای حوزه «ارتباطات»؛ مانند اطلاعات و ارتباطات، اوقات فراغت، ورزش، سلامت، حقوق شهروندی، محیط زیست و...
- فرهنگ سیاسی؛ مجموعه باورها، ارزش‌ها، دانش‌ها، الگوهای رفتاری و نمادهای حوزه «قدرت»؛ مانند آزادی، امنیت، استقلال، مشارکت مردمی، انگیزه‌های عمومی و...
- فرهنگ اقتصادی؛ مجموعه باورها، ارزش‌ها، دانش‌ها، الگوهای رفتاری و نمادهای حوزه «ثروت»؛ مانند فرهنگ کار، تجارت، خودکفایی، تولید و توزیع و مصرف، خدمات سرمایه‌گذاری و...



مدل حوزه‌های سیاستی فرهنگ

آشنا (۱۳۹۰) در پژوهش «بازنگری شاخص‌های فرهنگی ایران» سه حوزه سیاستی اصلی را برای سیاستگذاری فرهنگی برمی‌شمرد: هویت فرهنگی (شامل همبستگی و تنوع فرهنگی)، حیات فرهنگی (رونق و عدالت فرهنگی)، و امنیت فرهنگی (اقتدار و تحول فرهنگی).

مدل حوزه‌های میان‌رشته‌ای فرهنگ

این مدل ناظر به ارتباط میان‌رشته‌ای فرهنگ با حوزه‌های دیگر اجتماعی است. از جمله این حوزه‌ها می‌توان به این موارد اشاره کرد: جامعه و فرهنگ، اقتصاد و فرهنگ، سیاست و فرهنگ، امنیت و فرهنگ، ارتباطات و فرهنگ، توسعه و فرهنگ، حقوق و فرهنگ، جغرافیا و فرهنگ.

ماتریس فضای مجازی و لایه‌های فرهنگ

		لایه های فرهنگ			
		رفتارها، نمادها و مصنوعات	الگوهای رفتاری	ارزش ها و هنجارها	جهان بینی
فضای مجازی	درونی Internal				
	بیرونی External				

نقشه ذهنی فضای مجازی و لایه‌های فرهنگ



ماتریس فضای مجازی و سطوح فرهنگ

		سطوح فرهنگ			
		فرهنگ ملی	فرهنگ عمومی	فرهنگ تخصصی	فرهنگ حرفه ای
فضای مجازی	درونی Internal				
	بیرونی External				

نقشه ذهنی فضای مجازی و سطوح فرهنگ



ماتریس فضای مجازی و ابعاد فرهنگ

		ابعاد فرهنگ			
		فرهنگ اقتصادی	فرهنگ سیاسی	فرهنگ اجتماعی	فرهنگ فرهنگی
فضای مجازی	درونی Internal				
	بیرونی External				

نقشه ذهنی فضای مجازی و ابعاد فرهنگ



ماتریس فضای مجازی و حوزه‌های سیاستی فرهنگ

		حوزه های سیاستی فرهنگ		
		امنیت فرهنگی (اقتدار و تحول)	حیات فرهنگی (رونق و عدالت)	هویت فرهنگی (همبستگی و تنوع)
فضای مجازی	درونی Internal			
	بیرونی External			

نقشه ذهنی فضای مجازی و حوزه‌های سیاستی فرهنگ



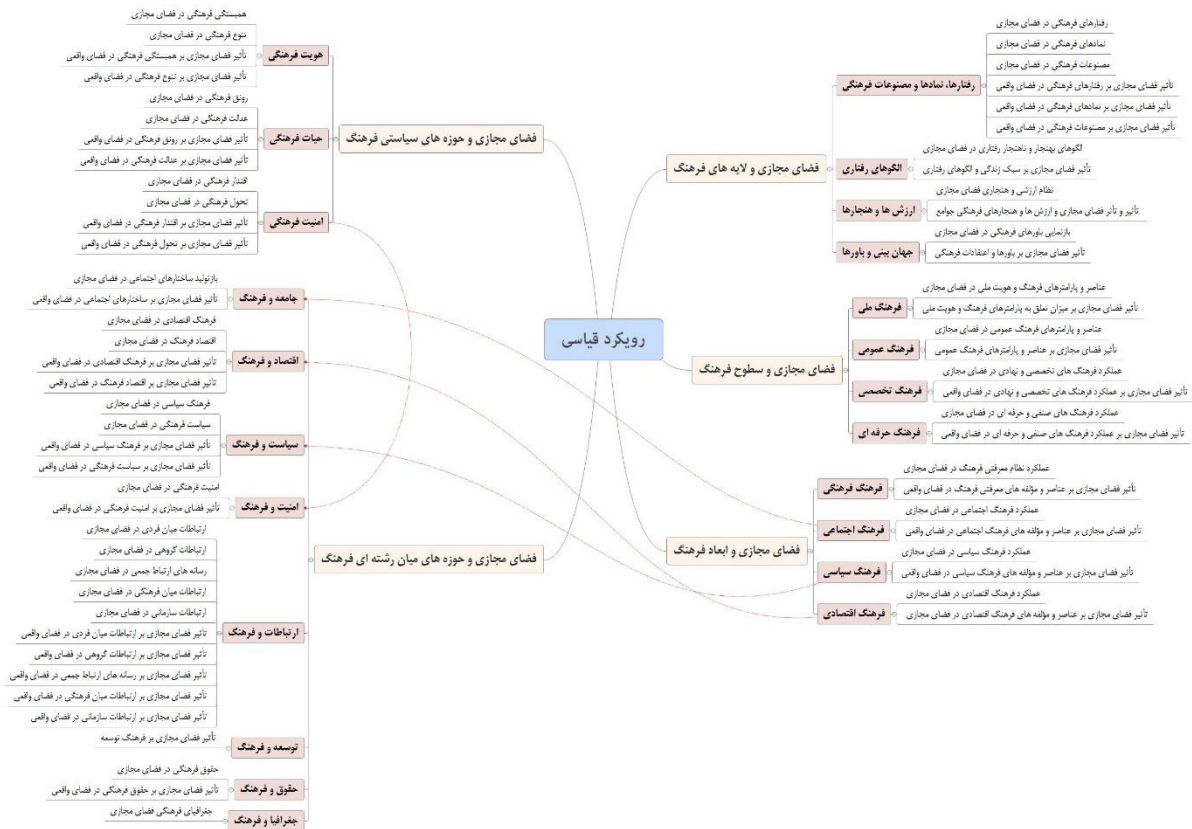
ماتریس فضای مجازی و حوزه‌های میان‌رشته‌ای فرهنگ

		حوزه‌های میان رشته ای فرهنگ							
		جامعه و فرهنگ	اقتصاد و فرهنگ	سیاست و فرهنگ	امنیت و فرهنگ	ارتباطات و فرهنگ	توسعه و فرهنگ	حقوق و فرهنگ	جغرافیا و فرهنگ
فضای مجازی	درونی Internal								
	بیرونی External								

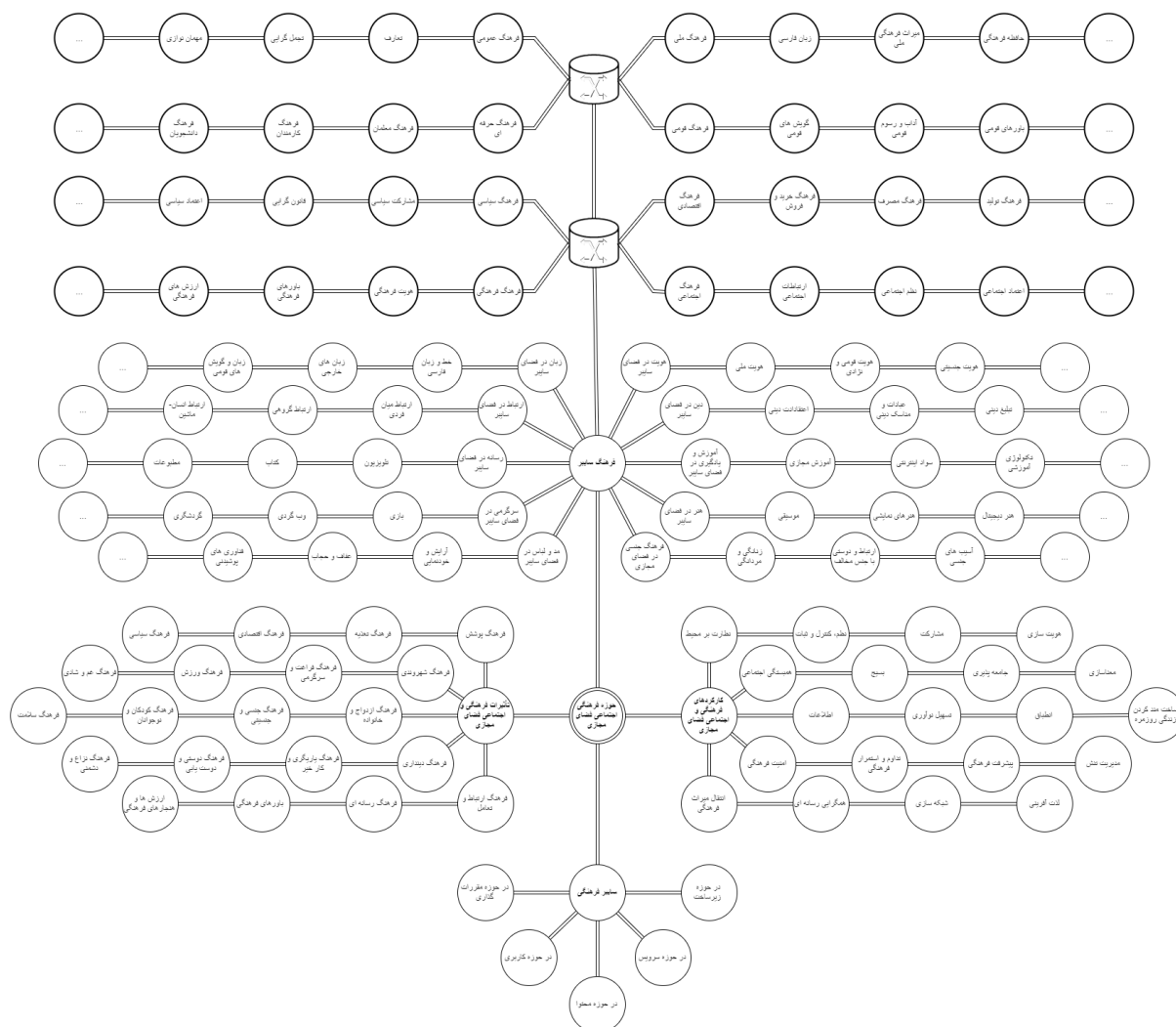
نقشه ذهنی فضای مجازی و حوزه‌های میان‌رشته‌ای فرهنگ



نقشه ذهنی رویکرد قیاسی



نگاشت موضوعی حوزه فرهنگی اجتماعی فضای مجازی



مدل‌ها و نقشه‌های ذهنی تهیه شده با دو رویکرد استقرایی و قیاسی که پیش از این در قالب گزارش‌هایی به معاونت پژوهشی مرکز آینده‌پژوهی ارائه شده بود با بازخوردها و نقطه‌نظرات مختلفی روبرو گردید؛ تا اینکه نظر بر آن شد تا نقشه‌ای به صورت تلفیقی از جمع دو رویکرد استقرایی و قیاسی ارائه گردد. برای تهیه این نقشه لازم بود چهار حوزه مفهومی از یکدیگر تفکیک شوند؛ که در ادامه به بیان و تشریح این چهار حوزه پرداخته می‌شود؛

- فرهنگ سایبر
- سایبر فرهنگی
- تأثیرات اجتماعی و فرهنگی فضای سایبر
- کارکردهای اجتماعی و فرهنگی فضای سایبر

دو حوزه نخست، ساحت‌های درونی حوزه فرهنگی- اجتماعی فضای مجازی را شامل می‌شوند. به این معنا که به فرهنگ در درون فضای سایبر توجه و تأکید دارند. اما دو حوزه اخیر ناظر به ساحت بیرونی حوزه فرهنگی- اجتماعی فضای مجازی است. به این معنا که آثار و تبعات بیرونی فضای مجازی را در موضوعات و مسائل فرهنگی و اجتماعی مورد مذاقه قرار می‌دهند.

فرهنگ سایبر

حوزه نخست یعنی فرهنگ سایبر ناظر به اجزاء، مؤلفه‌ها و سازوکارهای فرهنگ در فضای مجازی است. به عبارت دیگر در اینجا مکانیسم عمل و بازنمایی فرهنگ در درون فضای سایبر مورد توجه و تأکید است. به عنوان مثال، دین یکی از حوزه‌های فرهنگ سایبر است. در اینجا آنچه مد نظر است، بازنمایی دین در فضای مجازی، اجزاء و مؤلفه‌های دین‌داری و دین‌ورزی در فضای مجازی و سازوکارهای دین‌داری و دین‌ورزی در آن می‌باشد. این حوزه دارای ادبیات نظری خوبی است و مقالات و کتاب‌هایی در این خصوص تألیف و ترجمه شده است.

در این زمینه به ده حوزه زیر توجه شده است:

هویت در فضای سایبر

هویت از جمله مفاهیم گسترده، پیچیده و چالش‌برانگیز در حوزه علوم اجتماعی است، و بویژه در سال‌های اخیر، در بستر تحولات فناوری اجتماعی جدید در چارچوب مفاهیمی چون هویت اجتماعی، هویت گروهی، هویت جنسی، بحران هویت، هویت‌های در هم آمیخته و... مورد کنکاش محققان اجتماعی بوده است. (بیات و حبیبی، ۱۳۹۲: ۱۶۹) مفهوم هویت مملو از تناقض‌های دوگانه است. هویت از سویی به ما می‌گوید که ما فقط بخش کوچکی از مجموعه-های بزرگتری از خودهایمان هستیم و از سوی دیگر به ما می‌گوید که در عین حال ما موجودات یگانه‌ای هستیم که از سایرین تحت لوای یک نام، کاملاً متمایز می‌گردیم. (گور و گاولک، ۱۹۹۷: ۶۸)

هویت مقوله‌ای است که هم در سطح فرد می‌تواند مطرح باشد و هم در سطح اجتماع؛ و همواره دو رویکرد اصلی به مباحث مربوط به هویت وجود داشته است: رویکرد روانشناسانه و رویکرد جامعه‌شناسانه (مارشال، ۱۹۹۸: ۲۹۴) در سطح فردی تحلیل هویت کسانی مثل مید و گافمن و کولی را می‌توان مثال زد که تأثیر زیادی روی کسانی

چون ریچارد جنکینز و هنری تاجفل دو نظریه پردازي که در سطح اجتماعی هویت کار می کنند گذاشتند. به نظر جنکینز، دو معنای اصلی هویت، تمایز و تشابه مطلق است. بنابراین مفهوم هویت به طور همزمان میان افراد و اشیاء دو نسبت محتمل برقرار می سازد: از یک طرف شباهت، و از طرف دیگر، تفاوت (جنکینز، ۵: ۱۳۸۱)

هویت معناهایی کلیدی هستند که ذهنیت افراد را شکل می دهند و مردم به واسطه آنها نسبت به رویدادها و تحولات محیط زندگی خود حساس می شوند. مردم به دیگران می گویند که چه کسی هستند و مهمتر اینکه به خودشان نیز می گویند که چه کسی هستند و سپس می کوشند به گونه ای رفتار کنند که از آن کسی که تصور می کنند هستند، انتظار می رود. (عباسی و خلیلی، ۳۵: ۱۳۹۰ به نقل از تاجیک، ۱۳: ۱۳۸۴-۱۰)

کاستلز نیز هویت را فرایند معناسازی بر اساس یک ویژگی فرهنگی یا مجموعه به هم پیوسته ای از ویژگی های فرهنگی می داند که بر منابع معنایی دیگر اولویت داده می شود. برای هر فرد خاص یا برای هر کنشگر جمعی، ممکن است چندین هویت وجود داشته باشد، اما این کثرت برای خود-بازنمایی و کنش اجتماعی سرچشمه تنش و تناقض است. دلیل این امر آن است که باید هویت را از آنچه جامعه شناسان به طور سنتی، نقش و مجموعه نقش ها نامیده اند، متمایز ساخت. نقش ها (مثلاً کارگر، مادر، همسایه، عضو اتحادیه، بسکتبالیست، سیگاری و...) بر اساس هنجارهایی تعریف می شوند که ساخته دست نهادها و سازمان های جامعه هستند. وزن نسبی هریک از آنها در اثرگذاری بر رفتار مردم بستگی به توافق ها و آرایش های موجود بین افراد و این نهادها و سازمان ها دارد. هویت منبع معنا برای خود کنشگران است و به دست خود آنها از رهگذر فرایند فردیت بخشیدن، ساخته می شود. البته ممکن است هویت ها از نهادهای مسلط نیز ناشی شوند اما حتی در این صورت نیز فقط هنگامی هویت خواهند بود که کنشگران اجتماعی آنها را درونی کنند و معنای آنها را حول این درونی سازی بیافرینند. باید توجه داشته باشیم که «هویت» در مقایسه با «نقش» منبع معنایی نیرومندتری است زیرا دربرگیرنده فرایندهای ساختن خویش و فردیت یافتن است. به بیان ساده، «هویت» سازمان دهنده معناست ولی «نقش» سازمان دهنده کارکردها است (کاستلز، ۱۳۸۰-۲۲، ۲۳)

در رابطه با نسبت میان هویت و فضای مجازی، و تأثیر اینترنت بر هویت دیدگاه های متفاوتی وجود دارد؛

۱. دیدگاه «ترکل» (پست مدرن): ترکل رویکردی رادیکال به رابطه میان هویت و اینترنت دارد و بر این باور است که فضای مجازی فراهم شده از سوی اینترنت باعث حذف جسمیت فرد است و این آزادی موجب تجربیات متعددی می شود. به طوری که فرد می تواند هویت های متعددی را ایجاد کند که هیچ گاه در جهان واقعی قادر نبوده است آنها را تجربه کند و این خودهای متکثر دلالت بر هویت های موقتی، سیال و ساخته شده ای دارد که در فضای مجازی

قادر به بروز و ظهور بوده‌اند. فرد با استفاده از خصیصه «گمنام‌بودن» در فضای مجازی (که به وی آزادی عمل بیشتری می‌دهد)، با توسعه هویت‌های خود، به کسب تجربی می‌پردازد که در زندگی واقعی امکان تجربه کردن آنها برایش فراهم نیست. آزادی برآمده از گمنامی تعاملات اینترنتی، می‌تواند به شناخت ابعاد ناشناخته و گاه پنهان وجود فرد و در نهایت به بروز این ابعاد منتهی شود. همچنین فرد می‌تواند خود را آنگونه که مایل است معرفی کند و نقش‌هایی بسیار متفاوت و گاه متناقض با زندگی واقعی‌اش بپذیرد. در عین حال ترکل، «خود واقعی» را تنها یکی از خودهای بیشمار فرد می‌داند که چه بسا بهترین خود فرد نیز نیست و تمایز اساسی آن با سایر خودها، جسمیت داشتن آن است.

۲. در مقابل رویکرد پست مدرنی به این موضوع، افرادی همچون «دریفوس»، معتقدند که اینترنت با خلق فضای آزاد، فرد را با تجربیات تازه‌ای آشنا می‌کند و این تجربیات بی‌سابقه‌اند، اما در عین حال با گرفتن جسمیت، فرد را از تجربه‌های بسیاری از مسائل زندگی واقعی محروم می‌کند که تنها با جسم‌مند بودن به دست می‌آید. در واقع ما در فضای مجازی مومی سیال آن طور که ترکل می‌پندارد نیستیم؛ بلکه جسمانیت ما در کسب تجربه دخالت دارد و به آن عمق می‌بخشد. بنابراین نمی‌توان خودهای متعدد و متکثر و هویت‌های متعددی را تجربه کرده و آن را در تعامل با جهان واقعی قرار داد. این هویت‌های متعدد اگر استمرار نداشته باشند و با آنچه که در جهان واقعی تجربه می‌کنیم نسبتی نداشته باشند، نمی‌توانند منشأ تغییرات مهمی شوند و سرنوشت هویت فرد را رقم بزنند؛ مگر آنکه فرد در دنیای خطرزای واقعی با حضور جسم‌مند خود آن نقش‌های مجازی را تجربه کند. به عبارت دیگر فرد نمی‌تواند هر نوع هویتی را در فضای مجازی بپذیرد و سپس آن را به دنیای واقعی بیاورد، بلکه در برابر آن مقاومت می‌کند و این نکته به «کنشگر بودن» و «فعال بودن» فرد اشاره می‌کند. (عباسی و خلیلی، ۷۴: ۱۳۹۰-۷۱)

اینترنت دارای قابلیت است که به واسطه آن افراد می‌توانند خودهای جدیدی را در دنیاهای جدید بسازند. این امور ممکن است در دنیای مادی اصلاً وجود خارجی نداشته باشند یا فرد به زعم خودش قادر به دستیابی به آن نباشد. این‌ها استفاده از اینترنت را برای کاربران جذاب‌تر می‌کند. بدین ترتیب، وب به مکانی برای معرفی و نمایش شخصیت فرد تبدیل می‌شود. البته قضیه به همین جا ختم نمی‌شود؛ زیرا امکان دارد که تصویر ارائه شده از سوی یک فرد بر روی وب، توسط دیگران به صورت‌هایی غیر از شکل مورد نظر وی تفسیر شود. (معینی علمداری، ۱۱۴: ۱۳۸۴ به نقل از اسلوین، ۱۵۶۰: ۱۳۸۰)

اینترنت شبیه یک بازار ارتباطی است و همین به تکرار هویتی و رشد فردیت کمک می‌کند و اشکال ابراز وجود شخصی را متنوع‌تر می‌کند. اما در عین حال نمی‌توان از این ایراد چشم‌پوشی کرد که وسایل ارتباطی به تدریج

نقش فزاینده‌ای در سست کردن انسجام اجتماعات واقعی و ذره‌ای کردن جوامع انسانی دارد (معینی علمداری، ۱۱۵ به نقل از سندی ولر و هند، ۲۰۲:۲۰۲)

همچنین در ارتباط با کیفیت تأثیر اینترنت و فضای مجازی بر هویت فردی و اجتماعی انسان، از نظریه‌های مختلفی چون نظریه ساخت‌یابی گیدنز و نظریه کاشت جرج گربنر نیز استفاده می‌شود.

- نظریه «ساخت‌یابی» گیدنز، به‌نوعی تلفیق بین تعامل‌گرایی و ساختارگرایی است. در واقع، گیدنز برای تلفیق ساختار و کنش، مفهوم ساخت‌یابی را وضع کرده است. هدف وی، تلفیق و سازگاری بین ساختار نهادی و عاملیت فردی در قالب یک الگوی ترکیبی نظریه اجتماعی است. (مهدی‌زاده، ۱۳۹:۱۳۹۱) طبق نظریه ساخت‌یابی، عامل انسانی و ساختار در ارتباط با یکدیگر قرار می‌گیرند؛ تکرار رفتارهای افراد، ساختارها را بازتولید می‌کند و بواسطه همین بازتولید ساختارها از سوی کنش انسانی، ساختارها برای کنش انسان‌ها محدودیت ایجاد می‌کنند (کرایب، ۱۴۴:۱۳۸۱).

بر اساس این نظریه، می‌توان استنباط کرد که اینترنت (و ساختارهای حاکم بر فضای مجازی)، محصول و مخلوق کنش معنادار آدمیان است و افراد چنین محیطی را خلق کرده‌اند، اما این محیط پس از شکل‌گرفتن محدودیت‌هایی را بر عاملان اعمال می‌کند. ساختار اینترنت بر اساس بازتولید یا تکرار همان رفتار مداوم انسان‌ها دوام می‌یابد. افراد در رویارویی با اینترنت برخلاف سایر رسانه‌های متعارف، صرفاً در رده تولیدکننده یا مصرف‌کننده قرار نمی‌گیرند، بلکه می‌توانند در صورت تمایل به‌طور همزمان این دو نقش را داشته باشند و در آن به تولید و بازتولید بپردازند؛ اما افراد در برخورد با این ساختار، میزان فعالیت و مشارکت متفاوتی دارند. در واقع، هرچه افراد در مواجهه با اینترنت، فعالیت و مشارکت بیشتری داشته باشند و هرچه این فعالیت بازتابانه‌تر باشد، در تولید معنا سهم دارند و لذا احتمال تأثیرپذیری آن‌ها بیشتر است. برعکس، هرچه افراد در مواجهه با اینترنت، فعالیت و مشارکت کمتری داشته باشند و هرچه این فعالیت غیر بازتابانه باشد، در بازتولید معنا سهم دارند و لذا احتمال تأثیرپذیری آن‌ها کمتر است (عباسی و خلیلی، ۸۵:۱۳۹۰).

بر اساس نظریه کاشت می‌توان استنباط کرد که میزان، مدت و نوع مواجهه و واقعی تلقی کردن محتوای فضای مجازی، بر هویت کاربران تأثیرگذار است. بدین معنی که هرچه میزان و مدت مواجهه بالا می‌رود و هرچه کاربران محتوای مواجهه را واقعی‌تر تلقی کنند، بیشتر از رابطه خود با اینترنت در جهت بازبینی هویت خود بهره می‌برند و احتمال تأثیرپذیری آن‌ها بیشتر است (عباسی و خلیلی، ۸۳:۱۳۹۰).

زبان در فضای سایبر

یکی از مؤلفه‌های مهم در حوزه فرهنگ ملی، زبان و ادبیات فارسی است. با گسترش بسیار سریع محتوا در شبکه جهانی اینترنت، یکی از برنامه‌های راهبردی دولت‌ها حمایت از زبان ملی در محیط چند زبانه فضای مجازی است. به عبارت دیگر توسعه کاربری خط و زبان در محیط چندزبانه فضای مجازی یکی از برنامه‌های فرهنگی و فناوری در هر کشور است.

از اواخر قرن بیستم، دولت‌ها در اثر ترک‌تازی خط و زبان انگلیسی در اینترنت، نگران آسیب‌پذیری زبان ملی خود در فضای مجازی شدند و به سمت بومی سازی فناوری اطلاعات روی آوردند. طبق آمار جهانی اینترنت در سال ۲۰۱۲ بیشترین میزان کاربری در اینترنت را زبان انگلیسی با ۲۷ درصد دارد.

دو پرسش در اینجا مطرح است؛ (۱) آیا گسترش اینترنت و افزایش فوق العاده حجم داده‌های انگلیسی باعث کم توجهی به زبان های دیگر نمی‌شود؟ بخصوص زبان فارسی که به کارگیری صورت نوشتاری آن دارای مسائلی از نظر رمزگذاری و دستور خط است. (۲) آیا رواج سبک خاصی از خط و زبان فارسی که پر از اختصارات، ترکیب خط فارسی با خط لاتین، و همچنین فینگلیش است، باعث نمی شود تا در درازمدت جایگاه زبان فارسی به عنوان زبان ارتباطی، زبان علم و زبانی که از پشتوانه غنی ادبی برخوردار است، تنزل یابد؟

کریستال (۲۰۰۱) معتقد است یک زبان واحد الکترونیکی، جهانی و تعاملی به نام نت اسپیک، در فضای مجازی حاکم است که همه افراد تابع مقررات و استانداردهای آن هستند. اگر چنین باشد، باید انتظار داشت که یک صورت واحد بر محتوای زبان‌های به ظاهر متفاوت حاکم باشد. این صورت، همان مقررات و پروتکل‌هایی که بر فضای مجاز حاکم است، اینجا هم حاکم است.

می‌توان این گونه گفت که سبک اینترنتی زبان، زائیده محدودیت‌هایی است که فناوری ارتباطات بر انواع رسانه‌های اینترنتی، از قبیل رایانامه، گپ برخط، وب نوشت، شبکه‌های اجتماعی (مثل فیس بوک و توییتر) تحمیل می‌کند و بنابراین با یک برنامه‌ریزی مناسب به خصوص در سطح آموزش و پرورش می‌توان از رسانه‌های اینترنتی برای گسترش زبان فارسی و فرهنگ ایرانی- اسلامی در فضای مجازی استفاده کرد.

نخستین مسأله خط و زبان فارسی در فضای مجازی مسأله رمزگذاری متون نوشتاری فارسی در محیط‌های رایانه‌ای است. هر متن نوشتاری در محیط رایانه‌ای به عنوان رشته‌ای از نویسه هاست، به طوریکه هر نویسه برای بازنمایی و ذخیره یک نشانه نوشتاری منحصر به فرد در رایانه تعریف شده است. همچنین یکی از مسائلی که امروز در خصوص پردازش متون فارسی در محیط‌های رایانه‌ای مطرح است، رعایت کردن استاندارد دستور خط فارسی

فرهنگستان در محیط رایانه‌ای است. از این طریق، می‌توان میزان دقت موتورهای جست‌وجو را در فضای مجازی افزایش داد و مشکلات جست‌وجو و بازیابی اطلاعات متنی فارسی در اینترنت به شکل معنی‌داری حل کرد.

در خصوص دورنمای زبان فارسی در فضای مجازی آنچه می‌تواند باعث نگرانی برنامه‌ریزان زبان شود این است که زبان نوشتاری تحت تأثیر محدودیت‌هایی که فناوری اطلاعات در فضای مجازی اعمال می‌کند، از صورت متعارف و هنجار خود که حافظ سنت‌ها و فرهنگ و تمدن کشور است، خارج شود و در دراز مدت باعث جدایی نسل جوان از فرهنگ غنی ایرانی-اسلامی ما شود (بیجن‌خان، ۱۳۹۱: ۶۵).

در همین راستا، مهمترین «نگرانی‌ها» از آینده زبان فارسی تحت تأثیر فضای مجازی (به‌خصوص شبکه‌های اجتماعی):

- غلط نویسی (به لحاظ املائی و دستوری)
- کتابت به زبان محاوره
- کتابت به صورت «فینگلیش»
- جعل واژگان و اصطلاحات بی‌هویت
- شکل‌گیری نوعی زبان مخصوص تعاملات شبکه‌ای

دین در فضای سایبر

عمده پژوهش‌ها در زمینه نسبت هویت دینی با اینترنت، فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی گویای تأثیر فضای مجازی بر شکل‌گیری و تغییر هویت دینی در کاربران است.

یافته‌های پژوهش احمدپور و قادرزاده (۱۳۸۹) در مطالعه‌شان با عنوان «تعامل در فضای سایبر و تأثیر آن بر هویت دینی جوانان»، حاکی از تأثیرپذیری هویت دینی در ابعاد پنج‌گانه تجربی، پیامدی، اعتقادی، مناسکی و شناختی از تعامل در فضای سایبر است؛ به‌طوری که تعامل بیشتر در فضای سایبر، نشان‌دهنده تأثیرات کمابیش جهانی‌شدن فرهنگ و تعامل در فضای سایبر بر دانشجویان است و پیامدهای آن در جامعه در حال گذار ایران به‌طور محسوسی مشاهده می‌شود. وضعیت مذکور بر ماهیت آسیب‌زای تعامل در فضای سایبر بر هویت دینی دانشجویان دلالت دارد.

فرهنگی و جامع (۱۳۸۹) در پژوهشی تحت عنوان «رسانه و دین» با استفاده از روش پیمایش در بین ۷۰۰ نفر از دانشجویان دانشگاه ارومیه نشان دادند که مطالب دینی اینترنت، به میزان ۶۹/۱ درصد در باورها و اعتقادات دینی کاربران تأثیر دارد. همچنین مطالب دینی اینترنت، در بالا بردن اطلاعات ۶۷ درصد کاربران تأثیر دارد.

یافته‌های نجاتی حسینی (۱۳۹۱) در پژوهشی با عنوان «بازنمایی خدا در بلاگفای فارسی (تحلیل الهیات مردم‌پسند مجازی اینترنتی در ایران)» حاکی از آن است که وبلاگ‌ها بنا به ماهیت رسانه‌ای و مجازی منحصر به فرد خود توانسته‌اند برداشت سنتی و قرائت پیشامجازی از خداوند و الهیات آن را به چالش کشند و در عوض به هژمونی متنی و مجازی «خدای دین مردم‌پسند» اجازه بروز و ظهور دهند.

جلیلی فیروزی (۱۳۸۵) در رساله خود با عنوان «بازنمایی هویت دینی در فضای مجازی» در صدد دستیابی به برخی از تأثیرات اجتماعی حضور در فضای مجازی و استفاده از اینترنت به‌مثابه یکی از فناوری‌های جدید ارتباطی بر هویت کاربر است. بر اساس نتایج این پژوهش، ضعف یا قوت عملکرد نهادهای دینی در فضای واقعی در میزان گرایش جوانان به استفاده از فضای مجازی اثرگذار است. از آن‌جا که در فضای مجازی ساخت ارتباطات دینی بیشتر اقناعی و الگوی ارتباطی گزینشی است، حذف حضور فیزیکی سبب می‌شود ارتباط دینی از یک ارتباط عمودی به یک ارتباط افقی تبدیل شود که به این ترتیب ساخت ارتباطات سنتی ما تحت تأثیر قرار می‌گیرد و متناسب با ارزش‌های دینی، فهم ما از دین را هم تغییر می‌دهد و این مسأله می‌تواند در کوتاه‌مدت بحران‌زا باشد. در واقع، براساس یافته‌های وی، علت عمده گرایش جوانان به گروه‌های دینی مجازی عدم توانایی گروه‌ها یا نهادهای دینی واقعی به پاسخگویی مناسب به سؤالات مذهبی آنان است.

عباسی قادی (۱۳۸۶) با انتخاب ۲۰۰ نفر از مراجعه‌کنندگان ۱۵ سال به بالای کافی‌نت‌های مناطق مختلف تهران، تأثیر بهره‌مندی از اینترنت بر شیوه دینداری افراد را مطالعه کرد. وی با الهام از دیدگاه گیدنز، هویت دینی را به دو نوع سنتی و بازاندیشانه تقسیم نمود. درحالی‌که در دینداری سنتی، فرد آموزه‌های دینی را حقایق قطعی و تزلزل‌ناپذیر تلقی می‌کند، در دینداری بازتابی، فرد نسبت به آموزه‌های دینی نگرش منعطف‌تر، شکاکانه‌تر و نقادانه‌تر دارد. بر اساس فرضیه تحقیق، هرچه سابقه استفاده از اینترنت بیشتر، هرچه ساعات کار با اینترنت بیشتر، هرچه مشارکت در فضای اینترنتی قوی‌تر، هرچه انگیزه استفاده جهت‌دارتر و ابزاری‌تر باشد و در نهایت هرچه محتوای پیام‌ها واقعی‌تر تلقی شود، دینداری فرد شکلی بازتابی‌تر پیدا خواهد کرد. یافته‌های بدست‌آمده، کلیه فرضیات وی را تأیید نمود.

قاسمی، عدلی‌پور و کیانی‌پور (۱۳۹۱) در پژوهشی با عنوان «تعامل در فضای مجازی شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و تأثیر آن بر هویت دینی جوانان: مطالعه موردی فیس‌بوک و جوانان شهر اصفهان» با روشی پیمایشی به مطالعه تأثیر شبکه‌های اجتماعی در فضای مجازی بر هویت دینی کاربران پرداختند. نتایج این پژوهش حاکی از آن بود که بین مدت زمان عضویت، میزان استفاده و میزان مشارکت و فعالیت کاربران در استفاده از فیس‌بوک، رابطه معنادار معکوس و بین واقعی تلقی کردن محتوای فیس‌بوک و هویت دینی کاربران رابطه معنادار مثبتی وجود دارد؛ یعنی هرچه مدت زمان عضویت، میزان استفاده و میزان مشارکت و فعالیت کاربران در استفاده از فیس‌بوک افزایش پیدا می‌کند از برجستگی هویت دینی نزد آنها کاسته می‌شود. همچنین یافته‌های این مطالعه بر این واقعیت دلالت دارد

که جوانان متناسب با نوع نیازهای دینی و مذهبی خود از فیس‌بوک استفاده می‌کنند و به همان ترتیب استفاده از فیس‌بوک بر شیوه و سبک دینداری آنها تأثیر می‌گذارد و قرائت‌های دینی مختلف را در آنها افزایش می‌دهد.

مزینانی (۱۳۹۳) در پژوهشی با عنوان «بررسی رابطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت دینی کاربران»، با پیمایش دانشجویان رشته‌ها و دوره‌های مختلف تحصیلی دانشگاه‌های سطح شهر تهران، رابطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی و هویت دینی کاربران را مورد بررسی قرار داد. تحلیل یافته‌های این مطالعه که هویت دینی کاربران در پنج حیطه: احساس، باور و اعتقاد، روابط صمیمی با خانواده، عملکرد آموزشی والدین در حوزه دین و پای‌بندی والدین به ارزش‌ها و اعتقادات دینی مورد بررسی و ارزیابی قرار می‌دهد، نشان از آن دارد که صرف حضور و استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر تضعیف هویت دینی کاربران تأثیر معناداری ندارد؛ ولی نوع استفاده از این شبکه‌ها، از نظر استفاده کاربردی و یا تفریحی، مدت زمان طولانی حضور در این شبکه‌ها و همچنین هدف استفاده کاربران از این شبکه‌ها به علاوه طبقه و پایگاه اجتماعی آنان، در تضعیف هویت دینی کاربران و تمایل آنان در حرکت از هویت سنتی و اصیل دینی به سوی هویت بازتابی و مدرن تأثیرگذار بوده و حداقل این که هویت اصیل کاربران را در برخی از حیطه‌ها دچار تشکیک می‌کند.

ویژگی‌های مشترک دین و فضای مجازی را در موارد زیر می‌توان خلاصه کرد (عاملی، ۱۳۸۹)

✓ «جهانی بودن»،

✓ «همه جا حاضر بودن»،

✓ «دسترسی فراگیر»،

✓ «نظام مند بودن»

مجاز بنیادی ترین عنصر دینی، باور به متافیزیک است و جهان مجازی هم متافیزیک مخلوق به حساب می‌آید. ارتباط با عالم غیرفیزیکی است و دین هم گذری از جهان عینی فیزیکی به جهان متافیزیک به شمار می‌آید. از دیگر خصیصه‌های دین، همه جا حاضر بودن و دسترسی فراگیر آن است که در دنیای مجاز هم این امکان برای همگان وجود دارد.

علاوه بر این، دین مجازی مفهومی است که تحت تأثیر نفوذ فضای مجازی استفاده شده و دارای متغیرهای پنج‌گانه ذیل است:

۱. «تصویر سازی»،
۲. «تخیلی بودن»،
۳. «بازنمایی واقعیت»،
۴. «صنعتی بودن»،
۵. «تعاملی بودن».

شاید در گذشته فقط کسی که در مجلس روضه امام حسین (ع) حاضر می شد، آن احساس خاص را داشت اما امروزه با پیدایش امکان حضور در حرم ائمه از طریق دنیای مجازی و گوش دادن به روضه های ضبط شده، می توان همان احساس را تجربه کرد.

ارتباطات در فضای سایبر

واقعیت آن است که اینترنت، ظهور سازوکارهای جدید برای ارتباطات انسانی را میسر ساخته است. اینترنت می‌کوشد تا ظرفیت ارتباطات دو جانبه و غیر دو جانبه را افزایش دهند. این موقعیت‌های تازه به افراد و سازمان ها اجازه می‌دهد تا باری مشارکت و انجام معاهدات دو جانبه و ایجاد فرصت‌هایی که قبلاً فقط از طریق دسترسی به محل واحد مشترکی حاصل می‌آمد امکانات تازه‌ای را جستجو کنند. مارک پاستر می‌نویسد: اینترنت و واقعیت مجازی، امکان انجام انواع تازه‌ای از تعاملات دوسویه را فراهم آورده‌اند؛ به طوری که مخالفت صرف با اجتماعات واقعی و غیر واقعی برای تعیین تفاوت بین سبک‌های ارتباطی کافی نیست. بلکه این امر بیشتر ساختار تاریخی قالب‌های اجتماعات را مبهم می‌سازد (اسلوین، ۸۳: ۱۳۸۰)

عقایدی که درباره تأثیرات اینترنت بر تعامل اجتماعی وجود دارد (حداقل) در دو دسته قرار می‌گیرد. عده‌ای معتقدند که دنیای مجازی، پرورش‌دهنده اشکال جدید روابط الکترونیکی است که تعاملات چهره‌به‌چهره را تقویت و تکمیل می‌کند و امکان ارتباط کاربران «گمنام» در چت‌روم‌ها و شبکه‌های اجتماعی، و بحث و گفتگوی آنها درباره موضوعات مورد علاقه‌شان را موجب می‌شود و حتی گاهی اوقات چنین برخوردهای مجازی می‌تواند به ملاقات‌های چهره‌به‌چهره بیرونی نیز منجر شود. بر این اساس اینترنت شبکه اجتماعی افراد را توسعه می‌دهد و غنی‌تر می‌کند. عده‌ای نیز بر این باورند که ارتباطات مجازی، سبب تعامل کمتر افراد در دنیای مادی می‌شود و در نتیجه به انزوای افراد و

ایزوله شدن آنها می‌انجامد. در این شرایط افراد زمان کمتری با خانواده و دوستان خود سپری می‌کنند؛ روابط فردی کم‌رنگ می‌شود و زندگی اجتماعی دچار ضعف و سستی می‌شود. (عباسی و خلیلی، ۱۳۹۰: ۶۸)

ترلو و دیگران در کتاب خود با عنوان «*رتبایات کامپیوتر- واسط*» دو اتهام شایع درباره نسبت CMC با ارتباطات اجتماعی را این‌گونه فهرست می‌کنند:

- **اتهام غیر اجتماعی؛ CMC** یک ارتباط بد است زیرا کیفیت ارتباط در نتیجه موانع تکنولوژیکی در اینترنت کاهش یافته است.

- **اتهام ضد اجتماعی؛ CMC** یک ارتباط بد است زیرا تأثیر منفی بر ارتباطات و روابط آفلاین می‌گذارد.

آنها ادامه می‌دهند؛ پشتیبانی از این دو اتهام، باوری است که اینترنت را الزاماً شکل نامناسبی از ارتباط می‌داند و در واقع چیزی است که می‌تواند به مردم صدمه بزند، زیرا خود را از یک روابط واقعی محروم می‌سازند. به عبارت دیگر، CMC هم به دلیل غیر اجتماعی بودن (یعنی سرد و غیر دوستانه است) و هم ضد اجتماعی بودن (یعنی موجب کاهش تعامل چهره به چهره می‌شود) مورد اتهام قرار گرفته است. هر دوی این اتهامات در تضاد با این باور مخالف قرار می‌گیرد که اینترنت می‌تواند منجر به روابط اجتماعی جدید و حتی بهتری شود که مردم می‌توانند در سراسر جغرافیا و محدودیت‌های اجتماعی ارتباط برقرار کنند و دوستی‌های جدیدی را بر اساس علایق و منافع مشترکشان به وجود آورند (ترلو و دیگران، ۱۳۸۹: ۸۱)

افراد به طور گسترده به صورت آنلاین کنار یکدیگر می‌آیند - این گستردگی نه تنها بر حسب تعداد- بلکه همچنین بر حسب صمیمیت روابطی است که گاهی بدان شکل می‌دهند. در اینجا یک نظر آن است که در ارتباطات کامپیوتر واسط، حس تعهد عمیقی به وجود می‌آید. هرچیزی که ممکن است فکرش را بکنید، حتی برخی می‌گویند که برای روابط آنلاین خود بیش از روابط آفلاین ارزش قائلند. زمانی که افراد بدین طریق به یکدیگر نزدیک می‌شوند، کاملاً طبیعی است که به گروه‌های دیگری نیز وارد شوند (ترلو و دیگران، ۱۳۸۹: ۱۰۱) به واقع پویایی‌های زیادی در بازی ارتباط گروهی آفلاین وجود دارد که می‌تواند به فهم آنچه در CMC رخ می‌دهد کمک کند. همه این فرایندهای اجتماعی- روان‌شناختی است که از طریق آنها روش‌هایی که افراد توسط آن هویت خود را می‌سازند ایجاد روابط می‌کنند و با یکدیگر اجتماعات را می‌سازند، مستحکم می‌گردد.

رسانه در فضای سایبر

خبرنگاری دیجیتال هر روز مرزهای خود را گسترش می دهد و ابعاد تازه ای می گیرد. در چنین محیط متغیر و نو شونده ای، شرکت هایی که مبتنی بر رسانه های کلاسیک بودند، اگر خود را با طبیعت در حال ظهور رسانه های جدید وفق ندهند، در کسب و کار رسانه ای با مشکلات جدی مواجه خواهند شد. چراکه اینترنت دارد به گزینه ترجیحی برای پیگیری اخبار تبدیل می شود.

فناوری واقعیت افزوده دورنمای خوبی از پیوند میان ابزارهای جدید فناورانه و روزنامه نگاری سنتی را پیش روی حرفه ای های این حوزه قرار داده است. استفاده از فناوری واقعیت افزوده، مسیر حرکتی دوگانه را رقم زده است: هم مخاطبان روزنامه ها از صورت های سنتی اخبار جدا می شوند و برای یادگیری درباره دنیای اطراف، به سوی رسانه های اجتماعی و ارتباطات موبایلی حرکت می کنند؛ و هم کاربران فناوری های جدید باردیگر به صورت های سنتی رسانه ها و اخبار نزدیک می شوند.

روزنامه نگاری سایبر، یعنی فرآیند تولید، کسب، انتقال و انتشار اطلاعات، اخبار و داده ها از طریق شبکه ی جهانی اینترنت یا به کاربردن حداقل یکی از این فرآیندها برای تکمیل صفحات یک روزنامه یا رساندن اخبار به یک مجله ی الکترونیک. انتشار اطلاعات در این نوع از روزنامه نگاری، در دوره های زمانی مشخص و معمولاً بیش از یک بار در روز اتفاق می افتد.

آموزش و یادگیری در فضای سایبر

پیشرفت های اخیر در صنعت رایانه و اطلاع رسانی و ظهور شبکه های اطلاع رسانی محلی، ملی، منطقه ای و بین المللی و به ویژه اینترنت، چند رسانه ای ها، فناوری ارتباطی و روش های جدید را پیش روی طراحان، برنامه ریزان و مدیران و مجریان برنامه های آموزشی قرار داده است. نفوذ فناوری اطلاعاتی به مراکز آموزشی (از مدارس تا دانشگاه ها) و حتی منازل، روابط ساده معلمی و شاگردی را به طور کلی دگرگون ساخته است. به این ترتیب، الگوهای سنتی یادگیری متحول شده اند و کاربران با حجم گسترده ای از اطلاعات و دانش مواجه هستند. در حال حاضر بسیاری از کشورهای پیشرو در زمینه ارتباط از راه دور، در حال ایجاد و راه اندازی دانشگاه ها و کلاس های مجازی نظام های سنتی خود هستند.

در آموزش مجازی هدف تبدیل آموزش سنتی به آموزش مجازی نیست. بلکه آموزش های تخصصی با شیوه های مدرن مد نظر است. شعار آموزش مجازی، آموزش برای همه کس و در همه سنین و همه جا است. در کلاس مجازی معلم مجازی همچون کتاب مجازی در آن واحد در دسترس تعداد زیادی آموزنده قرار می گیرد. نقش معلم سنتی

در این نوع آموزش به نقش ناظر، همراه، مشاور و راهنما یا به عبارتی آموزیار تغییر می کند. در کلاس مجازی آموزگار، کتاب، تخته سیاه و کتابخانه در فضای مجازی قرار دارد که هر دانش آموزی می تواند به آنها دسترسی داشته باشد. پرسش و پاسخ، رفع اشکالات، امتحان و ارزشیابی نیز از طریق مجازی و در زمان واقعی قابل انجام گرفتن است. این تغییر نقش معلم از یک سو و نیاز به آموزگار مجازی از سوی دیگر ایجاب می کند که طرح جداگانه ای برای تربیت آموزگار مجازی و آموزیار حضوری نیز برنامه ریزی و اجرا شود.

از مزایای آموزش مجازی می توان به این موارد اشاره کرد:

- امکان ارائه دروس در محیط چندرسانه ای به صورت تصویر، متن، انیمیشن و غیره که نتیجتاً منجر به افزایش کیفیت یادگیری و آموخته های دانش آموزان و دانشجویان خواهد شد.
- سهولت دسترسی به حجم بسیار بالای از اطلاعات و دان شهای موجود در جهان در هر زمان و مکانی
- دسترسی سریع و به موقع به اطلاعات در زمان بسیار اندک و صرفه جو یی در زمان از جمله مزایای این روش است. به ویژه در شهرهای بزرگ که ایاب و ذهاب تا مدرسه یا دانشگاه ، مدت زمان زیادی طول می کشد.
- کاهش برخی هزینه های آموزشی از دیگر مزایای استفاده از این نوع آموزش است به گونه ای که متخصصین صنعت معتقدند، جایگزینی سیستم های آموزشی مبتنی بر تکنولوژی به جای انواع سنتی آنها باعث کاهش چشمگیر هزینه ها در حدود ۴۰ تا ۶۰ درصد می شود.
- از مزایای این نوع آموزش می توان به دانش آموز یا دانشجومحور بودن آن اشاره کرد. برخلاف روش های سنتی که معلم یا استاد مرکزیت دارد، در روش آموزش مجازی، دانش آموز یا دانشجو مرکز ثقل همه چیز بوده و این روش به آنها کمک می کند از محیط های سنتی کلاس خارج شود
- بالا بردن کیفیت، دقت و صحت مطالب درسی و علمی
- ارتقای علمی دانش آموزان و دانشجویان
- حذف تاثیر منفی عوامل همچون دوری، وضعیت بد جغرافیایی و امنیت کم
- استفاده از معلمان و اساتید باتجربه در مناطق مختلف
- عدم نیاز به جابه جایی استادان، معلمان و مربیان از یک منطقه به منطقه دیگر
- از لحاظ مالی نیز آموزش های مجازی در سطح دنیا منافع خوبی را حاصل گردانندگان آنها می کند

- از دیگر مزایای این نوع آموزش می توان به قابلیت تکرار مطالب در هر زمان و مکانی، افزایش زمان دسترسی به آموزش، امکان به اشتراک گذاشتن منابع آموزشی، مدیریت دقیق بر فرآیند آموزش و غیره... اشاره کرد.

هنر در فضای سایبر

بواسطه پیشرفت‌های فناورانه در حوزه ICT، هنر تعاملی و هنر دیجیتال در بستر فضای مجازی اشکال و ابعاد تازه‌ای پیدا خواهد کرد. فناوری‌های دیجیتال، تأثیر فراوانی بر دورنمای تولید، توزیع و مصرف موسیقی داشته است؛ به‌عنوان نمونه امکان خلق آثار غیرحرفه‌ای و به اشتراک گذاشتن وسیع آنها در سایت‌ها و شبکه‌های اجتماعی و تقویت موسیقی‌های عامه‌پسند و غیر فاخر کمک کرده است. سینمای تعاملی، به‌عنوان نسل آینده صنعت سینما، بواسطه نقش‌آفرینی فعال مخاطب در تعیین مسیر داستان فیلم، جایگاه ویژه‌ای خواهد یافت.

- سرگرمی در فضای سایبر
- مد و لباس در فضای سایبر
- فرهنگ جنسی در فضای سایبر

همچنین در اینجا بر اساس مدل‌های قیاسی سطوح و ابعاد فرهنگ به حوزه‌هایی همچون فرهنگ اقتصادی، فرهنگ اجتماعی، فرهنگ سیاسی، فرهنگ ملی، فرهنگ قومی، فرهنگ عمومی و فرهنگ حرفه‌ای در فضای سایبر توجه شده است. هریک از این حوزه‌های مفهومی دارای اجزاء و مؤلفه‌های خود هستند و در یک شبکه مفهومی گسترده‌تر با یکدیگر مرتبط می‌شوند.

سایبر فرهنگی

حوزه دوم سایبر فرهنگی است. تفاوت این حوزه با فرهنگ سایبر در آن است که در فرهنگ سایبر رویکردی و تحلیلی مبنای تحقیق و پژوهش قرار می‌گیرد؛ در حالی که در سایبر فرهنگی، رویکردی هنجاری و تجویزی مبنای می‌باشد. به دیگر سایبر فرهنگ سایبر ناظر به وضعیت موجود است؛ و سایبر فرهنگی ناظر به وضعیت مطلوب. بر این اساس، ما در حوزه سایبر فرهنگی در صدد طرح‌ریزی و ترسیم ابعاد و مؤلفه‌های فضای مجازی مطلوب بر اساس ابعاد و مؤلفه‌های فرهنگ بومی هستیم. این موضوع دارای یک پیش‌فرض مهم است؛ و آن اینکه ساختار و روابط فضای مجازی فعلی که اینترنت جهانی نام دارد، برآمده از فرهنگ صاحبان و مالکان آن است؛ و از آن حمایت و پشتیبانی می‌کند.

به عبارت دیگر از آنجایی که در خصوص فضای مجازی، زمین بازی در اختیار غرب و به‌ویژه ایالات متحده آمریکا است، اولاً از ساختار و روابطی برآمده از فرهنگ غربی تشکیل شده است، و ثانیاً هرکسی که به عنوان عاملیت در این ساختار وارد شود، خواسته یا ناخواسته از این ساختار متأثر می‌گردد. لذا برای داشتن فضای مجازی مطلوب، ورود عاملیت‌گونه در عرصه اینترنت جهانی کافی نیست و باید ساختاری برآمده از فرهنگ بومی یعنی فرهنگ اسلامی ایرانی را طرح‌ریزی کرد.

یکی از ابزارهای مهمی که در این راستا وجود دارد و می‌تواند به بنای فضای مجازی مطلوب کمک کند، پیوست فرهنگی و پیوست‌نگاری فرهنگی است. این موضوع که در غرب از آن با عنوان ارزیابی تأثیرات فرهنگی یاد می‌شود، ناظر به ارزیابی انتقادی آثار و پیامدهای فرهنگی فضای مجازی و ارائه راهکار برای حداکثری کردن و تقویت فرصت‌ها و آثار و پیامدهای مثبت، و حداقلی کردن و تضعیف تهدیدها و آثار و پیامدهای منفی آن است. بر این اساس سایبر فرهنگی مبتنی بر پیوست‌نگاری فرهنگی فضای مجازی است.

نکته دیگر در این زمینه آن‌که بر مبنای مدل لایه‌ای فضای مجازی که آن‌را به لایه‌های مختلفی چون زیرساخت، خدمات، محتوا، کاربری، و سیاست‌ها و مقررات تقسیم می‌کند، حوزه مفهومی سایبر فرهنگی را می‌توان بر این اساس شامل هرکدام از این لایه‌ها دانست. به عبارت دیگر سایبر فرهنگی در حوزه زیرساخت ناظر به طراحی سخت‌افزار و زیرساخت‌های فنی فضای مجازی بر مبنای الگوها و مطلوبیت‌های فرهنگی است. به همین ترتیب سایبر فرهنگی در حوزه خدمات، ناظر به طراحی سرویس‌های اینترنتی مانند موتور جستجو، ایمیل، بازی، پیام‌رسان و... بر مبنای مطلوبیت‌های فرهنگ بومی است. همچنین سایبر فرهنگی در حوزه محتوا به چگونگی تولید، پخش و انتشار، و مدیریت محتوا بر اساس ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگ بومی مرتبط است. سایبر فرهنگی در حوزه کاربری نیز ناظر به کاربری مطلوب فضای مجازی است که این حوزه ارتباط وثیقی با تعلیم و تربیت رسانه‌ای کاربران بر

اساس مطلوبیت‌های فرهنگ بومی دارد. در نهایت سایر فرهنگی در حوزه سیاست‌ها و مقررات ناظر به الزامات سیاستگذاری و مقررات‌گذاری در فضای مجازی بر اساس پارامترها و مطلوبیت‌های فرهنگی می‌باشد.

فاز چهارم

تأثیرات فرهنگی - اجتماعی فضای سایبر

سومین حوزه مفهومی، ناظر به تأثیرات اجتماعی و فرهنگی فضای مجازی است. در اینجا به آثار و پیامدهای بیرونی فضای مجازی در موضوعات و مسائل فرهنگی و اجتماعی پرداخته می‌شود. به عبارت دیگر فضای مجازی دارای تأثیرات فرهنگی مختلفی در فضای واقعی است. مثلاً این مسئله که استفاده معتادگونه از پیام‌رسان‌ها و شبکه‌های اجتماعی موجب تضعیف ارتباطات خانوادگی و چهره به چهره در فضای واقعی شده است، در این حوزه مورد توجه و تأکید قرار می‌گیرد. موضوعاتی که ذیل این حوزه از حیث تأثیرگذاری فضای مجازی بر آنها قرار می‌گیرند عبارتند از:

- فرهنگ پوشش
- فرهنگ تغذیه
- فرهنگ شهروندی
- فرهنگ ازدواج و خانواده
- فرهنگ دینداری
- فرهنگ ارتباط و تعامل
- فرهنگ رسانه‌ای
- فرهنگ یاریگری و کار خیر
- فرهنگ جنسی و جنسیتی
- فرهنگ فراغت و سرگرمی
- فرهنگ ورزش
- فرهنگ غم و شادی
- فرهنگ اقتصادی
- فرهنگ سیاسی
- فرهنگ کودکان و نوجوانان
- فرهنگ سلامت
- فرهنگ دوستی و دوست‌یابی
- فرهنگ نزاع و دشمنی

- باورهای فرهنگی
- ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگی

کارکردهای اجتماعی و فرهنگی فضای سایبر

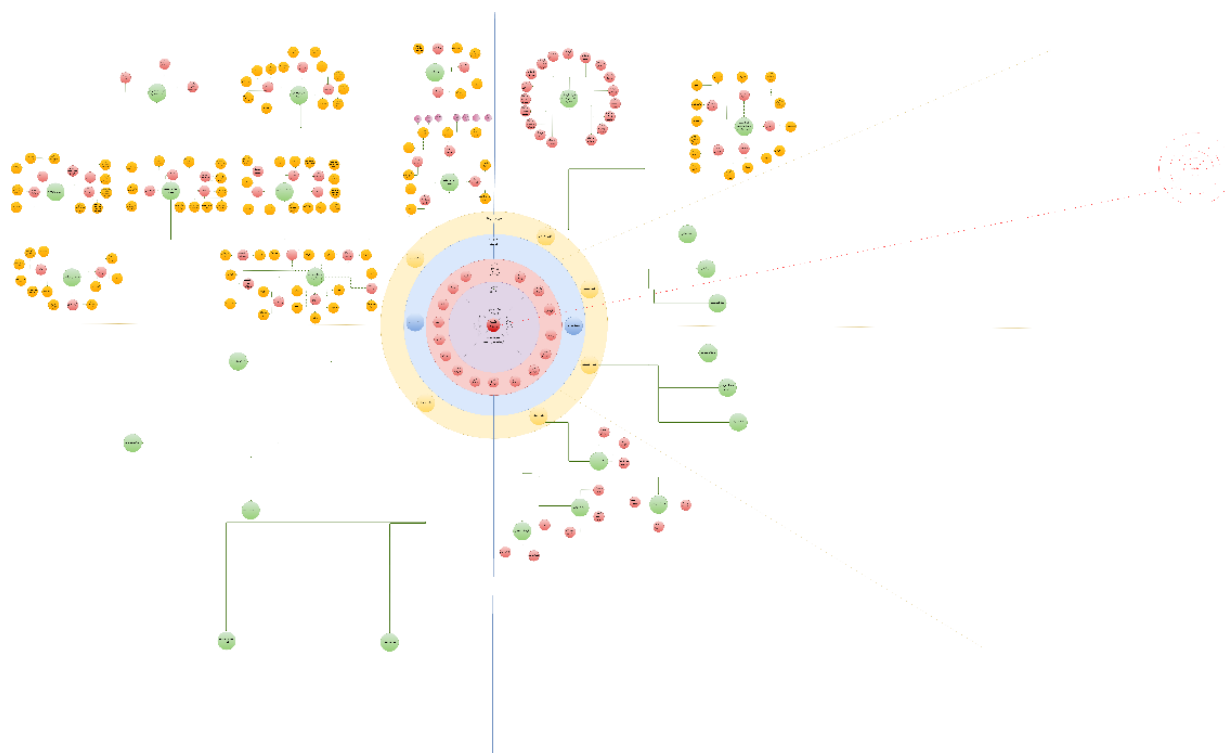
در نهایت چهارمین حوزه مفهومی، ناظر به کارکردهای اجتماعی و فرهنگی فضای مجازی است. کارکردگرایی در تبیین پدیده‌های اجتماعی به خدمتی که این پدیده‌ها در نظم و تعادل چارچوب اجتماعی دارند توجه و همه رخدادهای و فعالیت‌های نهادینه‌شده را بر اساس نیازهای جامعه توجیه می‌کند. از این دیدگاه جامعه از عناصر مختلفی تشکیل می‌شود که به یکدیگر متکی هستند و به صورت یک نظام در محیط خود فعالیت می‌کنند. فضای مجازی نیز یکی از عناصر زیرمجموعه نظام محسوب می‌شود که بخش‌های مختلف نظام را به یکدیگر مرتبط می‌سازد و ضمن تأمین نظم و یکپارچگی درونی نظام، ظرفیت پاسخگویی آن‌را در بحران‌ها بر اساس واقعیت‌ها افزایش می‌دهند. بر این اساس، موضوعاتی که ذیل این حوزه از حیث کارکردهایی که فضای مجازی به لحاظ اجتماعی و فرهنگی می‌تواند داشته باشد، قرار می‌گیرند، عبارتند از:

- نظارت بر محیط
- نظم، کنترل و ثبات
- مشارکت
- هویت‌سازی
- همبستگی اجتماعی
- بسیج
- جامعه‌پذیری
- معناسازی
- اطلاعات
- تسهیل نوآوری
- انطباق
- ساخت‌مندکردن زندگی روزمره
- امنیت فرهنگی
- تداوم و استمرار فرهنگی
- پیشرفت فرهنگی

- مدیریت دانش
- انتقال میراث فرهنگی
- همگرایی رسانه‌ای
- شبکه‌سازی
- لذت آفرینی

فاز بعدی نداشت موضوعی حوزه فرهنگی- اجتماعی فضای مجازی، یک قدم فراتر از این نقشه تلفیقی برداشته و در صدد ارتباط آئینه‌سان با سه حوزه فلسفه، اقتصاد و مطالعات اسلامی که گروه‌های دیگر مرکز آینده‌پژوهی را تشکیل می‌دهند برآمده است. بر این اساس جلسات متعددی با مسئولین محترم گروه‌های مذکور جهت هم‌اندیشی و برنامه‌ریزی نقشه‌راهی برای تهیه و تدوین مدل مفهومی مشترک مابین گروه‌ها برگزار شد. ماحصل این جلسات و تبادل آراء به صورت مدیریت گروهی ابری در فضای ترلو، تهیه نقشه‌ای جامع شد، که به مدل قبلی چند لایه را افزوده است و ارتباط آن با دو حوزه اقتصاد و مطالعات اسلامی را نشان می‌دهد. ضمن آنکه مبنای این مدل جامع چنانکه در گزارش گروه فلسفه نیز منعکس شده است، فلسفه مضاف هریک از این گروه هاست.

فاز پنجم



لایه اول در این مدل، لایه مبانی نظری است که در خصوص گروه فرهنگی - اجتماعی این لایه به چهار دسته نظریه تقسیم می‌شود:

- نظریه‌های فرهنگ
- نظریه‌های ارتباطات و رسانه
- نظریه‌های جامعه‌شناسی
- نظریه‌های مردم‌شناسی

لایه دوم به کلان ایده‌های فرهنگی مربوط می‌شود که عبارتند از:

- ارزش
- هنجار
- نگرش
- زبان
- گفتمان
- سنت و مدرنیته

- بازنمایی
- هویت فرهنگی
- کنش فرهنگی
- انتقال فرهنگی
- تأخر فرهنگی
- عدالت فرهنگی
- مشارکت فرهنگی
- امنیت فرهنگی

لایه سوم به ضرب دوگانه‌ای مربوط می‌شود که فلسفه فرهنگ فضای مجازی را به دو ساحت درونی و بیرونی تقسیم می‌کند و بر این اساس، فرهنگ سایبر و سایبر فرهنگی را از مظاهر اجتماعی و فرهنگی فرهنگ سایبر و کارکردهای آن جدا می‌کند. از این لایه به بعد تقسیمات تدوین شده در نقشه تلفیقی تهیه شده در مرحله قبلی ذکر شده است که توضیح و تشریح آن پیشتر ذکر شد.

منابع و مآخذ

- آشنا، حسام‌الدین و همکاران، برنامه پژوهشی بازنگری شاخص‌های فرهنگی ایران، منتشر نشده.
- احمدپور، مریم و امید قادرزاده (۱۳۸۹) «تعامل در فضای سایبر و تأثیر آن بر هویت دینی جوانان»، در فصلنامه پژوهش جوانان، فرهنگ و جامعه، شماره ۵.
- اسلوین، جیمز (۱۳۸۰) اینترنت و جامعه، ترجمه عباس گیلوری و علی رادباوه، تهران: نشر کتابدار.
- بل، دیوید (۱۳۸۹). **درآمدی بر فرهنگ‌های سایبر**، ترجمه مسعود کوثری و حسین حسینی، تهران: جامعه‌شناسان
- ترلو، کریسپین و دیگران (۱۳۸۹) **ارتباطات کامپیوتر - واسطه**، ترجمه سروناز تربتی، تهران: جامعه‌شناسان
- جلیلی فیروزی، شقایق (۱۳۸۵) بازنمایی هویت دینی در فضای مجازی، بررسی تأثیر حضور در گروه‌های دینی مجازی بر شکل‌گیری هویت دینی کاربران جوان، رساله کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی، تهران: دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبائی.
- دریفوس، هیوبرت (۱۳۸۳) نگاهی فلسفی به اینترنت، مترجم: علی ملائکه، تهران: گام نو.
- عباسی قادی، مجتبی (۱۳۸۶) «بررسی رابطه استفاده از اینترنت و هویت دینی کاربران»، در فصلنامه رسانه، شماره ۶۹.
- قاسمی، وحید، صمد عدلی‌پور و مسعود کیانیپور (۱۳۹۱) «تعامل در شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و تأثیر آن بر هویت دینی جوانان؛ مطالعه موردی فیس‌بوک و جوانان شهر اصفهان»، در فصلنامه دین و ارتباطات، سال نوزدهم، شماره ۲، صص ۳۶-۵.
- کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰) عصر اطلاعات؛ اقتصاد، جامعه و فرهنگ، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: طرح نو.
- کرایب، یان (۱۳۸۱) نظریه اجتماعی مدرن از پارسونز تا هابرماس، مترجم: عباس مخبر، تهران: نشر آگه.
- مزینانی، کاظم (۱۳۹۳) «بررسی رابطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت دینی کاربران»، در نشریه ره‌آورد نور، سال سیزدهم، شماره ۴۶، صص ۳۶-۲۲.
- معینی علمداری، جهانگیر (۱۳۸۴) «هویت و مجاز: تأثیر هویتی اینترنت»، در فصلنامه مطالعات ملی، سال ششم، شماره ۴، صص ۱۲۳-۱۰۷.
- مهدی زاده، محمد (۱۳۹۱) نظریه‌های رسانه: اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی، تهران: همشهری.
- نجاتی حسینی، سید محمود (۱۳۹۱) «بازنمایی خدا در بلاگ‌های فارسی: تحلیل الهیات مردم‌پسند مجازی اینترنتی در ایران»، در فصلنامه دین و ارتباطات، سال نوزدهم، شماره ۱.

