



مقطع تحصیلی: کاردانی □ کارشناسی □ *	رشته روابط عمومی	ترم: ۲
سال تحصیلی: ۱۳۹۸ - ۱۳۹۹	نام و نام خانوادگی مدرس: مریم حکمت پور	
شبکه های اجتماعی	نام و نام خانوادگی مدرس: مریم حکمت پور	
آدرس email مدرس: m_hekmatpour@yahoo.com	تلفن همراه مدرس:	
جزوه درس: شبکه های اجتماعی..... مربوط به هفته :		
اول □ دوم □ سوم □ چهارم □ پنجم □ *		
text: دارد □ * ندارد □	voice: دارد □ ندارد □ *	power point: دارد □ ندارد □ *
تلفن همراه مدیر گروه : ۰۹۱۲۴۰۵۸۷۲۰		

ادامه ویژگیهای جوامع اطلاعاتی

ویژگی حرفه‌ای:

یکی از خصیصه‌های مهم جوامع اطلاعاتی تغییر حرفه‌ها و مشاغل است. هرگاه حرفه‌ها در فعالیت‌های اطلاعاتی تمرکز یابند به جامعه اطلاعاتی وارد شده‌ایم. به بیان دیگر، در جامعه اطلاعاتی از کارهایی که قدرت جسمی و مهارت‌های یدی را می‌طلبد، مانند تراشیدن سنگ و یا زراعت بر روی زمین کاسته و به کارهایی با مهارت بالا مانند تعلیم و تربیت، امور اداری، و کلیه کارهایی که اطلاعات را جهت انجام بهتر فعالیت‌ها درخواست می‌کنند، تبدیل می‌شود. امروزه، تنها اقلیتی رو به کاهش از نیروی کار، در کارخانه کار می‌کنند و بازار کار به وسیله شاغلان بخش اطلاعات تسخیر شده است. تغییر مشاغل و توزیع آنها مرکز ثقل بیشتر نظریه‌های معتبر در مورد جامعه اطلاعاتی است. دانیل بل در دهه ۱۹۶۰ ظهور جامعه "یقه سفیدها" (مدیران و طالبان اطلاعات) و کاهش نیروی کار صنعتی و کارگران "یقه آبی" را عنوان کرد و پایان تضاد سیاسی - طبقاتی، آگاهی گروهی بیشتر، و توسعه برابری جنسی را مطرح ساخت.

چهارصد نوع حرفه را به عنوان نیروی کار اطلاعاتی بر شمرده‌اند، که نخستین نوع شامل کارکنانی است که فعالیت اصلی آنان تولید و عرضه دانش و اطلاعات است، مانند دانشمندان، مخترعان، کتابداران، روزنامه نگاران، و نویسندگان. نوع دوم کارکنانی را دربرمی‌گیرد که اطلاعات را گردآوری، هماهنگ، و پردازش کرده و سپس به توزیع آن در میان شرکت‌ها و متقاضیان اطلاعات می‌پردازند؛ مانند مدیران، منشیان، کارمندان، و کلیه کارگران. نوع دیگر شامل کارکنانی است که با استفاده از دستگاه‌ها و فن‌آوری‌های اطلاعاتی، فعالیت انواع دیگر را حمایت می‌کنند؛ مانند کسانی که اطلاعات را وارد رایانه می‌کنند، یا به نصب و تعمیر تلفن، رادیو، و تلویزیون

قابل توجه مدرسین محترم: حداقل ۴ صفحه در هر هفته برای ارایه محتوای درس و یک صفحه برای خلاصه درس و نمونه سولات در نظر گرفته شود.



می‌پردازند. بدین ترتیب، تقسیم‌بندی نیروی کار اطلاعاتی و غیراطلاعاتی، براساس تخمین درجه‌ای از درگیری مشاغل با اطلاعات، تمیز داده می‌شود. گرچه تعیین این که دقیقاً چه کسی کارگر اطلاعاتی است و چه کسی نیست، خود، موضوع بحث انگیزی است، زیرا هر شغلی تا حد زیادی با شناخت و پردازش اطلاعات سروکار دارد. اما پیدایش جامعه اطلاعاتی متکی بر جنبه محوری دانش نظری، در مقابل دانش عملی است، و می‌باید آنهایی را که دارای دانش نظری هستند از کارگران اطلاعاتی، یعنی کسانی که تنها مجری اندیشه‌های نظریه‌پردازان محسوب می‌شوند، متمایز ساخت.

دنیای امروز، هماهنگی ساخت و تولید در سطح جهان، برنامه‌ریزی درون دولت‌ها و میان دولت‌های مستقل، و بازاریابی در همه قاره‌ها را می‌طلبد. اطلاعات برای این‌گونه فعالیت‌ها جنبه محوری دارد و، در نتیجه، مدیریت اطلاعات نیز تبدیل به ضرورتی اجتناب‌ناپذیر می‌گردد.

از دیگر مشخصه‌های جوامع اطلاعاتی تأکید بر آموزش است. گزارش یونسکو از کمیسیون بین‌المللی آموزش برای قرن بیست‌ویکم با نام (یادگیری: گنج درون) تأثیر جامعه اطلاعاتی بر آموزش و پژوهش و برخی نتایج آن را مورد تأکید قرار می‌دهد. فن‌آوری‌ها، بی‌تردید، این امکان را فراهم آورده است که آموزش از طریقی که قبلاً امکان‌پذیر نبود ارائه گردد. طیف وسیعی از رشته‌های تحصیلی به صورت صفحات فشرده و چندرسانه‌ای‌ها در دسترس قرار دارند و مدارس و دانشگاه‌ها، با استفاده از امکانات الکترونیکی، آموزش از راه دور را تجربه می‌کنند.

ویژگی مکانی:

در جامعه اطلاعاتی، شبکه‌های اطلاعاتی نقاط دور دست را با یکدیگر مرتبط می‌کنند. این شبکه‌ها گروه‌های مختلف سراسر جهان را در کمترین زمان ممکن و به بهترین شکل به یکدیگر پیوند می‌دهند و افراد می‌توانند دانش و تخصص خود را با یکدیگر مبادله کنند، به مشاوره بپردازند، و خلاقیت‌های خود را شکوفا سازند. رشد سریع رسانه‌های جدید این امکان را فراهم آورده است که اطلاعات مربوط به مبادلات بازرگانی، قیمت کالاها، فهرست پروانه‌های ثبت اختراع، نوسانات ارز، و حتی چکیده مقالات مجلات علمی و فنی تهیه و به صورت پیوسته به سراسر جهان ارسال گردد. شبکه‌ها حتی سبب تجدید سازمان نظام مالی در دنیا شده و فروپاشی



محدودیت‌های سنتی در زمینه بانکداری، خدمات مالی، و واسطه‌گری را به دنبال داشته است. مبادلات اقتصادی به شکل الکترونیکی و در حجم بسیار بالا حاصل رشد این بخش بوده است.

اهمیت راهبردی اطلاعات، تأمین زیرساخت‌های اطلاعاتی، رشد اطلاعات قابل مبادله و یکی شدن سراسری اقتصاد، همگی بر مرکزیت شبکه‌های اطلاعاتی - ارتباطی، و اتصال شهرها، مناطق، ملت‌ها، قاره‌ها، و سراسر جهان تأکید دارد و این تأکید بیشتر بر گردش اطلاعات در مسیر بزرگراه‌های اطلاعاتی و الکترونیکی است. در حالی که نخستین حرکت‌های اقتصادی بازارها بر مبنای دوری و نزدیکی در ساختار شهرها به وجود آمد، امروزه اقتصاد بازار بر منطق ارتباطات الکترونیکی استوار شده و جغرافیای جدیدی از مراکز پردازش و کنترل به وجود آمده است. گرچه محدودیت فاصله‌ها کاملاً حذف نشده، لیکن کوتاه شدن زمان در ارتباطات، در واقع، برای شرکت‌ها، دولت‌ها، و افراد حق انتخاب بیشتری فراهم ساخته است.

ویژگی فرهنگی:

از لحاظ فرهنگی، دانش مبتنی بر سرمایه به تدریج جای خود را به سرمایه مبتنی بر دانش داده است و آگاهی نوعی سرمایه فرهنگی تلقی می‌شود و بدین ترتیب، اهمیتی که دنیای گذشته برای سرمایه مالی قائل بود تقلیل یافته و سرمایه‌های مبتنی بر آگاهی از اهمیت بیشتری برخوردار گردیده است.

از نخستین ویژگی‌های جوامع اطلاعاتی ایجاد تحول در ارزش‌های فرهنگی، اخلاقیات، و آداب و رسوم است. آنچه همزمان با پیدایش و توسعه جوامع اطلاعاتی در دنیا مطرح شده تحمل و مدارای فرهنگی است که ناشی از شناخت بیشتر است. با فزونی شناخت در حوزه آگاهی‌های فرهنگی، ساختار ارزشی و در نتیجه اخلاقیات و آداب و رسوم به گونه بارزی متحول می‌شود. اینترنت نمونه روشنی از فن‌آوری نوین اطلاعاتی است که می‌تواند حجم زیادی از اطلاعات گوناگون را به صورت متن، تصویر، صوت، و عدد و رقم با هر درجه از کمیت و کیفیت و محتوای فرهنگی، بدون محدودیت و فارغ از مرزهای سیاسی، در زمانی بسیار کوتاه انتقال دهد؛ و این انتقال را در عرصه‌ای بدون توجه به فضا و محتوای فرهنگی و در ساختارهای متفاوت سیاسی و اقتصادی و پیشینه‌های تاریخی صورت دهد، و از جهات گوناگون و در رابطه با ملت‌ها، دولت‌ها، گروه‌ها، خانواده‌ها، و افراد فرصت‌ها و تنگناهایی ایجاد کند.

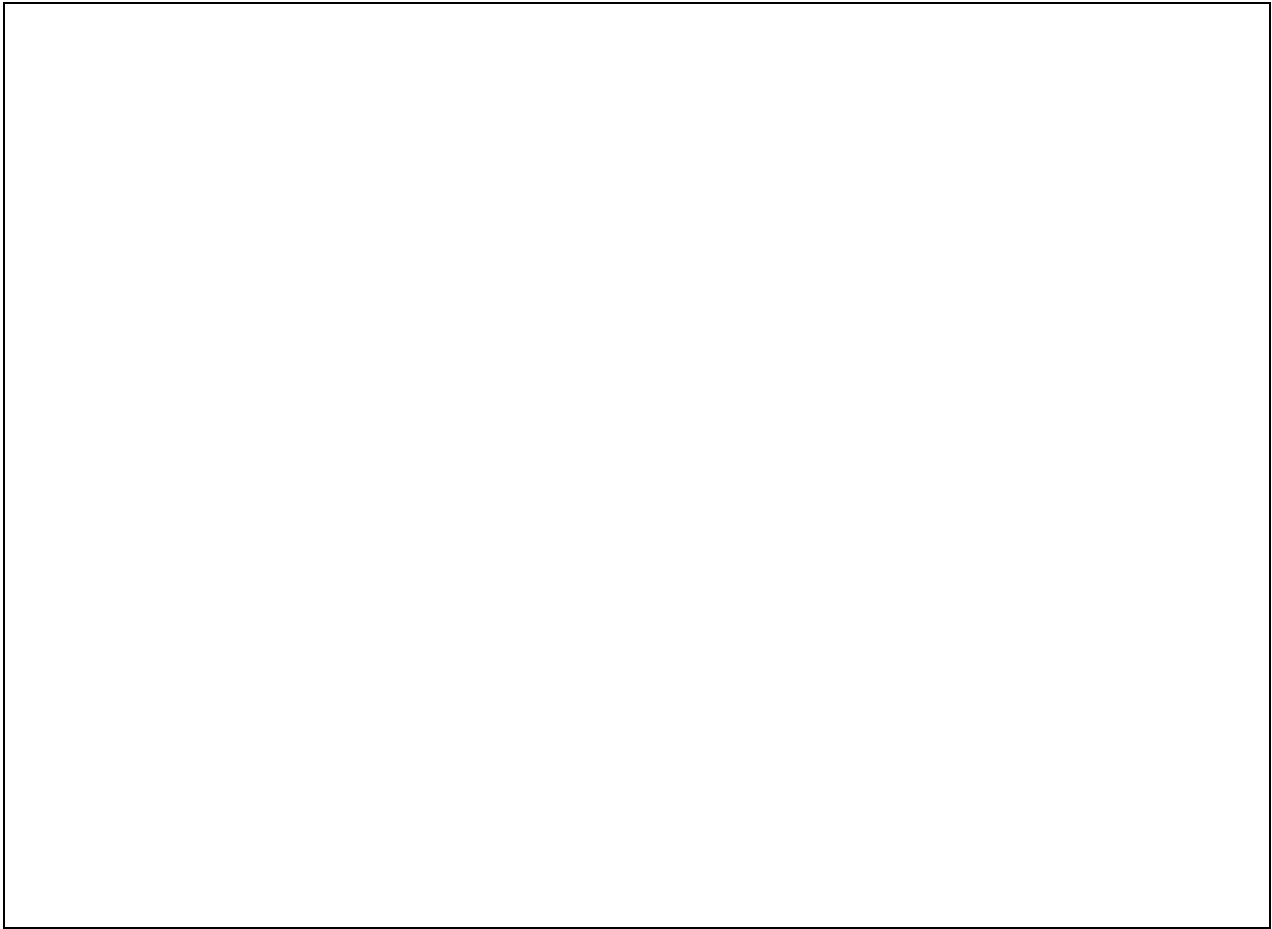


جهانی شدن الزاماً نه به معنی سقوط همه دیوارهای سیاسی، فرهنگی، و اقتصادی و نه مترادف با حذف هویت‌های فرهنگی است؛ بلکه پدیده نوین ارتباطی است که الگوهای قبلی ارتباطی را به هم می‌ریزد. در

الگوهای سنتی ارتباطات، که عمدتاً توجه بر جوامع محلی است، مخاطب یا گیرنده دارای نقش یا اهمیت ویژه‌ای است و نظریه‌ها پیوسته به موضع مخاطب می‌اندیشد. به‌طور مثال، هنگام تالیف مجله یا کتاب یا نشر مطبوعات غالباً این پرسش اساسی مطرح می‌گردد که این اثر برای چه کسانی تهیه می‌شود؛ و حال آنکه در ارتباطات نوین پیام در اختیار کسانی قرار می‌گیرد که هدف تولید کننده پیام نبوده‌اند، چون اشخاص گوناگونی می‌توانند در معرض این ارتباطات قرار گیرند. در حقیقت آنچه در حال وقوع است توسعه و تعامل گسترده فرهنگ هاست و نادیده انگاشتن آثار بالقوه یکطرفه بودن جریان جهانی اطلاعات ممکن است پیامدهای ناگواری به دنبال داشته باشد.

نمونه سوالات:

- ۱- ویژگی حرفه ای جوامع اطلاعاتی را بیان کنید.
- ۲- ویژگی مکانی جوامع اطلاعاتی را توضیح دهید.
- ۳- ویژگی فرهنگی جوامع اطلاعاتی را بیان کنید.



قابل توجه مدرسین محترم: حداقل ۴ صفحه در هر هفته برای ارائه محتوای درس و یک صفحه برای خلاصه درس و نمونه سولات در نظر گرفته شود.