

جامعه‌ی پلتفرمی

ارزش‌های عمومی در جهان متصل

یوزن فن‌دایک، توماس پول و مارتین دی‌وال
مترجمان: پدرام الوندی و سعیده فراهانی

www.ketab.ir

جامعه‌ی پلتفرمی

ارزش‌های عمومی در جهان متصل

مولفین: یوزه فن دایک
توماس پول و مارتین دی‌وال
مترجمان: پندرام الوندی و سعیده فراهانی

چاپ اول / پاییز ۱۴۰۰
شمارگان: ۳۰۰ نسخه
قیمت: ۷۰/۰۰۰ تومان
چاپ و صحافی: همشهری

مدیر تولید: علی لبافی
صفحه‌آرا: سعید غفوری
طراح جلد: علی اذکاری

سرشناسه	دایک، یوسه وان، ۱۹۶۰ - م. / Dijk, José van
عنوان و نام پدیدآور	جامعه‌ی پلتفرمی: ارزش‌های عمومی در جهان متصل / یوزه فن دایک، توماس پول، مارتین دی‌وال؛ مترجمان پندرام الوندی، سعیده فراهانی.
مشخصات نشر	تهران: همشهری، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری	۳۱۹ ص؛ ۱۴/۵×۲۱/۵ س.م.
شابک	۹۷۸-۹۶۴-۲۴۱-۳۳۹-۳
یادداشت	عنوان اصلی: The platform society Public values in a connective world, 2018.
عنوان دیگر	ارزش‌های عمومی در جهان متصل.
موضوع	رسانه‌های اجتماعی — جنبه‌های اجتماعی Social media -- Social aspects رسانه‌های اجتماعی — جنبه‌های اخلاقی Social media -- Moral and ethical aspects شبکه‌های اجتماعی پیوسته — جنبه‌های اجتماعی Online social networks -- Social aspects
شناسه افزوده	پول، توماس
شناسه افزوده	Poel, Thomas
شناسه افزوده	وال، مارتین د
شناسه افزوده	Waal, Martijn de
شناسه افزوده	الوندی، پندرام، ۱۳۶۰ - مترجم
شناسه افزوده	فراهانی، سعیده، ۱۳۶۷ - مترجم
رده بندی کنگره	HMV۴۱
رده بندی دیویی	۳۰۲/۲۳۱
شماره کتابشناسی ملی	۸۵۳۶۵۲۹

مدیر فروش: مهدی لبافی

تلفن: ۲۳۰۲۳۲۷۳



فروش اینترنتی:

www.hamshahrimarket.com

تلفن: ۲۳۰۲۳۲۷۴

hamshahripub
hamshahripub@gmail.com

نشانی: تهران، خیابان ولی عصر (عج)، نرسیده به
پارکوی کوچی نورج، شماره ۱۴، طبقه دوم غربی
تلفن: ۲۳۰۲۳۲۷۳، دورنگار: ۲۳۰۲۳۲۹۸



نشر همشهری

فهرست

۹	مقدمه‌ی ناشر
۱۱	مقدمه
۱۶	جامعه‌ی پلتفرمی: تعدادی تعریف و راهنمایی برای مطالعه‌ی سریع
۲۱	فصل ۱: جامعه‌ی پلتفرمی به عنوان مفهومی بحث‌برانگیز
۲۱	مقدمه
۲۴	شاکله‌ی پلتفرمی: عناصر تشکیل‌دهنده
۳۰	اکوسیستم پلتفرمی: ایجاد یک هسته‌ی زیرساختی
۳۷	پلتفرم‌های (تک)بخشی و بازیگران ترکیبی آن‌ها
۴۵	ارزش عمومی و منفعت خصوصی
۵۲	پلتفرم‌های ژئوپولیتیک در جهانی پیوندخورده
۶۱	فصل ۲: سازوکارهای پلتفرمی
۶۱	مقدمه

۶۳	 داده‌ای شدن
۶۵	 جمع آوری داده‌ها
۶۸	 گردش داده‌ها
۷۰	 کالایی شدن
۷۲	 بازارهای چندطرفه
۷۶	 انتخاب
۷۷	 شخصی سازی
۸۰	 کسب اعتبار و ترندها
۸۳	 مدیریت
۸۵	 نتیجه گیری

فصل ۳: خبر ۸۹

۸۹	 مقدمه
۹۲	 پلتفرمی شدن اخبار
۹۶	 کمی کردن مخاطبان
۱۰۰	 تولید و توزیع اخبار مبتنی بر داده
۱۰۳	 داده سازی در سازمان های خبری قدیمی
۱۰۵	 سازمان دهی مجدد اقتصادی
۱۰۷	 استراتژی های بومی در برابر استراتژی های شبکه ای
۱۱۱	 گزینش محتوا
۱۱۷	 استراتژی های محتوای خبری
۱۲۰	 جمع آوری محتوای دموکراتیک
۱۲۴	 نتیجه گیری

فصل ۴: حمل و نقل شهری ۱۲۷

۱۲۷	 مقدمه
۱۳۰	 ظهور یک بوم شناسی پلتفرمی برای حمل و نقل شهری
۱۳۵	 داده ای شدن و ادغام مدل های عمومی و خصوصی حمل و نقل شهری

مقدمه

«اقتصاد اشتراکی»^۱، «انقلاب پلتفرمی»^۲، «اقتصاد گیگ»^۳، «نوآوری تحول آفرین»^۴: این کلمات فقط تعداد انگشت شماری از اصطلاحاتی هستند که برای نشان دادن آخرین تحول در حوزه‌ی اینترنت به کار می‌روند. ظهور پلتفرم‌های دیجیتال می‌تواند به عنوان محرکی برای پیشرفت اقتصادی و نوآوری فناورانه شناخته شود. افراد حقیقی می‌توانند از این تحول سود زیادی ببرند، چرا که چنین تحولی به آن‌ها این فرصت را می‌دهد تا ضمن دور زدن واسطه‌های شرکتی یا دولتی، به راه‌اندازی کسب‌وکارها، تجارت کالا و تبادل اطلاعات به صورت آنلاین بپردازند. مردم در سراسر جهان می‌توانند از اربابی‌ان بی^۵ برای اجاره‌ی آپارتمان در شهری در کشوری خارجی استفاده کنند یا برای یافتن دوره‌ای در رشته‌ی آمار کورسرا^۶ را بررسی کنند. همچنین می‌توانند برای

1. Sharing Economy
2. Platform Revolution
3. Gig Economy
4. Disruptive Innovation
5. Airbnb
6. Coursera

رد و بدل کردن اطلاعات درباره‌ی بیماری خود به عضویت وب‌سایت «بیمارانی شبیه من»^۱ دربیابند، یا با استفاده از اوبر^۲ تاکسی بگیرند، یا از طریق مقالات فوری فیس‌بوک^۳ اخبار را مطالعه کنند، و یا این که از دلیورو^۴ برای تحویل غذا به خانه‌هایشان استفاده کنند. کاربران با استفاده از این وب‌سایت‌ها دیگر به شیوه‌ی قدیمی اتاقی در هتل‌ها رزرو نمی‌کنند، برای ثبت نام در دانشگاه حضور نمی‌یابند، به پزشک عمومی مراجعه نمی‌کنند، با آژانس تماس نمی‌گیرند، روزنامه نمی‌خرند یا به رستوران نمی‌روند. وعده‌ای که پلتفرم‌ها می‌دهند این است که خدمات شخصی‌شده برای کاربران فراهم می‌کنند و به نوآوری و رشد اقتصادی کمک می‌کنند، ضمن این که به طور کارآمدی سازمان‌های متصدی، مقررات دست‌وپاگیر و هزینه‌های غیرضروری را دور می‌زنند.

بعضی از محققین حوزه‌ی مدیریت و بازرگانی این توسعه و تحول را «انقلاب پلتفرمی» می‌نامند و بر تأثیرات اقتصادی مثبت توسعه‌ی فناوری تمرکز می‌کنند. تأثیراتی که آن را تحت عنوان «نوآوری تحول‌آفرین» عنوان می‌کنند (Parker, Van Alstyne, Choudary 2016; Sundararajan 2016). شهروندان یا مصرف‌کنندگان خود را از طریق شبکه‌های آنلاین سازمان‌دهی می‌کنند و بنابراین وابستگی کم‌تری به مؤسسات یا شرکت‌های قدیمی مانند ناشران، سازمان‌های خبری، بیمارستان‌ها، اتحادیه‌ها، دلال‌ها و غیره دارند.

بازار آرمانی مبتنی بر اینترنت به افراد این فرصت را می‌دهد که محصولات یا خدمات را به صورت مستقیم و بدون نیاز به واسطه‌های افلاین، اعم از دولتی یا شرکتی ارائه کنند. در سال‌های ابتدایی این تحول، بعضی از نظریه‌پردازان رشد نوپای پلتفرم‌های آنلاین را به عنوان نتیجه‌ی اقتصادی «فرهنگ مشارکتی» مطرح کردند که با ظهور شبکه‌های رسانه‌های اجتماعی و وب ۲ در سال‌های ابتدایی هزاره آغاز شده بود (Archibugi, Filippetti, and Frenz 2013; Jenkins, Ford, and Green 2013; Aigrain 2012; Botsman and Rogers 2010b; Bruns, 2008; Leadbeater 2009).

سرمایه‌ی شبکه‌های اجتماعی آنلاین متصل بودن یا پیوستگی^۵ را امکان‌پذیر

1. PatientsLikeMe

2. Uber

3. Facebook's InstantArticles

4. Deliveroo

5. connectedness

می‌سازد و علاوه بر این، به صورت همزمان مؤسسات اجتماعی موجود را دور می‌زند، به دنبال این بحث، متصل بودن به صورت خودکار منجر به مالکیت اشتراکی و اتصال می‌شود. ما نیز با این نکته موافق هستیم که پلتفرم‌های آنلاین در مرکز توسعه‌ی مهمی قرار گرفته‌اند، اما این پلتفرم‌ها را نه پدیده‌ی اقتصادی منحصر به فردی می‌دانیم و نه ساختار فناورانه‌ای با پیامدهای اجتماعی. در عوض ترجیح می‌دهیم که نگاهی جامع به جهانی متصل داشته باشیم که در آن پلتفرم‌ها به قلب جوامع نفوذ کرده‌اند و بر نهادها، تراکنش‌های اقتصادی و اقدامات اجتماعی و فرهنگی تأثیر می‌گذارند. بنابراین این پلتفرم‌ها دولت‌ها و حکومت‌ها را مجبور می‌کنند تا ساختارهای قانونی و دموکراتیک خود را تنظیم کنند (Chadwick 2013; Van Dijck 2013).

از نظر ما پلتفرم‌ها انقلابی ایجاد نمی‌کنند؛ در عوض به تدریج در مؤسسات (آفلاین و قدیمی) و شیوه‌هایی که از طریق آن‌ها جوامع دموکراتیک سازمان‌دهی شده‌اند نفوذ می‌کنند و با آن‌ها همگرایی پیدا می‌کنند. به همین دلیل اصطلاح «جامعه‌ی پلتفرمی» را ترجیح می‌دهیم؛ اصطلاحی که بر رابطه‌ی ناگسستنی میان پلتفرم‌های آنلاین و ساختارهای اجتماعی تأکید دارد. پلتفرم‌های آنلاین منعکس‌کننده‌ی ساختارهای اجتماعی نیستند؛ آن‌ها این ساختارهای اجتماعی را که ما در آن زندگی می‌کنیم، تولید می‌کنند (Couldry and Hepp, 2016).

«جامعه‌ی پلتفرمی» فقط تمرکز خود را از اقتصاد به اجتماع تغییر نمی‌دهد. علاوه بر این، باید به این نکته نیز اشاره کرد که این اصطلاح به نزاعی عمیق درباره‌ی منافع شخصی در برابر منافع عمومی در جامعه‌ای اشاره دارد که بیشترین تعاملات آن از طریق اینترنت انجام می‌شود. همچنین، در حالی که پلتفرم‌ها منافع شخصی و سود اقتصادی را افزایش می‌دهند، همزمان ابزارهای جمعی و خدمات عمومی را نیز تحت فشار قرار می‌دهند.

اربی‌ان‌بی این امکان را برای بعضی از افراد فراهم می‌کند تا بتوانند با اتاقی اضافی که در خانه دارند، پول به دست بیاورند و برای بعضی دیگر از افراد نیز این امکان را فراهم می‌کند که در اقامتگاهی نسبتاً ارزان اقامت داشته باشند. اما چه کسی هزینه‌های همگانی را پرداخت می‌کند؟ چه کسی دستورالعمل‌های ایمنی در برابر آتش‌سوزی را اجرا می‌کند؟ و چه کسی پس از ترک گردشگران خیابان‌ها تمیز می‌کند؟