

# SID



سرویس های ویژه



سرویس ترجمه تخصصی



کارگاه های آموزشی



بلاگ مرکز اطلاعات علمی



عضویت در خبرنامه



فیلم های آموزشی

## کارگاه های آموزشی مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی



مباحث پیشرفته یادگیری عمیق؛ شبکه های توجه گرافی (GAN)

مباحث پیشرفته یادگیری عمیق؛  
شبکه های توجه گرافی  
(Graph Attention Networks)



آموزش استفاده از وب آو ساینس

کارگاه آنلاین آموزش استفاده از  
وب آو ساینس



کارگاه آنلاین مقاله روزمره انگلیسی

## روی دیگر آزادی

### نگاهی به کتاب فناوری جهانی و بحران شرکتی\*

\*\* سیمون مور و مایک سیمور

\*\*\* حسین شیخ‌الاسلامی



#### گشایش

اگر بخواهیم مقوله ارتباطات را، نه از منظر جامعه‌شناختی بلکه از نگاهی فلسفی ارزیابی کنیم، بی‌گمان جایگاهی بی‌بدیل را برای این مقوله در نظر خواهیم گرفت. از

---

\* Global Technology and Corporate Crisis

\*\* Simon Moore and Mike Seymour

\*\*\* کارشناس ارشد فلسفه غرب، مترجم و منتقد Email:Hosein.sheik@gmail.com

ارسطو که انسان را مدنی‌الطبع می‌دانست تا هایدگر<sup>۱</sup> که ارتباط با دیگران را جزء مقوم ماهیت هر انسان تصور می‌کرد، گرچه راه درازی است، اما هردوی این دیدگاه‌ها، بر یک نکته توافق دارند و آن اینکه ارتباط با دیگران، جزئی اساسی از سرشت انسان و مفهوم انسانیت است و بخش مهمی از هویت او را، همین ارتباطات می‌سازد. شاید از این منظر بتوان اذعان کرد که گرچه علم ارتباطات انسانی، متولی دانشگاهی و رسمی شناخت و طبقه‌بندی انواع و اشکال ارتباطات انسانی است، ولی هرگونه تغییر بنیادین در شکل‌گیری ارتباطات میان افراد در درجه نخست و کنشگران اجتماعی در مرتبه بعد، بر تمام حوزه‌های مختلف معرفت بشری تأثیر می‌گذارد و از آن مهم‌تر، شکل کنش<sup>۲</sup> انسان و تکنیک‌های رفتار او را نیز تغییر می‌دهد. به یک معنا، حوزه ارتباطات از جمله حوزه‌هایی است که زیربنای تصورات و انگاره‌های نخستین حوزه‌های معرفتی دیگر را می‌سازد و به همین دلیل، یافته‌های این معرفت و تغییرات رخ داده در این حوزه معرفتی، می‌تواند سرچشمه تغییراتی فراگیر در معرفت بشری باشد. سیمون مور و مایک سیمور در کتاب اخیر خود «فناوری جهانی و بحران شرکتی»<sup>(۱)</sup>، تلاش کرده‌اند تأثیرات آنچه را که خود فناوری‌های نوین ارتباطی می‌خوانند، بر فرایند مدیریت بحران‌هایی که گریبان‌گیر واحدهای کسب‌وکار می‌شود، بررسی کنند. این کتاب توانسته است در این فرصت کوتاه، به خوبی جای خود را در ادبیات مبحث «مدیریت بحران» باز کند و پرتوهای جدیدی بر بحث ارتباطات بحران<sup>۳</sup> بیفکند. در این نوشتار ابتدا به معرفی اجمالی اثر پرداخته شده و سپس با نگاهی انتقادی، وزن و اعتبار آنچه در کتاب آمده، سنجیده شده است.

### معرفی کتاب

این کتاب، که از سوی انتشارات کمبریج<sup>۴</sup> و در سال ۲۰۰۵ به بازار کتاب عرضه شده است، در صد و هشتاد و هشت صفحه، دارای دو بخش و یک مقدمه است. در مقدمه،

1. Heidegger      2. act      3. crisis communication  
4. Cambridge

نویسندگان اثر تلاش می‌کنند به مخاطب خود ضرورت و نیاز به بازاندیشی در مفاهیم بنیادین بحران، مدیریت بحران و ارتباطات بحران را یادآور شوند. کتاب با تشریح وضعیت یک غارنشین هنگام رویارویی با دنیای نو، و نگاه کلاسیک به مقوله بحران، در وضعیت سراسر دگرگون شده نظام ارتباطی و فناورانه انسان آغاز می‌شود و پس از آن تعاریف و مفاهیم بنیادین کتاب در چند صفحه تشریح می‌گردد. پس از بیان این مقدمات، نویسندگان بحث جدی خود را در بخش نخست کتاب که «شوک‌ها و نظام: محیط بحران‌های آینده» نام دارد، آغاز می‌کنند.

### ۲-۱ بحران‌های آینده در چه محیطی پا می‌گیرند؟

نویسنده در سراسر کتاب، یک مورد مطالعه‌ای را برگزیده که وضعیت جاری در شرکتی فرضی به نام «لابادیا» است و در ابتدای هر بخش، گزینه‌ای از آنچه را که بر سر جنیفر استون<sup>۱</sup>، کارمند آن شرکت، می‌آید، نقل می‌کند و در ادامه نیز هر جا به مثال یا تحلیلی موردی احتیاج باشد، از این نمونه استفاده می‌شود. در ابتدای بخش یک، خواننده با جنیفر استون آشنا می‌شود که به دلیل مکانیزه شدن نظام اداری، کار خود را در بخش فناوری مراقبت‌های بهداشتی از دست داده است. در واقع کل این بخش که به چهار فصل تقسیم می‌شود، تلاش برای ایضاح و شفاف‌سازی شرایط یک محیط کسب و کار در عصر اطلاعات است. تلاش نویسندگان در این بخش آن است که برای مخاطبان خود توضیح دهند، در عصر جدید چه بلایی بر سر شرکت‌هایی می‌آید که دچار بحران می‌شوند. برای پاسخ دادن به این پرسش، نویسندگان این تغییرات را به چهار بخش تقسیم می‌کنند.

#### ۲-۱-۱ تغییرات محیطی

فصل نخست کتاب که «تغییر» نام گرفته است، تلاش می‌کند، تغییری را که در سال‌های اخیر در حوزه ارتباطات بحران رخ داده است، صورت‌بندی و طبقه‌بندی کند. در این فصل ما با چند ویژگی اساسی فناوری‌های جدید آشنا می‌شویم:

1. Labaddia

2. Jennifer Stone

الف) ظرفیت‌سازی بیش از حد نیاز: مثالی که نویسندگان کتاب برای این ویژگی فناوری‌های نوین ارتباطی انتخاب کرده‌اند، توانایی سرعت خودروهای شهری است. آنان می‌نویسند: «ماشین‌های ما به لحاظ قابلیت قادرند ۱۸۰ مایل در ساعت سرعت بگیرند، اما در عمل، تعداد کمی از رانندگان از چنین سرعتی استفاده می‌کنند» (ص ۲۸). به گمان نویسندگان، این ویژگی فناوری‌های ارتباطی، باعث می‌شود سرعت انتشار بحران، از سرعت عمل گروه مدیریت بحران فزونی گیرد و بنابراین باعث گستردگی افسارگسیخته بحران شود.

ب) تأثیر فرهنگ اینترنتی: آنچه نویسندگان آن را فرهنگ اینترنتی می‌نامند، در واقع عبارت از میزان وابستگی کاربران حرفه‌ای اینترنت، به گزاره‌ها، ابزار و سخت‌افزارهای اینترنتی است که در نهایت به دلیل ویژگی‌های مثبت و رقابت‌ناپذیر آن، بر کنش کنشگران در حوزه مدیریت بحران مسلط شده است.

ج) تأثیر برون‌سپاری فناوری اطلاعات: این بدان معناست که در عصر جدید، کسب و کار ناچار است به اطلاع‌رسانی از طریق دیگران تکیه کند. به عبارت دیگر، بار اصلی اطلاع‌رسانی، آن‌گونه که نویسندگان این اثر اظهار داشته‌اند، دیگر برعهده بخشی از یک شرکت یا واحد تجاری نیست، بلکه در عمل باید سهم بالایی از آن به دیگر شرکت‌ها واگذار شود.

د) نظم بحران: چهارمین عاملی که به ویژگی‌های محیطی بحران‌ها شکل می‌دهد، نظم است که حاصل مجموعه بحران‌های کوچک و فراموش شده است. به عبارت دیگر، تکرار بحران‌های خرد در قرن بیستم، باعث به وجود آمدن نظم شده است که خودبه‌خود، بر فرایند ارتباطات در بحران‌های کلان نیز اثرگذار است.

پس از ذکر این چهار عامل اصلی، نویسندگان اثر، بینش کلاسیک به مقوله بحران و مدیریت آن را با این عامل‌ها می‌سنجند و در نهایت چنین نتیجه می‌گیرند که نگرش کلاسیک به مقوله بحران با این عوامل و شرایط محیطی سازگار نیست و باید نوعی بازنگری جدی در آن صورت گیرد.

## ۲-۱-۲ فناوری کبرا

این فصل از کتاب، به بررسی مجموعه فناوریهایی اختصاص دارد که افراد را قادر می‌سازد

با هزینه‌ای بسیار اندک و در مدت زمانی کوتاه، به تولید و انتقال پیام با انبوهی از مخاطبان پردازند. وبلاگ‌ها، پادکست‌ها، دوربین‌های دیجیتال و موبایل‌هایی با دوربین‌های قوی، نمونه‌هایی از این دست هستند. نگاه نویسندگان به این فناوری‌ها، از منظر مدیریت گروه بحران است و بنابراین طبیعی است که این نگاه چندان مثبت نباشد. در واقع در این فصل نویسندگان تلاش می‌کنند به این پرسش پاسخ دهند که فناوری کبر، چه تأثیری در روند شکل‌گیری، مدیریت و ارتباطات بحران دارد؟ و نتیجه‌ای که سرانجام از این نوشتار گرفته می‌شود این است که فناوری کبر، باعث ایجاد بحران‌های جدیدی می‌شود، به‌طوری که توجه عموم مردم به مسائل انسانی و اخلاقی، بیش از پیش متمرکز می‌شود بنابراین بحران موجود ابعادی گسترده به خود می‌گیرد و پیش از خاتمه یافتن ماجرا، موضع‌گیری در برابر آن تشدید می‌شود.

### ۳-۱-۲ آینده افکار عمومی چه خواهد بود؟

این فصل، با نقل‌قولی از چرچیل<sup>۱</sup> آغاز می‌گردد که «افکار عمومی از سوی تشکیلات شکل داده و بیان می‌شود» و درصدد پاسخگویی به این پرسش است که افکار عمومی، با توجه به شکل جدید ارتباطات و تکرر انواع بازنمایی و وانمایی، چه شکلی پیدا خواهد کرد؟ عنوان فرعی این فصل «تقلیدی از نزدیکی» است که به‌خوبی رویکرد نویسندگان به این مقوله را نشان می‌دهد.

افکار عمومی در بحران‌های شرکتی از دو وجه اهمیتی فوق‌العاده دارد. یکی اهمیت مصرف در کسب‌وکار است. مصرف‌کننده تابعی از عاملی است که «افکار عمومی» خوانده می‌شود و دیگر آن که آنچه یک مسئله یا معضل را به بحران تبدیل می‌کند، افکار عمومی است. تا وقتی مسئله‌ای با موضع‌گیری افکار عمومی روبه‌رو نشده باشد و واکنش‌های افراد درگیر، به‌صورتی یکپارچه، شکلی عمومی به خود نگیرد، نمی‌توان آن را بحران نامید. بنابراین وقتی افکار عمومی، بیش از پیش، منتشر و ریزپخش شود، برای گروه مدیریت بحران وضعیتی نگران‌کننده و خطرناک ایجاد می‌کند (ص ۷۱). به‌این ترتیب،

---

1. Churchill

نگارندگان کتاب، در این فصل، پرده از معضل دیگری که به گمان آنها اهمیتی اساسی در مدیریت بحران‌های آینده خواهد داشت، برمی‌دارند.

#### ۴-۱-۲ جمع‌بندی: شرکت شکننده

فصل چهارم (جمع‌بندی)، به ارزیابی و بیان میزان آسیب‌پذیری شرکت‌ها و مؤسسات در عصر جدید می‌پردازد. محور تمام آنچه که نویسندگان آنها را نقاط ضعف شرکت‌ها در عصر جدید می‌دانند، چندپارگی، برون‌سپاری اجباری، و نبود تمرکز برای جلوگیری از بحران یا به عبارتی مدیریت بحران است. در این بخش، بازم با به‌کارگیری عناوینی مانند «شرکت چندپاره شده»، «کارگر خارج از شرکت» و غیره، تلاش می‌شود میزان آسیب‌پذیری این نظام، بر اثر تکثر عوامل، نشان داده شود و همه اینها در حالی است که به نقل از متن کتاب «در نهایت مسئولیت اصلی برعهده کسی است که کالا را صاحب است». به عبارت دیگر، یکی از مهم‌ترین نکاتی که نویسندگان بر آن تأکید می‌کنند این است که با وجود پراکنش و توزیع فعالیت‌ها، مسئولیت متناسب با آن توزیع نشده است و به همین دلیل، شرکت‌ها در عصر اطلاعات، شکننده و ترد خواهند بود.

با این جمع‌بندی، بخش نخست کتاب که توصیف وضعیت و بستری است که بحران‌های پیش رو در آن بستر شکل می‌گیرند، پایان می‌یابد و بخش دوم که «ساماندهی بحران» نام دارد، با بحث از چگونگی آرایش و نظم دادن به گروه مدیریت یک بحران در این شرایط و وضعیت، آغاز می‌شود.

#### ساماندهی بحران

در بخش دوم که در واقع یک‌سوم پایانی کتاب را شامل می‌شود، نویسندگان کوشیده‌اند با استناد به مطالب پیشین، به خلق شیوه‌هایی برای مدیریت بهتر بحران‌ها دست بزنند. شاید بحث تفصیلی در این خصوص چندان به کار خوانندگان و مخاطبان که بیشتر متخصصان ارتباطات را شامل می‌شوند، نیاید؛ چرا که در این بخش، نویسندگان در طی چهار فصل، تلاش کرده‌اند نکاتی کاملاً عملی درخصوص نحوه تعامل گروه مدیریت بحران با شرایط و ویژگی‌های عصر اطلاعات ارائه دهند.

فصل نخست این بخش که «فرو رفتن در گرداب: بحران غیرمترقبه» نام دارد و در واقع فصل پنجم کتاب محسوب می‌شود، ارزیابی شرایطی است که طی آن مدیر گروه بحران، از وجود یک بحران ناگهانی مطلع می‌شود. شیوه‌هایی از قبیل «آشنایی با ابزار جهانی ارتباطات برای کسب توانایی در استفاده سریع از آنها»، «فهم انگیزه‌ها، احساسات و رفتارهای بالقوه افراد سهیم در خطر» و امثال اینها، از جمله توصیه‌هایی هستند که نویسندگان کتاب در این فصل عرضه کرده و به تفصیل در باب آنها سخن گفته‌اند.

فصل ششم کتاب، «آموزش شفافیت گفتگویی» نام دارد که به مدیران مجموعه‌ها پیشنهاد می‌کند، به فهم درستی از آنچه می‌توان «شفافیت ناشی از گسترش ابزارهای کنترل» نامید، دست یابند و نحوه استفاده از آن را بیاموزند. این فصل ضمن طبقه‌بندی، انواع شفافیت، به تفصیل و به صورت علمی، ویژگی‌ها و مقتضیات هریک از انواع شفافیت تجاری در عرصه اطلاعات را برشمرده است.

فصل هفتم با عنوان «ادغام و انشعاب: آینده مدیریت شهرت» به این بحث می‌پردازد که برندها و نشان‌های تجاری و خوشنامی یا سوء شهرت هریک از آنها، در عصر جدید و سال‌های آینده چه وضعیتی خواهند داشت.

### ۲-۲-۱ کارتاژ باید نابود شود؟

فصل پایانی (فصل هشتم) موضع نهایی نویسندگان را مشخص می‌کند. این بخش چند گزینه و چند تقسیم‌بندی دارد که از نگاه مدیران گروه‌های بحران و تصمیم‌گیران شرکت‌های بزرگ، به مسئله اطلاع‌رسانی در عصر جدید می‌پردازد.

نویسندگان، در این بخش نیز مانند سراسر کتاب، موضع منفی خود را نسبت به ویژگی‌های جدید اطلاع‌رسانی حفظ می‌کنند و با آگاهی از موضع خود، اصرار دارند که «آزادی برنامه‌ریزی شده» می‌تواند نوعی وضعیتی آرمانی برای اطلاع‌رسانی در عصر جدید تلقی شود (ص ۱۵۶). از سوی دیگر، آنان از تداوم نظارت و ریزپخش بودن آن از طریق اینترنت و رسانه‌های جدید، با عنوان «فشارهای ابدی» یاد می‌کنند و تلاش دارند راه‌های فرار از آن را به مدیران بیاموزند. گریز نویسندگان به مسایل سیاسی و



تلاش برای پیوند دادن این نگاه جدید به مقوله بحران با فرایندهای سیاسی از یک‌سو، و مقایسه وضعیت کنونی با آنچه برخی از نظریه‌پردازان مانند آدام اسمیت<sup>۱</sup>، مارکس<sup>۲</sup> و انگلس<sup>۳</sup> و مانند آنها پیش‌بینی می‌کرده‌اند و بالاخره پیوند تمام مقوله‌ها با آزادی برنامه‌ریزی شده، یکی دیگر از ویژگی‌های خاص این اثر است.

نگاه کلی نویسندگان مبتنی بر این است که امکان ایجاد بحران، در این شرایط، افزایش یافته است و کنترل بحران‌ها روزبه‌روز دشوارتر می‌شود. آنان معتقدند، هم باید برای کنترل این وضعیت اقدام کرد و هم مدیران باید با این شرایط کنار بیایند و فنون جدیدی را برای مقابله با آن ابداع کنند.

کتاب با بخش دیگری از «لابادیا» پایان می‌یابد؛ بخشی که در آن، با جنیفر استونی روبه‌رو می‌شویم که آموخته است باید برنامه و طرح جدیدی برای مدیریت بحران بنویسد.

### ۳. در ترازوی نقد

پیش از آنکه بخواهیم به تفصیل، مواضع و جهت‌گیری‌های این کتاب را به چالش بکشیم، ذکر این نکته ضروری به نظر می‌رسد که نقد و گفتگو و به پرسش کشیدن یک اثر، به معنای نفی ارزش‌های آن نیست. از همین رو هر موردی که در این کتاب مطرح می‌کنیم، مانع از آن نیست که ارزش‌های کتاب، از جمله نگاه دقیق آن به ویژگی‌های عصر اطلاعات، نسبت آن با مقوله بحران، تشخیص صحیح نسبت کل این مباحث، به بحث از آزادی و آزادسازی و بالاخره نگاه منصفانه و علمی آن دیده شود. به عبارت دیگر، اگر اینجا نکته‌ای مطرح می‌شود، نه از باب انکار ارزش اثر، که در جهت گفتگو و ایجاد رابطه با آن و کشف نقاط مجهول یا پنهان آن است. در ادامه، با وجود آنکه نکته‌ها و بحث‌های بسیاری را می‌توان مطرح کرد، به ذکر سه نکته اساسی می‌پردازیم که به نظر می‌رسد توجه به آنها، دریافت ما از این اثر را تدقیق و تصحیح خواهد کرد.

---

1. Smith

2. Marks

3. Engels

## ۳-۱ در برابر آزادی

آثاری که مبین نگرانی نویسندگان آنها از آنچه به تبعیت از فرید زکریا می‌توان «دموکراتیزاسیون اطلاعاتی» نامید، هستند، روزبه‌روز افزایش می‌یابند. کتاب زکریا با عنوان «آینده آزادی: تقدم لیبرالیسم بر دموکراسی»، کتاب ریچارد رورتی<sup>۱</sup> با عنوان «تقدم دموکراسی بر فلسفه» و مجموعه آثار بودریار، تنها نمونه‌هایی از این ادبیات تازه‌شکل گرفته و به نسبت غنی هستند و این کتاب نیز، بدون تردید در این مجموعه جای می‌گیرد.

حال پرسش اینجاست که آیا می‌توان به هر نام و عنوانی، در برابر آزادی گسترش یافته ایستاد؟ برای پاسخ به این پرسش، نخست باید به واکاوی خود پرسش پرداخت. جوهر سخن مخالفان «دموکراتیزاسیون اطلاعاتی» که نویسندگان این کتاب را نیز دربر می‌گیرند، این نکته است که آزادی بی‌حد و حصر و ذره‌ای شدن نظام اطلاع‌رسانی که با پیشرفت‌های فناورانه حاصل شده است، در نهایت به نوعی آنارشیزم و از دست رفتن جریان اصلی جامعه از دست نخبگان می‌انجامد. بنابراین در بهترین حالت باید مراقب این وضعیت بود، اما برخی مانند زکریا، پا را از این هم فراتر می‌گذارند و سخن از آزادی کنترل‌شده، لیبرالیسم تحمیلی و دیکتاتوری لیبرال به میان می‌آورند.

شاید بتوان کسانی را که با صبغه فلسفی و در حوزه نظریه‌پردازی از این ایده دفاع می‌کنند، فهمید؛ چرا که از یک‌سو آنان از موضعی غیر عملی سخن می‌گویند و از سوی دیگر، فلسفه، جامعه‌شناسی و اندیشه سیاسی، التزامی به این یا آن مکتب ندارند و فعالان این حوزه‌ها می‌توانند به راحتی، به هر آنچه که خود می‌دانند، بتازند و علیه آن سخن بگویند.

اما هنگامی که نویسنده یا نویسندگانی درباره «بحران در شرکت‌های بزرگ» پژوهش می‌کنند، آیا می‌توانند از ضررهای آزادی اطلاع‌رسانی سخن بگویند؟ همان‌طور که می‌دانید، بستر اصلی برآمدن شرکت‌های بزرگ، لیبرالیسم و آزادی‌های فردی است و

---

1. Richard Rorty

مصرف و مصرف‌گرایی، محصولات بلافصل لیبرالیسم و دموکراسی شناخته شده‌اند. بنابراین آیا می‌توان میان آن شرکت‌ها (که محصول آزادی هستند) و این جریان میکروفیزیک اطلاع‌رسانی (که این دومی نیز محصول همان است) تضاد قایل شد؟ و آیا می‌توان یکی را به نفع دیگری از بین برد؟

شاید اگر کتاب با نگاهی سیاسی مطالعه شود، بتوان مشابهت‌های فراوانی میان شیوه استدلال و سخن گفتن نویسندگان این کتاب، با نویسندگان چپ‌گرای ضد سرمایه‌داری در نیمه دوم قرن گذشته میلادی (دهه‌های شصت و هفتاد) یافت. با نگاهی به استدلال‌های موافقان سرمایه‌داری در آن دوران، متوجه می‌شویم که شاید دستاویزی مهم‌تر از آزادی و احترام به آن، در سخن مدافعان آن روزگار سرمایه‌داری یافت نشود. واقعیت آن است که بستر نظری‌ای که شرکت‌های بزرگ بر روی آن شکل گرفته‌اند، همان آزادی‌ای است که هم‌اکنون آنها را به دردسر انداخته است. حال باید پرسید آیا نظریه‌پردازان مدافع این شرکت‌ها می‌توانند از این آزادی شکایت کنند؟ سخن گفتن نویسندگان این کتاب از «آزادسازی برنامه‌ریزی شده» و «تهدیدآمیز بودن فناوری اطلاعات برای شرکت‌های بزرگ»، نشان‌دهنده این واقعیت است که آزادی و آزادسازی، در خدمت هیچ‌یک از نهادهایی که بسترساز یا محصول آن بوده‌اند، نیست. «شفافیت گفتگو» که در کتاب با لحنی تأسف‌آمیز از آن سخن گفته شده، ضرورتی است که مدیران شرکت‌های بزرگ، حتی اگر نخواهند باید آن را بیاموزند، وگرنه سرنوشتشان همانی خواهد بود که دیگر دشمنان آزادی از سر گذرانده‌اند.

## ۲-۳ اطلاعات، پدیده‌ای سیال

به‌جز نویسندگان این کتاب، نظریه‌پردازان و دانشمندان دیگری نیز بوده‌اند که تلاش کرده‌اند پیش از تعیین‌یافتن شکل جدید ارتباطات، در باب آن سخن بگویند و آن را نقد کنند. شاید یکی از نخستین نمونه در این زمینه، کتاب «درباره اینترنت» اثر هیوبرت دریفوس<sup>۱</sup> باشد؛ کتابی به‌غایت بدبینانه که با هدف آشکارسازی بطلان نظریه‌های

---

1. Hubert Dreyfus

خوشبینانه درباره توانایی‌های آموزشی اینترنت ارائه شده بود، اما اکنون، با گذشت نزدیک به سیزده سال از انتشار آن اثر، بطلان دیدگاه‌های دریفوس در عمل آشکار شده و به مرور، ضعف‌ها و ناتوانی‌های اینترنت از میان رفته است. نمونه دیگر می‌تواند نگاه اومبرتو اکو<sup>۱</sup>، نشانه‌شناس برجسته ایتالیایی به اطلاعات اینترنتی باشد که او نیز بدبینانه، نقش اینترنت را در آگاهی‌بخشی، مخرب و نامفید تلقی می‌کرد، حال آنکه تکنیک‌های جستجوی جدید، تقریباً مشکلات مورد اشاره او را از میان برده است.

واقعیت این است که شاید نتوان درباره پدیده سیال و در حال گذاری مثل اینترنت و ارتباط‌های اینترنت محور، گزاره‌ای علمی صادر کرد. اگر رسانه‌ای مثل تلویزیون، با وجود همه تحولات ریز و درشتی که پشت سر گذاشته است، دست‌کم فیزیک واحد و مشخصی داشت که به پژوهشگر اجازه می‌داد ابژه تحقیق خود را به‌دقت واکاوی کند، (اما اینترنت حتی از همان سه سال پیش که این اثر منتشر شد) تاکنون، به تمامی تغییر کرده است. اگر بخواهیم برخی از این تغییرات را که نقشی سرنوشت‌ساز در مباحث نویسندگان این اثر داشته‌اند، برشماریم، می‌توانیم به نکات زیر اشاره کنیم:

۱. شکل‌گیری وب<sup>۲</sup>: یکی از نکاتی که نویسندگان اثر، به‌عنوان نقطه ضعف ارتباطات جدید در نظر گرفته‌اند، نبود نظم در فضای اینترنتی است، در حالی که وب<sup>۲</sup>، دقیقاً با همین هدف پا به عرصه گذاشته است و امروزه به خوبی می‌تواند کاربران اینترنتی را راهنمایی و هدایت کند. درصد بالایی از رفتارهای کاربران انگلیسی‌زبان، امروزه از سوی «دیگ<sup>۲</sup>»، بزرگ‌ترین وب‌سایت جهان (وب<sup>۲</sup>)، هدایت می‌شود.

۲. خدمات میزبانی مدارک و اسناد: این خدمات نیز در زمان انتشار کتاب وجود نداشته و در بحثی که نویسندگان درباره چگونگی انتقال مدارک و اسناد انجام داده‌اند (فصل ۵ و ۶)، این خدمات دیده نشده است.

۳. پیگیری و گسترش قوانین مربوط به فعالیت‌های اینترنتی: تلاش برای کاهش جرایم اینترنتی، امروزه به یکی از دغدغه‌های جدی مسئولان در کشورهای مختلف تبدیل شده که به برقراری قوانینی جدید و مؤثر انجامیده است. این امر، در کتاب مورد بررسی، غیرممکن تلقی شده است.

1. Umberto Eco

2. Degg

پرسش مهم دیگری که نویسندگان این کتاب به آن پاسخ نداده‌اند، این است که آیا فناوری‌های جدید اطلاع‌رسانی، در نهایت ابزار جدیدی برای ارتباط در اختیار ما (و دشمنانمان) قرار داده‌اند یا خالق شکل جدیدی از ارتباط بوده‌اند؟ این پرسشی بسیار مهم و اساسی است. به نظر می‌رسد انتخاب نویسندگان این کتاب، پاسخ نخست است. آنان معتقدند که فناوری‌های نوین، ابزارهای جدیدی برای برقراری ارتباط هستند، در حالی که امروزه ثابت شده است این فناوری‌ها در واقع بر سازنده نوع جدیدی از ارتباط و هویت‌های جدیدی هستند. ارتباطی که می‌توان با فردی ساکن فرانسه برقرار کرد و از او در باب آخرین وقایع بحران مهاجران در آن کشور اطلاعاتی به دست آورد، شکل جدیدی از ارتباط است؛ به این معنا که نه ارتباط رسانه‌ای در معنای متعارف آن است، نه ارتباط رودررو و دیداری - شنیداری و نه ارتباطی مکتوب. انواع جدیدی از ارتباطات، در عصر اطلاعات شکل گرفته‌اند که هر یک می‌توانند به کمک مدیریت بحران‌های مختلف بیایند. آخرین نمونه از این اتفاق، نحوه استفاده گروه مدیریت بحران کاترینا، در ایالات متحده، از اینترنت در راستای جهت‌دهی به افکار عمومی بود. روشن کردن شمع‌های مجازی در صفحات اینترنتی (که شمار آن به هزاران شمع رسید) و ارتباط مستقیم از طریق وب‌کم با مناطق آسیب‌دیده، در نهایت توانست افکار عمومی را از مشکلات گروه مدیریت بحران و دامن زدن به شعاع بحران، به سمت همدلی با قربانیان و به صورت تلویحی پایان‌یافته تلقی کردن این فاجعه طبیعی منحرف کند.

### ۳-۳ جهان نو، بحران‌های نو

شاید آخرین ایرادی که می‌توان به این کتاب وارد دانست را، بهتر از همه، گیلپین<sup>۱</sup> و مورفی<sup>۲</sup> در کتاب اخیر خود «مدیریت بحران در جهانی پیچیده» مطرح کرده‌اند. نویسندگان این کتاب، ایرادی را مطرح می‌کنند که درباره کتاب ما نیز صادق است. در واقع پرسش آنان این است که «آیا در جهان پیچیده ما، مسئله اصلی شیوه برخورد با بحران است، یا انواع و اشکال جدید بحران، که به واسطه شرایط این جهان پیچیده به وجود آمده است؟»

1. Gilpin

2. Murphy

غفلت نویسندگان کتاب «فناوری جهانی و بحران شرکتی» از این پرسش، چالشی جدی می‌آفریند. در واقع گویی آنان پرسش اصلی را رها کرده و به سراغ مسئله‌ای جزئی‌تر رفته‌اند. پیش از آنکه ما بخواهیم در باب واکنش‌های گروه مدیریت بحران در برابر بحران پیش‌آمده، داد سخن دهیم، باید این پرسش را مطرح کنیم که «بحران‌های عصر جدید از چه جنسی هستند و چه تفاوتی با بحران‌های دوره‌های گذشته دارند؟» کتاب سیمون مور و مایک سیمور، پاسخی به این پرسش نمی‌دهد و با نادیده گرفتن آن، در واقع فقط به این نکته می‌پردازد که در عصر جدید باید چه برخوردی با بحران‌های کلاسیک داشت. به نظر می‌رسد، این نکته جدی‌ترین چالش را پیش روی نویسندگان این کتاب قرار دهد. ما در این اثر با تعریف جدیدی از بحران، یا نگاه جدیدی به مقوله بحران روبه‌رو نمی‌شویم، بلکه همه‌جا سخن از واکنش‌های مناسب گروه مدیریت، به بحران‌های پیش‌آمده است. ولی آیا می‌توان فرض کرد که بحران‌های عصر اینترنت، از جنس بحران‌های عصر تلویزیون یا زمانه صنعت چاپ هستند؟

#### ۴. جمع‌بندی

کتاب «فناوری‌های جهانی، بحران شرکتی»، کتابی دقیق و جزئی‌نگر است که به‌خوبی توانسته نسبت میان مدیریت بحران و مقتضیات رسانه‌ای عصر جدید را واکاوی کند. مطالعه این اثر، از یک‌سو می‌تواند برای علاقه‌مندان به علم مدیریت مفید باشد، و از سوی دیگر به کار فعالان، نظریه‌پردازان و علاقه‌مندان به مباحث ارتباطات خواهد آمد. اما این بدان معنا نیست که پرسش‌های جدی نظری یا عملی در باب شکل و نوع بحران در عصر اطلاعات در این کتاب پاسخ گفته شده است.

در واقع شاید بتوان این‌گونه گفت که کتاب اگرچه نه کتابی بلندپروازانه است و نه برساننده نقطه عطفی در مباحث مربوط به رسانه و بحران، اما کتاب مفیدی است که به‌نسبت در برآوردن اهداف پیش‌فرض گرفته شده خود موفق بوده است.

#### پی‌نوشت

۱. مقصود از بحران شرکتی، بحرانی است که یک واحد کسب‌وکار (از قبیل شرکت‌های مواد غذایی و شرکت‌های خدماتی و ...) دچار آن می‌شوند. می‌توان بحران صنفی، بحران کسب‌وکار و ... را نیز به‌عنوان معادل به‌کار برد.

# SID



سرویس های  
ویژه



سرویس ترجمه  
تخصصی



کارگاه های  
آموزشی



بلاگ  
مرکز اطلاعات علمی



عضویت در  
خبرنامه



فیلم های  
آموزشی

## کارگاه های آموزشی مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی



مباحث پیشرفته یادگیری عمیق؛  
شبکه های توجه گرافی  
(Graph Attention Networks)



کارگاه آنلاین آموزش استفاده از  
وب آوساینس



کارگاه آنلاین مقاله روزمره انگلیسی