

۲. بیان مسأله (معرفی دقیق ابعاد موضوع و سؤال(های) تحقیق):

در روزگاری به سر می‌بریم که تکنولوژی‌های نوظهور رسانه‌ای و ارتباطی زندگی مان را احاطه کرده‌اند. پیشرفت‌ها و تحولات روزافزون این عرصه، به سرعت عنصر مکان را از موضوعیت انداخته‌اند و زمینه‌ساز شیوه‌های تازه در ارتباطات و توزیع و انتشار اطلاعات شده‌اند. همچنین به انقلاب اجتماعی و شکل‌گیری اقتصادهای جدید منجر شده‌اند. به‌طور کلی، ابعاد مختلف زندگی بشر از تاثیرات تکنولوژی‌های رسانه‌ای و ارتباطی در امان نمانده است؛ نه تنها در شیوه‌های دانستن انسان تغییر ایجاد کرده‌اند بلکه کنش‌ها و سبک زندگی او را نیز تحت تاثیر قرار داده‌اند؛ به‌گونه‌ای که زندگی مان روز به روز به شیوه‌های تکنیکی و دیجیتالی وابسته‌تر می‌شود.

آمیختگی روزافزون انسان با ساحت‌ها و مصادیق گوناگون تکنولوژی، نزد اندیشمندان حوزه‌های مختلف به مسئله مهمی تبدیل شده است. یکی از جدی‌ترین و عمیق‌ترین بحث‌ها، مواجهه فلسفی فیلسوفان با این مسئله است؛ زیرا دغدغه فیلسوف درک نسبت انسان با عالم است. بنابراین، وقتی با نگاه فلسفی به تکنولوژی و مصادیق آن نگریده می‌شود، چگونگی نسبت و تعامل انسان با عالم تکنولوژیک، به دل‌مشغولی اصلی فیلسوف تبدیل می‌شود. در این راستا، سنت‌های مختلف فکری شکل گرفته و متفکران با رویکردها و زوایای گوناگون به بحث درباره چپستی تکنولوژی و رابطه آن با جامعه پرداخته‌اند. رایج‌ترین دیدگاه ناظر بر خنثی بودن تکنولوژی و نگاه ابزاری به آن است؛ بدین معنا که تکنولوژی را صرفاً نوعی دست‌ساخته یا ابزار می‌دانند که به آسانی برای استفاده یا عدم استفاده در دسترس است تا انسان‌ها بتوانند به اهداف و نتایج مورد نظر خود دست پیدا کنند. طیفی دیگر، با خنثی‌انگاری تکنولوژی مخالفت نموده و آن را حاوی فرهنگ و اقتضانات خاص ارزیابی کرده‌اند؛ از جمله آنها می‌توان به پدیدارشناسانی همچون هایدگر اشاره کرد که تکنولوژی را صرفاً ابزار ندانسته بلکه یک جهان‌بینی می‌دانند که کل تمدن غرب را در برمی‌گیرد (هایدگر، ۱۹۷۷) یا نگرش‌های الول که تکنولوژی را یک عقلانیت هدف - وسیله‌ای تعبیر می‌کند. از دید او، تکنولوژی نیرویی خودمختار و تضعیف‌کننده است. فینبرگ با نگرشی دیگر، معتقد است که تکنولوژی را از ستون «خودمختار/غیره»^۱ باید به ستونی انتقال داد که بتوان برچسب «شبکه‌ی اجتماعی ما»^۲ را بدان چسباند. به بیان دیگر، ایده ذات‌گرایان مبنی بر این‌که جایی که معنا و ارزش در آن ساخته می‌شوند، منفک از موقعیتی است که تکنولوژی اشغال می‌کند، جای خود را به این عقیده داده است که معنا و ارزش نیز در بستر تصمیم‌گیری علمی-تکنیکی بر ساخته می‌شوند (Hickman, 2006:73).

برخی دیگر از پدیدارشناسان مانند دریفوس به بحث از مسائل انضمامی در حوزه علم و تکنولوژی پرداخته‌اند. آنها بیشتر بر نگرش‌های انسان‌گرایانه در مواجهه با تکنولوژی تمرکز کرده‌اند و نگران پیامدهای توسعه تکنولوژیک

^۱ . autonomous/other

^۲ . our social matrix

هستند (دریفوس، ۲۰۰۱) برساخت‌گرایان نیز نگاه ابزاری به تکنولوژی را نفی نموده و معتقدند تکنولوژی دفعتاً پدیدار نمی‌شود بلکه حاصل توسعه و طراحی پیچیده در بطن اجتماع است. از دید آنها، تکنولوژی صرفاً ابزارهایی منفعل نیست که منتظر استفاده ما باشند؛ بلکه این ابزارها امکان‌های ما را محدود می‌کنند و سناریوهای مهمی را به اجرا درمی‌آورند (لاتور، ۱۹۹۱). علاوه بر این‌ها، رویکردها و نگرش‌های دیگری نیز وجود دارد که در خصوص نسبت تکنولوژی با هستی، انسان و یا مسائل هنجاری، اخلاقی و زیست‌محیطی آن نظریه‌پردازی کرده‌اند. فارغ از دسته‌بندی‌ها و شاخه‌بندی‌های این حوزه، توجه به این نکته حائز اهمیت است که فیلسوفان تکنولوژی در غرب برای شناخت تمدن و سبک زندگی تکنولوژیک تلاش کرده‌اند و همچنان در تکاپو هستند تا درباره ساحت‌های مختلف تکنولوژی و تاثیر آن بر زندگی بشر بازنمایی کنند و فرصت‌ها و چالش‌های پیش‌روی این نوع تمدن را بررسی و نقادی کنند. ولی به نظر می‌رسد که ما در مواجهه با توسعه تکنولوژی و مصادیق آن در حوزه‌های مختلف رسانه‌ای، ارتباطی و.. شیفتگی بسیاری از خود نشان داده‌ایم بدون اینکه رویکردی انتقادی نسبت به آن داشته باشیم؛ به‌گونه‌ای که توجه چندانی به سبک زندگی و مبانی تمدنی خود نداریم. گویا چنین می‌اندیشیم که نظام تکنیکی و عملی فقط به یک شیوه شکل می‌گیرد و آن چیزی نیست جز همان که در غرب و کشورهای توسعه یافته رخ داده است. به نظر می‌رسد ضرورت دارد با توجه به اقتضای فضای بومی و فکری خود تاثیرات و پیامدهای تکنولوژی و مصادیق آن را در حوزه‌های مختلف رسانه‌ای، ارتباطی و اطلاعاتی به شیوه نظری-انضمامی فهم و نقد کنیم.

مطالعات انتقادی نافی بهره‌مندی از مصادیق تکنولوژی رسانه‌ای و اطلاعات نیست؛ زیرا بی‌تردید این نوع تکنولوژی‌ها به حل مسائل فراوانی در حوزه‌های مختلف زندگی انسان کمک نموده است. ضمن اینکه انسان‌ها را به ساختن نظام‌های پیچیده اجتماعی قادر ساخته است؛ نظام‌هایی که جامعه معاصر بدون آنها قادر به ادامه حیات به شکل کنونی خود نخواهد بود. به بیان دیگر، درهم‌تنیدگی نسبتاً فراگیر زندگی انسان معاصر با تکنولوژی رسانه‌ای و اطلاعاتی شیوه بودن متفاوت و نظم اجتماعی نوینی را برای بشر امروز رقم زده و گریزی از آن نیست.

در حوزه کارآفرینی و کسب و کار نیز متاثر از این تحولات تکنولوژی‌های رسانه‌ای و ارتباطی، با پدیده‌های نوظهور مواجه‌ایم؛ از جمله آنها استارت‌آپ‌هاست که به‌عنوان الگوی جدید تجاری پدیدار شده‌اند. این الگوهای جدید تجاری برخاسته از ایده نسل سوم دانشگاه‌هاست که بر کارآفرینی و کاربردی کردن دانش تاکید داشته و دغدغه‌های اقتصاد دانش‌بنیان و ایجاد اشتغال را دارند. این در حالی است که دانشگاه‌های آموزش‌محور نسل اول با روش مدرسه‌ای بیشتر در جستجوی حقیقت بودند و نسل دوم دانشگاه‌ها نیز با تلفیق آموزش و پژوهش، ایده حل مشکلات دولت-ملت را مدنظر داشتند. اما نسل سوم دانشگاه‌ها بیشتر دغدغه‌های اقتصاد دانش‌بنیان و ایجاد اشتغال را دارند. در کشور ما نیز به این ایده در برخی از دانشگاه‌ها مانند دانشگاه‌های صنعتی شریف، امیرکبیر و تهران توجه بیشتری شده و راه‌اندازی استارت‌آپ‌ها و پارک‌های علم و فناوری ماحصل آن است.

برخی از محققان، اقتصاد جدید به واسطه رسانه های اجتماعی و پلتفرم های فناورانه را مورد کنکاش و نقد قرار داده اند. از جمله آنها، سرنیچک است که در اثرش با عنوان « سرمایه داری پلتفرمی » به نقد شیوه های تولید جدید سرمایه داری و نظام جهانی شبکه می پردازد و در اسطوره های اقتصاد امروز یعنی؛ اقتصاد پلتفرمی، شرکت های استارتاپی و... تشکیک ایجاد می کند و نشان می دهد که چگونه سرمایه داری با طرح اقتصاد دیجیتال، استثمار را گسترش داده است. همچنین، در اسطوره های اقتصاد امروزی، رویکرد «ارزش دارایی کینزی» را نقد کرده و آن را خلاف روند واقعی تولید تلقی می کند؛ رویکردی که دارایی ها را به سوی ارزش نام های تجاری (برندها) می برد و توهمی از ارزش برای سرمایه گذاران می سازد. بنابراین مترجم این اثر، این رویکرد در اقتصاد جدید کشور ما نیز بروز پیدا کرده است؛ چنانچه سرمایه گذاران زیادی به سراغ استارتاپ های فناورانه و پلتفرم های اجتماعی خدمات رفته اند و ضمن پذیرش سرمایه گذاری خطرپذیر، نام های تجاری این پلتفرم ها را واجد ارزش های نجومی تلقی کرده اند. به گونه ای که روند تولید کالا و خدمات بسیاری از پلتفرم های داخلی مانند نمونه های خارجی زیان ده محسوب می شوند اما توهمی از ارزش بالای نام تجاری آنان ایجاد شده است (سلیمانی ساسانی، ۱۳۹۹: ۵).

به غیر از این پیامدها، به نظر می رسد استارتاپ ها به عنوان الگوهای نوین تجاری در ظهور مرجعیت های جدید نیز نقش داشته و زیست جهان متفاوتی را برای بشر امروز دربرداشته است؛ بدین صورت که براساس فضای روابط و ارتباطی خاص خود، سوژه های خاصی را می سازد، نظام ارزشی و فرهنگ خاصی را نهادینه و ترویج می کند. بدین ترتیب، تاثیراتی که فضای استارتاپی به عنوان فضای نوین تکنولوژیک بر زیست جهان فعالان آن گذاشته است، مسئله این پژوهش را شکل می دهد. مقصود از زیست جهان، سبک زندگی، الگوهای ارزشی و نگرشی، کنش ها و نحوه ارتباطات و تعاملات آنها در جامعه، تفسیرهای آنها از مسائل جامعه در جریان کار و زندگی روزانه، برخورد و روابط میان فردی، نوع پوشش، تفریحات و سرگرمی هاست.

چنانچه اشاره شد رویکردهای مختلفی نسبت به ماهیت و چیستی تکنولوژی وجود دارد، بر مبنای اتخاذ رویکرد خاص، با تفسیرهای متفاوتی از چیستی تکنولوژی و پیامدهای اجتماعی و اخلاقی آن مواجه خواهیم بود؛ به ویژه هنگامی که خط مشی و دغدغه های عملی استفاده از تکنولوژی های رسانه ای و اطلاعاتی را در حوزه های خاص مانند تجارت و کسب و کار در نظر داریم.

این پژوهش بر اساس نگاه پدیدارشناسی مبنی بر اینکه تکنولوژی خنثی نیست، به مطالعه موردی استارتاپ ها به عنوان یک تکنولوژی و زیست بوم رسانه ای می پردازد و با مشاهده مشارکتی و مصاحبه با فعالان آن در ایران، زیست جهان و ارزش ها و نگرش های آنان را بررسی و به تحلیل چگونگی بازتولید ارزش ها و نگرش ها می پردازد. روایتی که فعالان این حوزه از خود شرح می دهند و همچنین مطالعه محیط و فضای روابط کاری آنان مورد توجه است.