



KIM eNews / Jan 03, 2001



kelk@chello.se

از آزادی بی قید و شرط «قلم، بیان و اندیشه» دفاع کنیم!

در انتظار آینده ای خوفناک

گفت وگویی با آلوین تافلر

منبع: سایت <http://www.geocities.com/negahenou/index.htm>

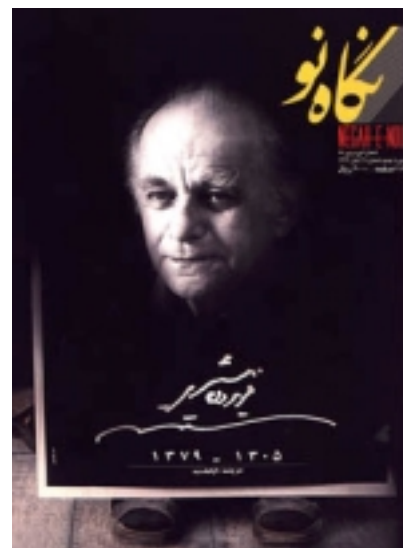
شماره ی پی در پی ۴۶

◀◀ دوره ی جدید شماره ی ۲ آبان ۱۳۷۹

◀ فهرست:

◀ در این شماره می خوانید:

- ◀ یادداشت سردبیر / دموکراسی و عقلانیت / محمدرفع محمودیان
- ◀ در انتظار آینده ای خوفناک / آلوین تافلر / رضا رضایی / علما و اندیشه ی اصلاحات دینی... / لطف الله آجدانی / تاءملاتی در باب نظریه و عمل کرد دولت دموکراتیک / کارل پوپر / هرمنز همایون پور
- ◀ برای قاتلان شعر نمی گویم / گفت وگو با مسعود خیام / در سوگ یک جوان ۶۳ ساله / بهنام باوندپور / می توانیم دزدکی سربرگردانیم؟ / ناصر فرهمند / امیرزاده ای بر کاشی کلمات / مسعود کریم خانی
- ◀ بدرود ای شاعر دیار آشتی! / مهشید مشیری / فریدون مشیری هرگز نخواهد مرد / نصرت کریمی



◀ مرثیه ها

- ◀ در این خراب شده چه خیر است؟ / مسعود احمدی / در سفیدی های آن همه متن / مسعود احمدی / بامداد می ماند / حمید احمدی / طرح چهره ی احمد شاملو / مرتضی ممیز / سرود انسانی که شنبه را با غم زیسته است / هاشم جوادزاده

◀ شعر امروز ایران

◀ نیمه ی سبب؛ هشتم ژوئیه ۱۹۰۱؛ به خاطر سیبی دیگر ◀ ؛ باهر سنگ / ایرج ضیایی ◀ خواب چچن / محمد باقر کلاهی اهری ◀ ترانه، خاطره ی دیروز، رویای فردا / علی رضا میرعلی نقی ◀ چاقو، ضامن آهوست / محمود طیاری ◀ سینمای فلسطین / علی امینی ◀ سکوت... / مارگریت شاه نظریان ◀ هنرمند فقط هشدار می دهد / ایلیا محمدی نیا، خسرو سینایی ◀ از سیاست متفرم / آبتین گلکار

◀ طرح

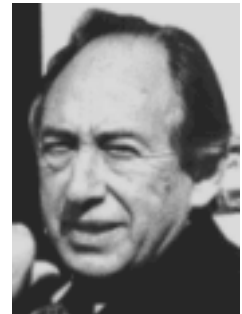
◀ طراحان دیروز / داریوش رادپور ◀ جرج گراس... / یحیی تدین ◀ فیلم های کاغذی کامبیز ◀ پدیده ای به نام گل محمد / هادی زائری مقدم ◀ طراحان امروز / علی جهانشاهی ◀ پایان یک اسطوره / جان ساترلند / مهتاب میرزایی ◀ انقلاب ناکام / کامران فانی ◀ مهرگان ۱۳۷۹ نصیب نیمه غایب شد / مریم نبوی نژاد ◀ تازه های کتاب / مریم نبوی نژاد

در انتظار آینده ای خوفناک

گفت وگویی با آلوین تافلر

نوشته: جیمز دلی، ترجمه: رضا رضایی

الوین تافلر و همسرش هیدی که در نوشتن برخی از کتاب های الوین با او همکاری کرده، با ترجمه فارسی کتاب شوک آینده (۱۹۷۰) به فارسی زبانان معرفی شده اند. موج سوم (۱۹۸۰)، جابه جایی قدرت (۱۹۹۰)، جنگ و ضد جنگ (۱۹۹۴) از جمله آثار دیگر تافلر است که ترجمه فارسی آن ها را خوانده ایم. مصاحبه ای که ترجمه ی فارسی آن را خواهید خواند، تازه ترین مصاحبه تافلر است که همکار صمیمی نگاه نو، آقای مولا، ترجمه و انتشار آن را پیشنهاد کرده اند.



◀ در سال ۱۹۷۰ که شوک آینده منتشر شد، آیا تصور می کردید که چنین تاثیری می گذارد؟

مطمئناً وقتی من و همسر من هیدی مشغول نوشتن این کتاب بودیم چنین تصویری نداشتیم. به نظرم موفقیت این کتاب به خاطر این بود که کتابی جدی به زبان مردم بود. کتابی بود برای مردم عادی. در جریان یکی از سخن رانی ها بود که اولین بار متوجه شدیم بیش از ۱۰۰۰۰ نسخه ی آن به فروش رفته است. آن موقع برای مخاطبان دانشگاهی و تجاری سخنرانی می کردیم و واکنش ها گرم تر از حد پیش بینی ما بود. وقتی از تحولات صحبت می کنید، به قلب موضوع می زنید. سیستم با چنان سرعتی پیش می رفت که تهدیدکننده می نمود و حتی حالا هم با همان سرعت پیش می رود. سرعت زندگی الان بیش تر هم شده است.

◀ بله، اما سازگاری مان هم بیش تر شده. بعد از یک نسل، آیا به تحولات شتابان خونگرفته ایم؟

گمان نمی کنم. تحول صرفن واکنش های سریع تر را ایجاد نم کند. با تصمیم گیری سر و کار دارد. ما در شکل ژنتیکی فعلی، محدودیت هایی در توانایی مواجهه با این آهنگ تصمیم گیری داریم. این موضوع فقط در مورد ما افراد صادق نیست، بل که در مورد فعالیت های تجاری، کنگره ها، حکومت ها و سایر نهادها نیز صدق می کند. وقتی نوبت به تصمیم گیری می رسد، همگامی با آهنگ آن دشوار است. می توانید شرکت ها را سریع تر کنید. می توانید ماشین ها را سریع تر کنید. می توانید آدم ها را هم سریع تر کنید. اما عده ای احساس می کنند که آینده با چنان سرعتی نزدیک می شود

که انگار همه چیز به مو بند است. دنیا چنان سرعت گرفته است که دیگر برای اندیشیدن به بفرنجی های تصمیم هایی که باید گرفت وقت نیست.

◀ دست رسی به اطلاعات خوب بوده. آیا هنوز این طور است؟ آیا به نقطه ای رسیده ایم که زیادی اطلاعات خوب نیست؟

هر چیزی زیادی اش خوب نیست. بستنی زیادی هم حال آدم را بد می کند. به نظرم، موضوع ما اطلاعات زیادی نیست. موضوع مهم تر تصمیم اضافی است. هر انسان یا سازمانی در مدت مفروض فقط تصمیم های مشخصی م تواند بگیرد. تا وقتی که زیست شناسی خود را تغییر نداده ایم، سرعت ما در پردازش اطلاعات حدود مشخصی دارد. اما ابزارهای بسیار قدرتمندی وجود دارد که با آن ها می توانیم میزان و قابلیت سازمان دادن به اطلاعات را افزایش دهیم. مثال ساده اش شماره های تلفن است. چرا به جای هفت رقم، به صورت سه رقم و چهار رقم هستند؟ علتش این است که هفت رقم را نمی توانید زود حفظ کنید. این مثال ابتدایی است از آنچه می توانیم قطعه ای کردن اطلاعات بنامیم. اگر اطلاعات را قطعه قطعه کنیم، با اطلاعات بیش تری می توانیم کار کنیم، و این قطعه کردن را هم می توانیم با سرعت هرچه بیش تری انجام دهیم. الگوهای بشری را در سازمان دهی اطلاعات به کار می گیریم. اگر الگوهای قدرتمند داشته باشید، با اطلاعات بیش تری کار خواهید کرد.

◀ پس کیفیت تصمیم ها کاهش می باید.

بله. من نمایندگان منتخبی را می شناسم که می گویند نمی توانند همه اطلاعات لازم برای تصمیم گیری آگاهانه را جذب کنند، و به همین علت در بیش تر موارد کارکنان زبردست آن ها تصمیم گیری می کنند. من می پرسم: "چه کسی کارکنان شما را انتخاب کرده است؟" و این پرسش مهمی است. آدم ها مجبورند تصمیم های سریع تر و سریع تر بگیرند بی آن که از حمایت کافی در تصمیم گیری برخوردار باشند. بین میزان تصمیم گیری که باید انجام دهید و اطلاعاتی که موجود است، و سرعت پاس دادن، ناهماهنگی خطرناکی وجود دارد. اطلاعات هست، اما در دست آن هایی که باید باشد نیست.

◀ آدم ها هوشمندند ولی نهادها نه.

درست است. می توانید در کنگره و سنای امریکا ۵۳۵ قدیس و نابغه داشته باشید، که باز هم تصمیم های نامعقول بگیرند، زیرا روند تصمیم گیری در این نهاد کهنه و منسو است.

◀ این موضوع چه تاثیری در تجارت دارد؟

امروزه در تجارت این تصور نسبتا عجیب وجود دارد که امور چنان سرعت گرفته اند که ایده استراتژی منسو شده است. فقط لازم است انعطاف پذیر یا سازگار باشید. یا به قول امروزی ها نرمش داشته باشید. این غلط است. نمی توانید نرمش را جای استراتژی بگذارید. اگر استراتژی خاص خود را نداشته باشید، بخشی از استراتژی یک نفر دیگر می شوید. شما در برابر اوضاع و احوال خارجی واکنش نشان می دهید. نبود استراتژی در صورتی خوب است که اهمیت ندهید به کجا می خواهید بروید. اگر سفر می کنید و به فرودگاه می روید و اهمیت نمی دهید که به کجا می روید، در این صورت اهمیتی هم ندارد که ازدحام جمعیت شما را به کدام سمت براند و چه پروازی را سوار شوید. یعنی مهم نیست که به چه شهری می روید و چمدان هایتان هم به کدام شهر می رود. استراتژی نه تنها مفهومی با ارزش است بل که ضرورت مبرم است. ولی منظورم این نیست که هدف پنج ساله ای برای آینده تعیین کنید، مثل کاری که شوروی ها در مسکو می کردند، و بی تزلزل به سوی آن هدف پیش بروید. این کار خیلی خطرناک بود.

◀ خوب شما چه می گوید؟

هم لازم است یک سلسله استراتژی های موقت داشته باشید و فرایند یا حال و هوایی که این کار را ممکن کند.

◀ از استراتژی تجاری صحبت کنیم. مثلن برویم به سراغ بازار. با این همه تحولات که در ذهن مشتری اتفاق می افتد، آیا هنوز هم مهم است؟

به دلیل ماهیت مقاومت در برابر تحول "اول بودن" خطرناک است. ولی به نظر من "اول بودن" را می توان به یک مزیت تبدیل کرد. به نظریه بازده فزاینده توجه کنید. این نظریه جهان شمول نیست و در مورد هر صنعتی و هر لحظه ای صدق نمی کند. نباید این ها را قوانین جهان شمول تجارت تصور کرد. در مورد بعضی بازارها صادق است. مثلن اگر به اصولی برسیم که در مخابرات راه دور کاربرد دارد، و بعد در باره ی آن بنویسیم و سخن بگوییم و یک حکم عمومی به دست آوریم، این طور می شود. یکی از ایده های من و همسر من در کتاب شوک آینده و در آثار بعدی مان این است که جامعه و اقتصاد هر چه بیش تر تفکیک و مجزا می شوند. شرکت ها معمولن تفاوت هایشان بیش از شباهت هایشان است. به همین خاطر، من به قواعد ثابت تجارت بدگمانم: ده قاعده، شش قاعده، هشت قاعده هر چه. در میان مشاوران و مدیران ارشد و دیگران این تمایل وجود دارد که آن چه را نمی توان تعمیم داد، تعمیم می دهند. این موضوع در سیستم تولید انبوه و موج دوم معنا پیدا می کند. اما اگر عوامل مشتری را به حساب آوریم، چندان معنا ندارد.

◀ جامعه نامتمرکز امروز تقریبن نقطه مقابل آن آینده ای است که ۵۰ سال پیش تصور می کردیم. در آن موقع تصور ما به تفکر گروهی و دولت متمرکز قوی و اجتماعی که بدون تفکر در درون سیستم پیش می رفتند مربوط می شد. حالا شما محیطی را توصیف می کنید که در آن کارگر قدرت بیش تری دارد. بنابر این تصور می کنم آینده دیگر آن چیزی نیست که قبلن بود.

دقیقن. مقروضات اصلی در باره آینده از جانب نوابغی چون ارول و تعداد زیادی از نویسندگان علمی تخیلی، جامعه شناسان و دانشمندان ساده، مقروضات ساده ای بود: تکنولوژی بیش تر مترادف است با بوروکراسی بیش تر. ما گفتیم که یکی از تحولات، عبارت است از گذار به افزایش تنوع، نه یک نواختی.

◀ کتاب های تجاری زیادی نوشته شده که برای هر چیزی قاعده پیشنهاد می کنند، از فروش همزمان گرفته تا... انتشار آن ها حدودی واکنشی است به تحولات عظیم. ما احتیاج به راهنما داریم. باید این کتاب ها را نادیده بگیریم؟

برای قواعدی که به کارتان بیاید چه معیارهایی دارید؟ صرفن آخرین کتاب را از قفسه کتاب فروشی ها برمی دارید؟ کوپن کلی کتاب خیلی خوبی نوشته (قواعد جدید برای اقتصاد جدید). کتاب خوبی است. هوشمندانه است، اما به کار همه نمی آید. من به عنوان خواننده باید تشخیص دهم که چه چیزی به کارم می آید. شاید روش مفیدتر از این باشد که قواعد را بر اساس ارزش ظاهری شان نپذیریم، بل که ببینیم چه قواعدی برای ما کاربرد دارد و بعد آن ها را به کار ببریم.

◀ آیا آینده بد است؟

بستگی دارد که در چه کشور و چه فرهنگی باشید. در اروپا آینده خوفناک می نماید. مثلن به جای پاس معقول و انتقادی به مهندسی ژنتیک، با وحشت و بلاهت با آن مواجه می شوند. اروپا دارد به مغز خود شلیک می کند. کاری که قبلن هم کرده است. با نادیده گرفتن انقلاب در تکنولوژی اطلاعات به مغز خود شلیک کرده بود. حالا با آن که صنایع نیرومند دارویی و شیمایی دارد، باز هم در خطر این است که بار دیگر در حاشیه آخرین پیش رفت های تکنولوژیکی بشر قرار گیرد. این پدیده ای عمدتن فرهنگی است. در مقابل، ژاپنی ها نگاه به آینده دارند و خوشبین اند.

◀ در عین حال، فرهنگ تجاری ژاپن، کارآفرینی را آن گونه تشویق نمی کند که ایالات متحده.

بله، کاملن درست است. اما از سطح عبور کنید و به عمق بروید. اگر به یک کتاب فروشی در لندن بروید، کتاب های بسیاری در باره تاری پادشاهی بریتانیا یا باغ های عصر ویکتوریا و شکوه و جلال عصر الیزابت می یابید. اما در کتاب فروشی های ژاپن موضوع کتاب ها عبارت است از آینده حمل و نقل، آینده بهداشت، آینده شهرسازی و نظایر آن. از طرف دیگر، ما امریکایی ها گرایش به این داریم که نه گذشته داشته باشیم و نه آینده. ما همانی هستیم که تبلیغ کنندگان دهه ۱۹۶۰ از طرف شرکت پرسی می گفتند: نسل اکنون. ما دوست داریم روی موضوعات فوری متمرکز شویم. به همین خاطر است که می گوییم استراژی مهم نیست.

◀ آیا نقش مشتری تغییر کرده است؟

مشتری اینک در فرایند تولید شرکت دارد. ما به طرق مختلف مشتریان خود را گرد می آوریم تا متحد ما شوند؛ در واقع شریک تولید شوند. مشتری امروز چیزی است که ما آن را "مصرف کننده بالقوه" می نامیم. سال ها پیش غذا را خودتان تولید می کردید، لباس ها را خودتان می دوختید، خانه ها را خودتان می ساختید. انقلاب صنعتی تولیدکننده را از مصرف کننده جدا کرد. مفاهیم اقتصادی تولید و مصرف دو مفهوم مجزا شدند. حالا در دیترویت اتومبیل می سازید و در این اتومبیل را در کالیفرنیا خریداری و مصرف می شود. تولیدکنندگان و مصرف کنندگان، هم دیگر را نمی بینند. چیزی که اتفاق می افتد عبارت است از گذار به سوی نوعی مصرف که در آن مرز بین تولیدکننده و مصرف کننده یا مشتری محو شده است. مشتری در مورد آن چه می خواهد اطلاعات ارایه می دهد. بدون این اطلاعات، تولیدکنندگان محصولی می دهند که نمی توانند بفروشند و کسی هم نمی خواهد. به این ترتیب، در صنایع تکنولوژیک پیچیده تیم های مشترکی می بینید که با هم کار می کنند: مشتری و عرضه کننده. مناسبات مشتری با تولیدکننده اساسن تغییر کرده و با اینترنت پیش رفته تر شده. اینترنت چه می کند؟ فرض کنید اتومبیلی خریده اید. ناگهان متوجه می شوید کاربراتور یا بخش دیگری از آن اشکال دارد، یا کلن اتومبیل عیبی دارد. مثلن یک چیزی خوب کار نمی کند. آن را به فروشنده پس می دهید و می گوئید درستش کند. فروشنده کار خود را می کند و اتومبیل را به شما پس می دهد و شما می بینید که باز هم اشکال باقی است. دوباره و سه باره پس می فرستید. کم کم عصبانی می شوید. فروشنده هم عصبانی می شود. هیچ کس درستش نمی کند و شما با هم درگیر می شوید و سرانجام شما به عنوان مشتری نومید می شوید و میدان را خالی می کنید. اما حالا در شرایط جدید می توانید روی شبکه ی اینترنت بروید. مثلن من می گویم فلان مدل سال ۲۰۰۱ را خریده ام، کس دیگری هم خریده است؟ من با فلان قسمت ماشین مشکل دارم، شما چه طور؟ یکباره می بینید که ۷۰۰ نفر همان شکایت را دارند و اینجا یک قضیه حقوقی پیش می آید که می توانید تعقیب کنید.

◀ در این عصر تحولات بی وقفه، مسئله صحت و اطمینان پذیری اقلام و اجناس چه می شود؟

وقتی سرعت تغییرات را بیش تر کنید، مناسبات شما گذراتر خواهد بود. این مناسبات ممکن است روابط شما با افراد باشد. افراد هرچه بیش تری را به طور گذرا می شناسید. آن ها را می شناسید، وارد زندگی تان می شوند، از زندگی تان خارج می شوند، و شما در مجموع روابط کوتاه تر و باز هم کوتاه تری خواهید داشت. با سازمان ها هم روابط کوتاه تری خواهید داشت، زیرا سازمانی که شما در آن هستید، مدام تغییر می کند و همان سازمان دیروز نیست. بنابراین، به نظر من، احتمال اطمینان پذیری درازمدت در مورد اجناس و اقلام وجود ندارد. هر گونه تلاش برای گسترش این اجناس یا اقلام (نظیر کاری که شرکت آمازون می کند)، در واقع اعتمادپذیری آن اجناس و اقلام را کاهش می دهد.

◀ این به نفع اقلام و اجناس است. بله؟ در مورد کالا یا جنس، فرض بر صحت و اعتماد است.

بله. ولی اساسن هم چنان شاهد روابط کوتاه تر و کوتاه تری با ایده ها هستیم. زیرا ایده ها، هرچه می گذرد، کهنه تر می شوند. اطلاعات "پژمردنی" می شود. دامن اطلاعات هرچه بیش تری را پردازش می کنید، و در تصاویر و مدل های هرچه موقتی تری در ذهنتان می آید. مناسباتتان با مکان، گذراتر می شود، زیرا خود ما سیال تر و متحرک تر می شویم. بنابراین، می گوئیم که وقتی مناسبات به طور کلی گذراتر می شود، صحت و اعتمادپذیری اقلام و اجناس نیز کاهش می یابد.

◀ آیا شما جزو خوش بینان هستید؟

بله. اما در بیش تر موارد، انواع مصداق های واقعن وحشتناک نیز پیدا می شود. یکی از آن ها چیزی است که من "پایان حقیقت" می نامم. تکنولژی های گول زننده، سریع تر از تکنولژی های درستی و راستی افزایش می یابند. امروزه ابزارهای بسیار قدرتمندی برای فریب دادن یکدیگر در اختیار داریم.

◀ به نظر شما کدام مهم تر است: اطلاع رسانی یا اطلاع رسانی غلط؟

به یاد داشته باشید که اطلاع رسانی غلط صرفن زیرمجموعه ای از اطلاع رسانی است و تمامن هم مضر نیست. دانشی را که دیگر دقیق یا صحیح نیست، چه می نامید؟ دانش منسو؟ من آن را جهل می نامم. در اطراف ما زیاد است. چیزی است که مردم باور می کنند. ممکن است یک امر یا یک فرایند باشد، اما دیگر صحیح نیست.

◀ مثلن؟

به مدارس ما نگاه کنید. نظام آموزشی ما سازمانی است درجه دو و کارخانه مانند، که اطلاعات منسو را به شیوه های منسو بیرون می دهد. موضوع این نیست که کتاب های علوم را روزآمد نکرده اند، بل که به آینده بچه هایی که مسئولیت شان با این مدارس است ربطی ندارد. کل آموزش از نوعی تصور در باره آینده سرچشمه می گیرد؛ از فرض های واضحی در باره آنچه آینده خواهد آورد، سرچشمه می گیرد. وقتی بچه تان به خانه می آید و می گوید "چرا باید جبر یاد بگیرم؟" شما در جواب نمی گوید که "چون پدرانمان یاد می گرفتند." بل که می گوید که در آینده لازم دارد. یعنی شما می دانید آینده حاوی چه چیزی باید باشد. به جبر نیاز خواهید داشت، یا به بازاریابی نیاز خواهید داشت، یا هر چیز دیگر. یعنی والدین و طراحان برنامه های درسی و معلمان مجموعه ای از فرض ها در باره آینده جامعه و جهان می سازند. اگر الگویی که در ذهن دارید، مربوط به اقتصاد کارخانه ای و خط موتناژ باشد، آن وقت بچه ها را نیز برای همین آماده می کنید، همان طور که قرن گذشته هم می کردید. با آنان مثل ماده خام رفتار می کنید. آن ها را تابع فرایندهای روتین می کنید که کاملن غیر فردی و مبتنی بر تولید انبوه است، بی آن که توجهی به فرد فرد بچه ها داشته باشید. به علاوه، به بچه ها کار تکراری می دهید تا آماده یک عمر کار تکراری در کارخانه ها و ادارات شبیه کارخانه بشوند که قرار است عمرشان را در آن جا بگذرانند. به این ترتیب، در ۱۰۰ تا ۱۵۰ سال گذشته، ما، کم یا بیش، تکلیف آینده بچه ها را معلوم می کردیم.

حالا به بچه ها دروغ می گوییم، زیرا این فرایند در آن آینده ای که بچه ها با آن روبه رو خواهند شد، جایی ندارد. وقتی من در کارخانه کار می کردم، اگر رئیس می دانست که من در وقت کار خود کتاب می خوانم، فورن منع می شدم. من راهی پیدا کردم که کارم را سریع تر انجام دهم تا چند دقیقه وقتم را برای مطالعه بدزدم. اما رئیس مغز مرا نمی خواست. او ماهیچه های مرا می خواست. حالا می خواهیم کارکنانی داشته باشیم که قرارداد می بندند، یا افرادی با ما کار کنند که نوآوری، تخیل، تفکر ... دارند؟

◀ در این عصر دانشگران و عوامل آزاد، نقش اتحادیه ها چیست؟

تعداد اعضای اتحادیه ها از حدود ۱۸ میلیون به ۱۳ میلیون رسیده است. هر شرکتی که این اعضا را از دست داده، بخشی از بازار خود را اساسن از تجارت خارج کرده است، یا توسط کس دیگری خریده شده است. حالا می خواهیم تاکید کنم که اتحادیه ها وظایف اجتماعی دارند، صرفن دستگاه اقتصادی نیستند. اما اگر موقتن آن ها را به عنوان یک تجارت در نظر بگیرید، می توانید از آن ها برای انواع مقاصد استفاده کنید. من هنوز معتقدم که هر جا تعداد زیادی کارگر داشته باشید، صنایع انبوه موج دوم و شرکت های بزرگ داشته باشید، احتیاج به حمایت دارند. اما در اقتصاد امریک، کارگران هرچه کم تری در این الگو جای می گیرند. اتحادیه ها معلوم نکرده اند که چه گونه می توانند دانشگران را به خوبی سازمان دهند. از این رو، الگوی اتحادیه هرچه منسو تر می شود.

◀ آیا تقسیمی دیجیتالی وجود دارد؟

بله. اما تقییر خواهد کرد، زیرا به نفع تجارت است که افراد هرچه بیش تری را وارد شبکه کند. شرکت ها می خواهند برای همه صورت حساب بفرستند. اگر شیوه قدیمی و به نوعی مارکسیستی را در نظر بگیرید که به ۵۰ یا ۱۰۰ سال پیش مربوط می شود، نخبگان نمی خواهند تهیدستان به همه این قدرت ارتباطی دسترسی داشته باشند. اما واقعیت این است که دسترسی دارند. علت این که شبکه تلفن گسترش پیدا کرد، دقیقن این بود که تجارت آن را لازم داشت تا فعالیت و رقابت کند و راه هایی برای تماس با افراد خود و مشتریان بالقوه نیز لازم داشت. لذا این فرایند را تشویق کرد. در واقع کسانی که سعی کردند مانع گسترش تلفن شوند، اغلب دیکتاتورهایی شبیه استالین بودند که می هراسیدند و افراد را از گفت و گو با یک دیگر منع می کردند. حال آن که در جامعه ما به نفع نیروهای قدرتمند است که شبکه را تا جایی که می توانند گسترش دهند.

از شبکه می توان برای شکستن کمر فقر استفاده کرد. البته نقاطی در جهان هستند که برق ندارند؛ آب آشامیدنی ندارند؛ فقر چنان بیداد می کند که ابتدا باید مقدماتی را فراهم کرد تا بعدن بتوان از شبکه حرف زد. اما با ماهواره و شکل های جدید انرژی و با همه چیزهایی که به نظر ما وارد خطوط می شوند، می توانید در مکان هایی که غیر ممکن می نماید،

ارتباطهایی بیابید. نمونه آن روستایی است که در پرو که اهالی آن به شبکه وصل اند و محصولات خود را به نیویورک می فروشند و درآمد روستا را سه برابر کرده اند. چند سال قبل، در دنور داشتم با بعضی از دوستان شام می خوردم و هنگام دسر برای ما میوه ای آوردند. میوه بسیار خوشمزه ای بود. پرسیدم "اسمش چیست" و گفتم وقتی برگردم از کجا می توانم پیدا کنم. خندیدند و گفتند "نمی توانی پیدا کنی. در هیچ نقطه ایالات متحده نمی توانی آن را بخری، زیرا در یک ناحیه خیلی کوچک در حومه بوگوتا پرورش می یابد." به دلیل ویژگی های خاص آب وهوایی و غیره. این قدرت شبکه است. علت این که در گذشته قادر به این کار نبودید، این بود که مردم در بوگوتا نمی دانستند بازار بالقوه ای در دنور وجود دارد. و مردم دنور هم نمی دانستند که چنین میوه ای وجود دارد. پس به این فکر می افتیم که محصولات بسیاری نظیر آن وجود دارد که به میزان خیلی کم تولید می شود نمی توانید بازار امریکا را پر از چنین میوه ای بکنید. اما دلیل نمی شود که نتوانید آن را در یک حومه کوچک دنور بفروشید.

این همان چیزی است که من "تجارت خرد" می نامم. به نظر من با قدرت شبکه عملن میلیون ها بازار کوچک کشف خواهیم کرد که تعداد زیادی تجارت خرد به وجود خواهد آورد و این امر برای ده ها هزار روستایی و میلیون ها نفر در اطراف مختلف جهان آثار سودمندی دارد.

◀ بعد از شبکه نوبت چیست؟

(مکث.) زیست شبکه.

◀ زیست شبکه؟

این اصطلاح را همین الان ساختم. زیاد سخت نگیرید. منظورم پیوند شبکه با زیست شناسی است. تا به حال تکنولوژی اطلاعاتی تاثیری بر تکنولوژی زیستی گذاشته است. از این پس، رفته رفته تکنولوژی زیستی بر تکنولوژی اطلاعاتی اثر می گذارد. به نظر من حتمن شاهد انواع آموزش های عجیب و غریب این دو خواهیم بود.

◀ جنبه دیگر این رها کردن کنترل های زیست شناختی چیست؟

نمی دانم. صرفن نظر می دهم و نظریات من شبیه داستان های علمی می شود. از طرفی، اما خوب، ما باور داریم در داستان های علمی دیروز زندگی می کنیم. حالا هم نظر می دهیم که روزی نه تنها قادر خواهیم بود تا حدودی کودکان ار از قبل از تولد طراحی کنیم (همان طور که در شوک آینده گفتیم) بل که می توان مردمی را تصور کرد که انواع توانایی های عجیب و غریب را تقاضا خواهند کرد. مثلن دوست دارم کودکم بتواند با همان حساسیتی بوها را تشخیص دهد که سگم می تواند؛ یا به حرکت های جنبشی طوری نگاه کند و واکنش نشان دهد که قورباغه نشان می دهد. همه این ها جنون آسا و بسیار خوفناک می نماید و مطمئنن جامعه ما از لحاظ معنوی یا فکری آماده هیچ کدام این ها نیست. ولی فکر می کنم از لحاظ تکنولوژی بیش تر تردیدها برطرف شده باشد.

◀ از زمان انتشار کتاب، چیزی بوده که واقعن شگفت زده تان کرده باشد؟

گسترش این ایده ها خیلی طول کشید. ۲۰ یا ۳۰ سال طول کشید. طنز قضیه این جاست که ما از چیزهایی مثل اهمیت ادراک و مدیریت انتقال در دینای تجارت سخن گفتیم، اما هیچ کس توجه نکرد، حتا بعد از انتشار شوک آینده با آن تاثیر عظیمش، تا آن که رفته رفته در دهه ی ۱۹۸۰ اخراج های دسته جمعی را شاهد بودیم. تمام شرکت های بزرگ ده ها هزار نفر را اخراج کردند. در این هنگام، رفته رفته ایده های ما مطرح شد، زیرا واقعن چیزهایی اتفاق افتاده بود. خیلی وقت ها این ایده ها به ذهنتان می رسد و زمین زیر پایتان حرکت می کند، اما توجه نمی کنید.

ماخذ:

Business 2.0. sep 26, 2000

◀◀ نگاه نو را مشترک شوید

◀ حفظ و تداوم حیات نشریه های مستقل و بالندگی شکلی و محتوایی آن ها در گرو حمایت مالی خوانندگان آن هاست.

Negah-e-Nou
A Persian Language Journal Of Socio-Cultural Issues
Editor-in-Chief: Ali Mirzaei
Iran, Tehran P.O.Box 15875-1117
Tel: 0098-21-8776046, Fax: 0098-21-8776008
e.mail: negahenou@hotmail.com



▶▶ **KIM eNews** ◀◀



MAC.G4 NisusWriter/ Kista InfoMedia/ KIM eNews/ kelk@chello.se/2001-01-03

■ خواننده گرامی؛ جهت تهیه شماره های پیشین خبرنامه به سایت های زیر مراجعه کنید.

آدرس سایت گویا: <http://www.gooya.com>

آدرس سایت مهدی: www.mehdis.com

■ اطلاعیه ها و اخبار ویژه ی خود را جهت انعکاس در این خبرنامه برای ما ارسال دارید.